

Polo 01 – Trançados de fibras e entalhes em madeira de Novo Airão (AM)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização do polo: Compõe-se de dois núcleos de produção: um de artesanato em madeira, com artesãos que compõem a Novarte, associação ligada à Fundação Almerinda Malaquias; outro, produtor de trançados e representado pela Associação de Artesãos de Novo Airão - AANA. Utilizam matérias-primas locais, nos dois casos: madeira morta, na Novarte, e arumã e outras fibras vegetais, na AANA. Produzem objetos variados, utilitários e decorativos, de excelente qualidade e acabamento nos dois grupos.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Reforma da cobertura do espaço de trabalho da AANA e reforço da estrutura.
	1.1.2. Aquisição de ferramentas	a) Aquisição de máquinas para beneficiamento de madeira: serra esquadrejadeira, desengrossadeira, serra-fita pequena e furadeira de bancada. b) Aquisição de ferramentas manuais elétricas para acabamento de madeira: serras tico-tico, furadeiras, lixadeiras.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber a jovens.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação em feiras: Paralela Gift (SP) , 21ª Feira Nacional de Artesanato (MG). b) Participação em feira em Manaus (AM). c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
2.3. Fortalecer e valorizar a identidade dos grupos e indivíduos vinculada à produção artesanal.	2.3.2. Criação e divulgação de marca própria	a) Criação de logomarca da Novarte. b) Criação de conjunto de carimbos de ferro em diferentes tamanhos. c) Aquisição de pirógrafo.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Sala do Artista Popular no Centro Nacional de Folclore (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens caracterizadas em papel para a AANA b) Aquisição de ferramentas para confecção de embalagens em papel reciclado feito na Novarte: um liquidificador industrial, um liquidificador comum, chapa de acrílico para fazer duas placas de 2,40 x 1,20.
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas da AANA e da Novarte.
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders e banners.
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de identidade visual para AANA e Novarte.

Polo 02 - Brinquedos de Miriti de Abaetetuba (PA)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização do polo: Os produtos do polo são brinquedos, que possuem características específicas de acordo com o histórico de cada um dos núcleos familiares de produção: barcos, cobras, flores, móveis, bonecos cenográficos, brincos e cordões, árvores de natal, temas ligados a atividades profissionais, casas etc. Os brinquedos são comercializados no município no evento anual Miriti Fest; na capital, Belém, durante a Feira do Miriti na festa do Círio de Nazaré, e regularmente em pontos de venda de movimento turístico, como o Espaço São José Liberto, o Mangal das Garças e a Feira na Praça da República; no plano nacional, através da ArteSol e do CNFCP.

A matéria-prima (miriti) vem principalmente das ilhas em torno de Abaetetuba. A retirada do braço da palmeira não compromete a sobrevivência e preservação da árvore. No entanto, a disponibilidade da espécie na região vem diminuindo em função de sua derrubada para dar lugar a exploração do palmito de açai.

Os artesãos estão organizados numa associação (ASAMAB) criada em 2002. Existe também uma ONG (Miritong), fundada e mantida por um artesão que dá cursos e oficinas para jovens do município, além de realizar projetos culturais e ambientais. Em convênio com o Estado do Pará, a Miritong está criando um Ponto de Cultura na localidade.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição de ferramentas	a) Aquisição de equipamentos para reciclagem de miriti para papel (em andamento).
	1.1.3. Oficinas de técnica e produtividade	a) Duas oficinas de capacitação em desenho, projeto e acabamento de peças.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.1. Implantação de planos de manejo de recursos naturais	a) Levantamento de pesquisas sobre possíveis impactos ambientais ou sociais da extração do miriti nas ilhas do entorno de Abaetetuba.
	1.2.4. Oficinas sobre manejo ambiental	a) Oficina de manejo do miriti e saúde do trabalho.
1.5. Fortalecer organização e gestão	1.5.3. Intercâmbio	a) Encontro entre artesãos e técnicos e gestores de espaços culturais, de exposição e venda de brinquedos em Belém (PA).

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Mostra Brinquedos e brincadeiras: artes da infância (SP). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens caracterizadas.
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas.
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) produção de folders e banners.
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de identidade visual.

Polo 03 – Cerâmica de Icoaraci (PA)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização do polo: Tradicional polo produtor de cerâmica, referencia estadual e nacional na produção de réplicas de peças arqueológicas – marajoara, conduri, tapajônica, maracá. A matéria-prima da produção, o barro, é originário da própria localidade e entorno, e é vendido aos artesãos pelos barreirenses, responsáveis pela extração, atualmente tentando levar a cabo um processo de formalização da Associação de Barreirenses. Os artesãos estão organizados em três entidades, além de informalmente em núcleos familiares. Os diferentes grupos produtores, concentrados sobretudo no bairro do Paracuri, eventualmente se associam em torno de objetivos comuns, mas cotidianamente operam em separado e têm projetos próprios. Os artesãos, por sua vez, também trabalham em separado, cada qual produzindo e comercializando dentro de seu núcleo familiar, em olaria própria, que em geral, corresponde a uma extensão do espaço doméstico. Duas entidades têm sede (SOAMI tem sede própria), sendo que uma delas conta com espaço de venda instalado na estação ferroviária, objeto de projeto de restauração a cargo do Iphan-PA. Outra conta com uma espécie de quiosque de venda na orla do distrito (Icoaraci é distrito de Belém). O artesanato de cerâmica de Icoaraci tem sido alvo de diferentes projetos de apoio e fomento (seja à produção, organização, comercialização, divulgação), realizado por instituições diversas. Desde o início dos anos 2000, o Sebrae-PA tem investido recursos em atividades de capacitação de artesãos e na estruturação de uma casa para o artesanato.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de barro.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais	1.3.1. Oficinas de técnica e produtividade	a) Cinco oficinas de capacitação para confecção de réplicas de cerâmica arqueológica.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação em feiras: Paralela Gift (SP). b) Mostra Brinquedos e brincadeiras: artes da infância (SP). c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens caracterizadas.
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas.
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) produção de folders e banners.

Polo 04 - Figuras de balata de Monte Alegre e Belém (PA)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização: Polo produtor de artesanato com balata, matéria-prima extraída da árvore conhecida como balateira (*Manilkara bidentata*), presente no ecossistema amazônico. Do interior de Monte Alegre vem a matéria-prima usada por artesãos em zonas rurais e urbanas deste município e de Belém. No repertório de produtos predominam miniaturas de animais e tipos amazônicos. Em Monte Alegre, os artesãos são poucos, desarticulados e não se identificam como grupo. Alguns trabalham de forma esporádica, dividindo-se entre o artesanato e outras atividades. Realizam vendas para Santarém, Belém e Manaus. Em Belém, os artesãos são quatro primos e irmãos, parentes dos primeiros. Trabalham exclusivamente com artesanato, daí retirando sua renda. Vendem toda semana na Feira da Praça da República e em algumas lojas da cidade. Fazem parte da Associação dos Artesãos e Expositores do Pará-Amazônia, que reúne todos os expositores da referida feira.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de ferramentas e utensílios para extração da balata.
	1.1.3. Oficinas de técnica e produtividade	a) Duas oficinas de capacitação em desenho, projeto e acabamento de peças.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.2. Investimento inicial para aquisição de matéria-prima	a) Aquisição de cinco blocos de balata para uso inicial dos artesãos de Belém e Monte Alegre.
	1.2.3. Elaboração e distribuição de material sobre manejo ambiental	a) Produção de cartilha sobre preservação da balateira e uso sustentável da balata (em andamento).
	1.2.4. Oficinas sobre manejo ambiental	a) Realização de uma oficina de manejo para seis balateiros.
	1.2.5. Aquisição/reparo/frete de veículos para transporte de matéria-prima	a) Serviço para transporte da balata.
1.5. Fortalecer organização e gestão	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina de associativismo para balateiros e artesãos em Monte Alegre.
	1.5.3. Intercâmbio	a) Promoção de visita de intercâmbio entre artesãos e balateiros em Monte Alegre.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Itinerância da Sala do Artista Popular realizada em 2005 no RJ para Belém (SAP).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens caracterizadas.
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas.
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders, catálogo de produtos (em andamento), banners.
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Desenvolvimento de identidade visual para os materiais de divulgação, com design próprio.
4. POLÍTICA PÚBLICA		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
4.3. Estabelecer parcerias	4.3.1. Articulações interinstitucionais	a) Parceria com a Secretaria de Meio Ambiente do Estado do Pará para reconhecimento público da legalidade da prática extrativista dos balateiros.

Polo 05 – Trançados do Arapiuns (PA)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização: Compõe-se de três núcleos de produção situados nas comunidades de Vista Alegre, Nova Pedreira e Vila Coroca, no Rio Arapiuns, afluente do Tapajós. Distanciam cinco horas, em média, da sede municipal, com acesso por barcos de linha regulares. Não há transporte coletivo entre as comunidades. O deslocamento tem que ser feito em canoa própria ou a pé (quando possível, nas temporadas de seca). O trabalho artesanal é majoritariamente feminino, mas há homens que realizam todo o processo de confecção dos trançados de tucumã, e outros que ajudam nas etapas de extração e tratamento da matéria-prima. O trabalho é realizado individualmente, no espaço doméstico. Apenas a comercialização é realizada em espaço coletivo, já construído na Vila Coroca. O tucumã é plantado nos quintais de cada família.

1. APOIO À PRODUÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Criação de depósito de matéria-prima com vitrine de vidro. b) Aquisição de mobiliário para espaço de trabalho: 20-30 cadeiras de madeira, duas mesas de computador, uma mesa de escritório, um arquivo.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de ferramentas para extração de tucumã: 12-6 foices roçadeiras. b) Aquisição de equipamento de proteção para extração do tucumã: 12-6 conjuntos de luvas, botas, capacete, máscara de proteção. c) Aquisição de três máquinas de costura Vigorelli simples, modelo antigo. d) Aquisição de quatro caldeirões médios para tingimento de palha. e) Aquisição de um fogão e botija de gás para tingimento da palha. f) Aquisição de 3-4 kits de ferramentas para produção de biojóias: três furadeiras de semente, 10 folhas de cada lixa 100, lixa 60, serra de aço de serrar ferro com todo arco (arco de serra com seis serras).
	1.1.3. Oficinas de técnica e produtividade	a) Realização de uma oficina de biojóias.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.4. Implantação de planos de manejo de recursos naturais	a) Oficina de manejo do tucumã.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.1. Aquisição de veículos e equipamentos	a) Aquisição de uma rabetta. b) Aquisição de gasolina para rabetta.
	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de uma impressora.
	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Apoio em diárias para artesãos participarem em feiras. b) Confeção de dois baús (1 x 0,5 x 0,5m) de compensado e forro de zinco, com duas alças laterais e cadeado, para transporte e guarda de peças para feiras. c) Mostra Brinquedos e brincadeiras: artes da infância (SP). d) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	2.1.4. Reforma ou construção de locais de venda	a) Aquisição de uma porta sanfonada de dois metros e quatro prateleiras de madeira para loja. b) Construção de banheiro e sanitário no terreno de loja. c) Aquisição/confeção de 12m esteira de arumã para cobertura de janelas. d) kits de energia solar com três placas e três baterias.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens caracterizadas.
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas em papel/plastificada, contendo informações sobre o produto e o produtor (em andamento). b) Produção de etiquetas de marca para fixação na peça.
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de catálogo virtual de peças. b) Produção de folders/produtos para distribuição em eventos. c) Produção de dois banners para eventos. d) Confeção de camisetas caracterizadas com marca da cooperativa. e) Confeção de uma série de cartões postais.
3.3 Ampliar o acesso à informação, assim como a preservação da memória sobre os processos de produção artesanal nos polos	3.3.2. Realização de pesquisas	a) Pesquisa sobre memórias locais. b) Publicação de livreto sobre memórias (em andamento).

Polo 06 – Cuias do Aritapera (PA)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização: Compõe-se de cinco núcleos de produção, situados nas comunidades de Enseada do Aritapera, Centro do Aritapera, Carapanatuba, Cabeça d'Onça e Surubim-Açu, na região de várzea do Rio Aritapera, afluente do Amazonas. Distância de quatro horas, em média, da sede municipal, com acesso por barcos de linha regulares. Não há transporte coletivo entre as comunidades. O deslocamento tem que ser feito em canoa própria ou a pé (quando possível, nas temporadas de seca). O trabalho artesanal é exclusivamente feminino e realizado coletivamente, em espaços improvisados debaixo de árvores ou em casas de farinha, onde o grupo de cada núcleo possa se reunir.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Adequação do Ponto de Cultura (em andamento). b) Aquisição de kits de energia solar.
	1.1.2. Aquisição de ferramentas	a) Aquisição de equipamentos e instrumentos de trabalho: 25 estiletos, 10 compassos de ferro com junção, um fogão e botija de gás para cozimento da cuia.
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.4. Oficinas sobre manejo ambiental	a) Oficina e acompanhamento de um técnico agroflorestal para manejo da cuieira.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.3. Pesquisa e difusão de referências tradicionais/locais	a) Produção de livro/álbum de padrões iconográficos tradicionais das cuias (em andamento). b) Produção de mostra do artesanato tradicional de cuias em Belém.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.1. Aquisição de veículos e equipamentos	a) Combustível para bajara da associação.
	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de mobiliário para exposição e venda permanente no Ponto de Cultura: 2 estantes para cuias.
	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Apoio em passagem para participação de uma artesã na feira Craft Design em SP. b) Apoio em diárias para artesãs participarem em feiras locais. c) Confeção de dois baús de compensado e forro de isopor por dentro (1 x 0,5 x 0,5m), com duas alças laterais e cadeado, para transporte e guarda de peças para feiras.
2.3. Fortalecer e valorizar a identidade dos grupos e indivíduos vinculada à produção artesanal.	2.3.3. Implementação de projetos piloto de registro de marca	a) Registro da marca já adotada pela associação (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confecção de sacolas caracterizadas em papel em três tamanhos diferentes (em andamento). b) Aquisição de material de embalagens para transporte (plástico bolha, caixas de papelão).
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas.
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de banners. b) Produção de camisetas com marca da associação (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de identidade visual.
3.3 Ampliar o acesso à informação, assim como a preservação da memória sobre os processos de produção artesanal nos polos.	3.3.3. Apoio a espaços de memória	a) Aquisição de mobiliário para o Ponto de Cultura: 20 cadeiras de madeira, quatro mesas de computador, com cadeiras, duas mesas de escritório com cadeiras, um arquivo de pastas suspensas com chave, um armário com vários nichos com cadeados/trancas independentes (todos os móveis de ferro), duas estantes de ferro para livros da sala de leitura. b) Confecção de painéis expositivos para o Ponto de Cultura. c) Edição e publicação do Livro do Ponto de Cultura, reunindo narrativas e memórias das comunidades (em andamento).

Polo 07 – Mobiliários dos rios Tapajós e Arapiuns (PA)

Gestora responsável: Luciana Carvalho

Caracterização: Compõe-se de sete núcleos de produção situados em seis comunidades: três localizadas na Floresta Nacional do Tapajós, no Município de Belterra, e três na Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns, em Santarém. O acesso às comunidades é feito por barcos de linha regulares e, para algumas, há estradas transitáveis em alguns períodos do ano. Não há transporte coletivo entre as comunidades. O trabalho artesanal é exclusivamente masculino, e se faz unicamente com madeiras mortas retiradas da floresta, em acordo com o estabelecido nos planos de manejo das áreas. Todo o processamento da madeira é feito com instrumentos manuais e elétricos, cuja fonte de energia é o gerador movido a diesel. O trabalho é realizado coletivamente, em oficinas de produção construídas com esse fim. A comercialização é realizada em ponto de venda em Santarém. O artesanato guarda fortes referências da região, ressaltadas na forma dos bancos e mesas inspirados na fauna amazônica e, para comercialização, o grupo já conta com marca registrada.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de sete conjuntos de ferramentas: serra ita, máquina para acabamento, furadeira elétrica profissional.
	1.1.3. Oficinas de técnica e produtividade	a) Duas oficinas de capacitação em desenho, projeto e acabamento de peças. b) Duas oficinas de produção de peças montáveis (em andamento).
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.1. Implantação de planos de manejo de recursos naturais	a) Oficina de manejo do miriti e saúde do trabalho.
	1.2.5. Aquisição/reparo/frete de veículos para transporte de matéria-prima	a) Aquisição de quatro carrinhos.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Mostra Brinquedos e brincadeiras: artes da infância (SP). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
2.3. Fortalecer e valorizar a identidade dos grupos e indivíduos vinculada à produção artesanal.	2.3.2. Criação e divulgação de marca própria	a) Produção de sete conjuntos de carimbos com três ferros cada (tamanhos P, M, G) para gravação da marca própria nas peças.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders, manual de montagem e catálogo de peças e banners (em andamento).

Polo 08 – Trançados de capim dourado do Jalapão (TO)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O polo se caracteriza pela produção de bijuterias, acessórios e de utensílios domésticos e para decoração com o trançado do capim dourado (*syngonanthus nitens*), uma espécie de sempre-viva característica do cerrado e cuja maior parte da produção artesanal tradicional está concentrada na região do Jalapão, no Tocantins. Apesar de ter surgido no povoado de Mumbuca (Município de Mateiros), a produção artesanal abrange atualmente sete municípios (Ponte Alta, Mateiros, São Félix, Novo Acordo, Lagoa, Santa Teresa e Lizarda). Os artesãos estão organizados em 11 associações que se encarregam da comercialização das peças. Apesar disto também é comum a venda das peças nas casas dos próprios artesãos. A venda é feita para turistas que visitam as cidades da região e lojas e empresas que revendem a produção para outros centros comerciais como Rio de Janeiro e São Paulo. Existe ainda a comercialização direta dos artesão com revendedores de diversas capitais brasileiras, possíveis através dos contatos feitas quando participam de feiras e eventos. De um modo geral, as grandes vendas são mediadas por parceiros locais – como a Central do Cerrado, a Fundação Pequi e o Sebrae – que têm auxiliado na negociação com estas empresas.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Compra de matéria-prima.
	1.2.4. Oficinas sobre manejo ambiental	a) Realização de oficinas para debater e divulgar melhores formas de manejo de acordo com o plano de manejo da Naturatins.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora. b) Aquisição de mobiliário para pontos locais de venda: balcão, mesas e cadeiras para reuniões (em andamento).
	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação na FNA.
2.3. Fortalecer e valorizar a identidade dos grupos e indivíduos vinculada à produção artesanal.	2.3.3. Implementação de projetos piloto de registro de marca	a) Encontro para debater o processo de indicação geográfica da região do Jalapão

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Confecção de etiquetas (em andamento).

Polo 09 – Cerâmica de Lagoa da Canoa (AL)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O município de Lagoa da Canoa está a cerca de 150 km de Maceió e a 13 km de Arapiraca, importante cidade do semi-árido. O acesso é fácil, pode-se chegar por rodovias pavimentadas, como a BR-316 ou as estaduais AL-220, AL- 115 ou AL-485. Possui paisagem típica do semi-árido nordestino, com vegetação composta pela caatinga e clima tropical, com chuvas entre novembro e abril. A produção da cerâmica utilitária está concentrada no povoado de Lagoa do Mato, que pertence à sede do município. É antiga no povoado a produção de painéis e dos “purrões”, grandes jarros para armazenar água, embora os atuais artesãos não consigam precisar a data na qual tudo começou. Na memória afetiva do grupo, figuram avós e avôs, pais e mães como detentores do saber. A técnica permanece a mesma, queimam-se as peças em um grande forno que se alimenta de lenha e utiliza-se o próprio barro para extrair os pigmentos necessários aos detalhes de coloração. O Polo, embora carregue a tradição, produz com dificuldades o que não permite que os artesãos tenham rendimentos significativos, ou mesmo tranquilidade como futuro da tradição, que já está ameaçada por falta de investimentos.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Construção de cobertura com telhas galvanizadas para o proteger o forno.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de máquina para moer barro (em andamento). b) Aquisição de quatro peneiras com um metro de diâmetro. c) Compra de máscaras corta-fogo.
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.5. Aquisição/reparo/frete de veículos para transporte de matéria-prima	a) Transporte de matéria-prima.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Aquisição de plástico bolha e caixas de papelão.
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas de papel. (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders. (em andamento).

Polo 10 – Rendas de Marechal Deodoro (AL)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O município de Marechal Deodoro, fundado no século 17, localiza-se a 27 Km de Maceió, nas margens das Lagoas de Manguaba e Mundau. O acesso é fácil e rápido através das rodovias AL 215 e AL 101. A cada 20 minutos saem ônibus e vans do centro de Maceió em sua direção. Desde 2006, Marechal Deodoro é tombado pelo IPHAN como patrimônio histórico do Brasil. O extenso calendário de festejos folclóricos e apresentações musicais, com bandas de pífano e de rabeca, também se destaca. Além da efervescência cultural, reúne patrimônio natural com praias de águas cristalinas, entre estas a turística Praia do Francês, onde rendas e bordados são comercializados. A produção das rendas filé, labirinto e singeleza faz parte da tradição cultural e destaca-se na paisagem da cidade, onde é possível ver as artesãs com suas telas ou bastidores trabalhando na porta de suas casas, nas calçadas, na loja da Associação das Mulheres Rendeiras de Marechal ou no Centro Cultural Municipal. O filé é o carro chefe da produção, envolvendo mulheres de todas as faixas etárias. O labirinto e a singeleza, que demandam mais tempo e concentração, agregam as mulheres da terceira idade. O Saber-Fazer da Singeleza está em processo de inscrição no Livro de Registro do Patrimônio Imaterial do IPHAN.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Aquisição de ventiladores grandes .
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de bastidores, tesouras e agulhas para bordar à mão.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de linha esterlina e e linha zebra número 40.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de quatro manequins de pvc. b) Aquisição de seis prateleiras de madeira.
	2.1.3. Participação em exposições mostras e feiras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

Polo 11 – Cerâmica de Muquém (AL)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O Quilombo de Muquém localiza-se no município de União dos Palmares, a cerca de 70 km de Maceió, na região da Zona da Mata alagoana. O acesso é fácil, todos os dias saem ônibus e vans da capital em direção ao histórico município de clima tropical. A Serra da Barriga, onde outrora se ergueu o famoso Quilombo dos Palmares, berço de Zumbi, está tombada e também se destaca como atrativo turístico e cultural. O Quilombo de Muquém fica distante mais ou menos cinco km do centro do município e reúne, além de muitas crianças, um grupo de artesãos produtores de cerâmica, que apesar das dificuldades financeiras mantém a tradição, herdada de seus ancestrais. A produção de cerâmicas utilitárias e figurativas é forte elemento constituidor da identidade local. Em Muquém a maioria dos artesãos produz e comercializa as peças em suas próprias casas, embora exista um galpão construído com o propósito de agregar a produção e a comercialização. Dona Irinéia, artesã de renome, considerada mestra e patrimônio vivo do Estado de Alagoas, e seu esposo Antônio são uns dos poucos que produzem no galpão, à revelia do calor intenso que o teto de amianto é capaz de provocar. Tanto as panelas de barro, jarros, esculturas, quanto as famosas “cabeças” de dona Irinéia, que já foram capa de revista, apresentam características singulares e padrão estético enraizado na tradição.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de estiletes para desenhar o barro.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposição, mostras e feiras	a) Participação na Paralela Gift. b) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

Polo 12 – Bordado Boa-noite de Ilha do Ferro (AL)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: A Ilha do Ferro pertence ao município de Pão de Açúcar, sertão alagoano, e está localizada no rio São Francisco, entre a linha imaginária que divide os Estados de Alagoas e Sergipe. Está a 18 km da sede do município e pode-se chegar ao povoado de barco ou por estrada de chão. A estrada de modo geral é boa, porém em períodos de chuva é aconselhável que se tome o barco. O clima é tropical, a temperatura chega aos 40 graus e o período de chuva é entre março a julho. A Ilha do Ferro reúne casario colonial razoavelmente conservado, bares, uma igreja e pequenas praias propícias ao banho. No que condiz ao artesanato, é conhecida como berço de artesãos que valorizam e perpetuam suas raízes. O bordado “Boa-noite”, produzido por cerca de 40 mulheres, entre 18 e 60 anos, na Cooperativa Art-Ilha, ilustra tal concepção. O bordado foi batizado com o nome de uma flor típica da região. As artesãs atribuem a origem do bordado como fruto da passagem dos holandeses, no sec. XVIII, na região. Do séc. XVIII até os dias de hoje, o bordado nunca desapareceu, porém sua produção não foi ininterrupta. As artesãs remetem ao ano de 1945, quando dona Ernestina, já falecida, tornou-se a responsável pelo resgate e disseminação do Boa-noite na Ilha do Ferro.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Aquisição de 40 cadeiras de madeira e reclináveis (em andamento). b) Aquisição de dois ventiladores com pé, seis toldos de dois metros e um de 3.5 metros para a fachada. c) Adequação do espaço de produção.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de 40 tesouras de unha, 20 bastidores médios e 20 grandes.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Participação na Festa de Reis no Município de Pão de Açúcar. b) Participação na SAP do Museu do Folclore Edson Carneiro/RJ. c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Aquisição de embalagens, sacolas feitas com papel reciclado e que tenham o nome da cooperativa Art-Ilha (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Aquisição de 3.000 etiquetas de pano, para costurar nos produtos (em andamento).

Polo 13 – Trançados e fibras de Araci e Valente (BA)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: A fibra do sisal é a maior referência econômica das cidades de Valente e Araci. Em 1998, com o Programa de Artesanato e Geração de Renda do Conselho da Comunidade Solidária, iniciou-se uma pesquisa, organização de grupos de artesãs e oficinas de repasse de saber, com as matérias-primas locais. As pessoas envolvidas eram as mulheres que trabalhavam no “corte do sisal”, nas roças da região. Durante esse processo também foram desenvolvidos projetos visando o resgate do artesanato feito com fibra de caroá, atividade secular, passada de geração em geração nas comunidades de Retirada e Laginha, localizadas em Araci. O uso da pindoba é mais recente, reproduzindo as técnicas tradicionais de trançado nesta região.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saberes 1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de oficina de repasse de saberes (acabamento no trançado de pindoba) no povoado de Laginha, em Araci. b) Realização de pesquisa junto às artesãs de referência nas comunidades em Valente e Araci para elaboração de cadastro.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Feira Nacional de Artesanato – Belo Horizonte (MG). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders e sacolas (em andamento).

Polo 14 – Cerâmica de Barra (BA)

Gestora responsável: Valéria Aquino

Caracterização: O polo de artesanato de Barra está localizado no estado da Bahia, na região do Médio São Francisco e compõe-se por três núcleos de produção, produtores de objetos de cerâmica, desde peças utilitárias a imagens de santo. O primeiro núcleo é o grupo de mulheres de Passagem, vilarejo de Barra, às margens do Rio São Francisco; o segundo é a associação Nossa Senhora de Fátima e o terceiro é a Associação Gerar, ambas no município de Barra. Podemos citar como destaque as peças: potes, tigelas, moringas de armazenamento de água e alimentos e imagens figurativas, em especial santos.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Adequação de dois espaços de produção: recolocação de telhas de barro em Barra (em andamento). b) Construção de um pequeno muro de aproximadamente 1 m e 50 cm para proteger da enxurrada na localidade de Barra. (em andamento).
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina repasse de saber	a) Uma oficina de repasse de saber para jovens da localidade de Passagem.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições/feiras e mostras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

Polo 15 – Cerâmica, tecelagem de algodão e buriti de Cocos (BA)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: O Polo de Cerâmica, tecelagem de algodão e de Buriti de Cocos se caracteriza por utilizar saberes e fazeres do traiado e urdido da palha e da seda do Buriti na confecção de esteiras, redes, bolsas entre outros artesanatos. As comunidades que os produzem nas localidades de Canguçu e Porcos que distam respectivamente 170km e 117km da sede do município vivem em condições precárias. Não há luz elétrica em Canguçu e em Porcos algumas casas têm painel solar, mas esta não é suficiente para alimentar mais do que poucas lampadas e uma televisão. Quanto a água, ela é captada dos rios e não é tratada. Cada comunidade tem um galpão para os artesãos, no entanto, não há luz ou móveis neles, o que inviabiliza o trabalho à noite (período mais fresco do dia). As peças produzidas são vendidas para os eventuais turistas que passam pelas comunidades e levadas para as feiras nas cidades de Cocos e Carinhanha, contudo, não há transporte público e o frete é caro. As condições de tráfego das estradas de terra que levam às comunidades contribuem para o seu isolamento, visto que um percurso de 117km é feito em 4,5 horas e apenas por veículos altos (caminhonetes, utilitários com tração nas quatro rodas, caminhões e máquinas agrícolas).

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Realizada a aquisição e instalação conjunto de placa solar, gerador de energia e de kit iluminação (lâmpadas e tomada) no galpão de Canguçu. b) Realizada a aquisição e instalação conjunto de placa solar, gerador de energia e de kit iluminação (lâmpadas e tomada) no galpão de Porcos.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Realizada a aquisição de facas, tesouras e facões para as comunidades de Porcos e Canguçu. b) Realizada a aquisição de conjunto de mobiliário (mesa com cadeiras, armário) e eletrodoméstico (fogão) para cada um dos galpões das comunidades de Porcos e Canguçu.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.1. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Elaboração de plano de manejo para o Buriti (em andamento).
	1.2.4. Oficina sobre manejo ambiental	b) Oficina de implementação do plano de manejo.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.1. Oficina padrão de qualidade	a) Oficina de tingimento natural de fibra vegetal (em andamento). b) Elaboração de cartilha com receitas de tratamento e tingimento da fibra de buriti por meio de pigmentos naturais encontrados na localidade (pesquisa em andamento).
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3 Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação na FNA – Feira Nacional de Artesanato em Belo Horizonte.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Confeção de embalagens caracterizadas, etiquetas, cartões de visita, folders e banners (em andamento).

Polo 16 – Cerâmica de Rio Real (BA)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: A cerâmica de Rio Real é produzida nas localidades rurais de Santa Rita e Rebolo por artesãs que seguem uma tradição passada de geração a geração por mestras locais. No processo de produção da cerâmica, cabe aos homens a extração do barro e, por vezes, a queima em forno. Às mulheres são reservadas a modelagem, o brunimento e a decoração das peças: o banho de tauá (argila avermelhada) e, antes da queima, os “bordados” em tabatinga (argila branca), como são chamados dada a sua delicadeza, reproduzem na cerâmica os padrões da renda de bilro e do *richelieu*, presentes no imaginário das ceramistas de Rio Real, conferindo singularidade a essa cerâmica.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Adequação dos espaços de produção das ceramistas e dos fornos. Pintura de fachada de um dos ateliês.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de uma carroça e de um animal de tração para o transporte do barro.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficinas de repasse de saber. 1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de oficinas de repasse de saberes (modelagem e decoração) junto à rede de ensino público municipal, particularmente nas escolas das localidades rurais e núcleos do PETI (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil); b) Realização de pesquisa sobre os padrões tradicionais de decoração junto às artesãs de referência na comunidade com vistas a uma publicação.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de SAP em Salvador com itinerância para Rio Real, em parceria com o Instituto de Artesanato Visconde de Mauá e Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders (em andamento) e de publicação sobre os padrões tradicionais de decoração (bordados em tauá) – em andamento.
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca.

Polo 17 – Cerâmica de Maragogipinho (BA)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: Maragogipinho, distrito do município de Aratuípe (BA), a cerca de 150 de Salvador, guarda as características das atividades artesanais ali desenvolvidas há mais de dois séculos pelos mestres oleiros. Maragogipinho está inserido num processo de produção em que predomina o *torno* manual como principal instrumento de trabalho na modelagem de objetos utilitários como potes, porrões, moringas de vários tipos (bois-bilhas e baianas), mealheiros, painéis e alguidares, ao lado dos decorativos (produção recente). Após a pintura com tauá (argila avermelhada), a decoração com tabatinga (argila branca), com motivos florais, caracteriza o trabalho feminino nessa atividade tradicional do recôncavo baiano. Atualmente, entre os mais de cem oleiros, apenas cerca de vinte trabalham com as técnicas tradicionais, nas mesmas grandes olarias de seus antigos mestres, debruçados sobre o mangue de um braço do rio Jaguaripe, com paredes de bambu e palha e seus fornos a lenha tipo “capela”, de origem portuguesa, com cerca de três metros de altura. Muitas encomendas oriundas de todo o país somam-se às vendas na Feira de São Joaquim, em Salvador, para onde grande parte da produção da cerâmica de Maragogipinho segue, semanalmente, transportada por dois antigos saveiros.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais. 1.3.3. Oficina de repasse de saberes	a) Realização de pesquisa sobre a identidade de Maragogipinho e o processo artesanal da cerâmica, com vistas a uma publicação. b) Realização de pesquisa (nas coleções em Salvador e Rio de Janeiro) sobre os padrões tradicionais de decoração em tabatinga e pintura a óleo (trabalho feminino), com vistas a uma publicação. a) Realização de oficina de modelagem no torno para 14 jovens oleiros (duração de 66 horas), tendo dois mestres (oficiais) como instrutores.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de mobiliário para ponto local de venda: estantes e expositores em madeira. b) Aquisição de mobiliário e arquivos para formação de centro de memória (em andamento).
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Pintura interna e externa, colocação de uma porta e de uma janela (vitro) além de reparos na parte frontal da sede da Associação de Apoio Mútuo dos Oleiros de Maragogipinho (ponto local de comercialização).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de SAP no Rio de Janeiro com itinerância para Salvador, em parceria com Instituto Mauá e Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. b) Paralela Gif (SP). c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca.

Polo 18 – Cerâmica de Irará (BA)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: De geração em geração, as ceramistas de Irará (BA) modelam as formas arredondadas e generosas dos potes, porrões, caborés, panelas, frigideiras, fogareiros e cuscuzeiros e outros objetos utilitários que atendem às necessidades da população regional. A produção é quase toda concentrada no trabalho feminino que emprega como matéria prima a argila e o tauá extraídos de barreiro próprio da Associação Comunitária de Irará Mãos que Transformam o Barro. Um único ponto de comercialização permanente na cidade está localizado no Mercado Municipal e é gerido pela Associação Comunitária de Artesanato e Arte Popular de Irará. Ambas as associações aguardam a restituição, pela prefeitura, da Casa do Artesão, cedida em regime de comodato em 2000.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Adequação dos fornos (cobertura e piso ao redor) de onze ceramistas.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de SAP em Salvador com itinerância para Irará, em parceria com o Instituto de Artesanato Visconde de Mauá e Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders e banner (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca.

Polo 19 – Tecelagem, bordado richelieu e fios-de-conta de Salvador (BA)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: Até meados da década de 90, o único artesão que tecia panos da costa em Salvador era Abdias do Sacramento Nobre, natural da capital baiana e descendente de africanos, falecido em 1994. Tendo deixado discípulos, a retomada e a reativação da tecelagem artesanal de panos da costa segundo padrões tradicionais constituiu-se em um grande momento na trajetória histórica e cultural afrodescendente na Bahia. Assim, em 2002 e 2003, somaram-se esforços do CNFCP, MinC, Programa Artesanato Solidário, Instituto de Artesanato Visconde de Mauá e Ilê Axé Opô Afonjá, com o apoio da Petrobras para o patrocínio de oficinas, seminários e a instalação da Casa do Alaká (outubro de 2002), espaço destinado à produção artesanal de panos da costa e formação de tecelãs/ões, mantendo identidades tecnológicas, estéticas e morfológicas dos tecidos, promovendo sua comercialização nacional e internacional. O projeto de tecelagem de tradição para geração de trabalho e renda, realizado pelo Artesanato Solidário e Instituto Wal Mart em parceria com a Associação São Jorge Filho da Goméia, em Portão (Lauro de Freitas), entre 2005 e 2008, buscou valorizar as culturas tradicionais e a promoção dos patrimônios culturais. A tecelagem produzida em Kula Tecelagem tem origem africana e é emblemática da identidade cultural baiana com a produção de panos da costa, com ênfase no repasse do saber, inventário e aperfeiçoamento dos pontos, gestão e organização da produção. Em 2005, o Bankoma foi transformado em Ponto de Cultura, projeto que nasceu da constatação da carência de promoção das comunidades de matrizes africanas aos direitos e bens culturais e buscou contribuir de várias formas para o fortalecimento de ações de políticas afirmativas que estão sendo implementadas.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Conserto das rachaduras nas paredes, pintura, reparos nas instalações hidráulica (sanitário) e elétrica, retelhamento da Casa do Alaká (em andamento).
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de quatro teares horizontais. b) Aquisição de quatro pentes de aço (para as grades) para os teares novos (em andamento).
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de linhas coloridas (em andamento).
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de oficina de repasse de saber (a ser realizada após a conclusão da adequação do espaço de produção).
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Construção do espaço para exposição e comercialização em Kula Tecelagem (em andamento).
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Paralela Gift (SP) – Kula Tecelagem. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento)
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders, banners, sacolas (em andamento).

Polo 20 – Garrafas de areia de Aracati (CE)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: Os artesãos atualmente trabalham de forma individualizada, cada um produzindo em sua residência. O grupo não possui uma associação própria, mas integra a Associação de Artesãos de Majorlândia-ASSAM, cuja principal atividade produtiva é a renda de labirinto. A matéria-prima principal, a areia, é retirada de terreno pertencente à União. A ASSAM está com a documentação toda regularizada, mas, devido à pouca participação efetiva dos artesãos de areia, há ainda um processo de ajustamento político interno ao grupo para decidir se eles adquirem patrimônio em nome dessa associação ou criam outra própria do artesanato de areia. Os artesãos trabalham na confecção de garrafas de areias coloridas. A matéria-prima é extraída de terreno pertencente à União, as falésias das praias dos arredores de Majorlândia, distrito do Município de Aracati. Atualmente trabalham de forma individualizada, cada um produzindo em sua residência e vendendo em lojas de artesanato de Canoa Quebrada, Fortaleza e, às vezes, de outros estados. Vendem também no comércio ambulante das barracas de praia de Canoa Quebrada, atividade conhecida como “manguear”. As garrafas produzidas por este grupo apresentam excelente acabamento e desenhos de traços finos. O grupo não possui uma associação própria, mas integra a Associação de Artesãos de Majorlândia-ASSAM, que trabalha com várias tipologias. A ASSAM está com a documentação toda regularizada e a participação efetiva dos artesãos de areia aumentou no ano de 2010, durante o desenvolvimento do Promoart.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina repasse saber	a) Oficina de repasse de saberes artesanais e acabamento de produto para um grupo de 28 alunos entre 10 a 35 anos de idade.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.1. Oficina padrão de qualidade	a) Oficina de repasse de saberes artesanais e acabamento de produto para um grupo de 28 alunos entre 10 a 35 anos de idade.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de exposição conjunta Aracati, Icapuí e Cascavel no Sobrado Dr. José Lourenço (CE). b) Realização de SAP no Rio de Janeiro em parceria com a CEF. c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens caracterizadas com a marca, (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita. b) Produção de catálogo de produtos.

Polo 21 – Cerâmica de Cascável (CE)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: O polo de Cascavel é rural e as casas são espaçadas. Segundo o ceramista Francisco Muniz, para conseguir reunir os artesão da Associação de Artesãos de Moita Redonda - AAMR, deve ser feita um convocação com 15 dias de antecedência. Na AAMR estão associados cinco grupos produtivos, no total de 12 famílias e 40 pessoas. Quatro estão localizados em Moita Redonda e um em Boa Fé. As famílias se reúnem em grupos produtivos de acordo com a proximidade das casas. Assim, todo o equipamento indicado pelo mestre visa contemplar os cinco polos de produção ou as doze famílias. A associação está totalmente legalizada. Muitos ceramistas não participam da associação nem possuem outra forma de se associar. Todo o grupo produz cerâmica tradicional de ótima qualidade e reconhecimento de várias gerações, com exceção da família do Sr. Muniz que passou a produzir peças contemporâneas com a utilização de gabaritos e moldes e aplicação de renda de bilro em forma de carimbo sobre o barro.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de tornos manuais de ferro fundido ou maciço (em andamento). b) Aquisição de forrageiras, com a maior potência bifásica existente (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de exposição conjunta Aracati, Icapuí e Cascavel no Sobrado Dr. José Lourenço (CE). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ) .
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeccção de embalagens que protejam as peças de barro e caracterizadas com a marca (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas (em andamento) b) Criação de 12 carimbos para argila, com marca, nome da associação e de cada polo familiar de produção (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita (em andamento). b) Confeccção de catálogo de produtos (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Design da marca da associação.

Polo 22 – Rendas de Icapuí (CE)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: O polo é formado exclusivamente por mulheres, que moram em Morro Pintado, localidade de Icapuí. São 25 artesãs articuladas em torno de duas mestras, que organizam a produção: Dona Lourdes, que trabalha com peças pequenas de cambraia e estopa, e Dona Maria do Carmo, que trabalha com peças grandes e pequenas de linho. As matérias-primas (o linho, a estopa e a linhagem) são encomendadas em Fortaleza e não há dificuldades de acesso a elas. As formas de produção e comercialização variam de acordo com o tipo de peça. No caso das peças grandes, envolve a participação de até sete artesãs por peça, nas seguintes funções: corte, desfiado, enchimento, torcimento, paletão, caseado e lavagem e engomagem. Como requerem um alto investimento de mão-de-obra, as peças grandes só são feitas sob encomenda. No caso de vendas para fora do município, utilizam serviços de correios e transportadoras. Não existe associação específica das labirinteiras. O que há é a participação de todas elas na ONG Caiçara, organizada pelo novo padre da localidade, e que tem como áreas de atuação o processamento da casca do coco e o gerenciamento de uma pousada.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de linhas e tecido.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de exposição conjunta Aracati, Icapuí e Cascavel no Sobrado Dr. José Lourenço (CE). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeccção de embalagens caracterizadas com a marca (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita (em andamento). b) Confeccção de catálogo de produtos (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Design da marca da associação.

4. POLÍTICA PÚBLICA

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
4.3. Estabelecer parcerias	4.3.1. Articulações interinstitucionais	a) Articulação com o Sobrado Dr. José Lourenço a concepção e a produção das exposições.

Polo 23 – Artes de Juazeiro do Norte (CE)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: O Centro Mestre Noza é a principal referência dos artesãos. Lá, além de serem expostas e comercializadas as peças, é também o depósito da matéria prima e espaço de produção. O espaço é dividido entre alguns artesãos e escultores que trabalham em horário comercial. Há um aglomerado de peças que não foram adquiridas por clientes. Alguns estragam com a ação do sol e da chuva. Cada vez mais chegam peças novas e o volume das vendas das mesmas é menor do que o volume da compra. Ali, dez escultores trabalham e são um atrativo para os turistas e demais clientes e visitantes. Os demais artesãos trabalham em suas residências. O prédio é de propriedade do governo estadual e não há qualquer documentação de posse ou uso em nome da associação. Antes de 1984, estava abandonado e cheio de entulho. A prefeitura então resolveu ocupá-lo e alugou as lojas externas para os comerciantes e o espaço interno cedeu à Associação. Segundo os artesãos, a parte externa do prédio tomada por comerciantes descaracteriza a arquitetura do antigo quartel. Há cupins sendo combatidos, infiltrações e vazamentos que indicam a necessidade de uma grande reforma e de revisão das instalações elétricas e hidráulicas. O espaço físico do antigo quartel, onde fica localizada a sede da Associação, possui muitas carências. O espaço tornou-se pequeno para a quantidade de peças produzidas em diversas categorias e para a quantidade de discípulos que o frequentam. Há necessidade de espaço para distribuição correta dos ambientes e das categorias, embora os artesãos não queiram modificar a atual organização das peças, concebida na década de 1990. A sala da xilogravura praticamente não existe mais, sufocada por esculturas coloridas, malas de papelão, candeeiros, igrejinhas. É cada vez mais difícil ministrar oficinas por falta de um ambiente adequado. Os artesãos também desejam a construção de um segundo andar para a estocagem de peças e a cobertura da área interna para que as peças não fiquem exposta ao tempo. E já encaminharam um projeto para a Caixa Econômica Federal para a colocação de uma cobertura de alumínio na parte aberta do pátio, para que as peças possam ficar expostas ao público, mas protegidas do sol e da chuva. Este projeto ainda está em avaliação. A ilegalidade da ocupação, no entanto, dificulta a intervenção no espaço em prol dos artesãos, pois, de acordo com a variação de gestões do governo e da prefeitura eles podem receber, e já receberam, ameaças de sanções ou despejo. Mas, segundo Hamurabi Batista, presidente da associação, atualmente o governo estadual apoia a ocupação do espaço pelo artesanato e planeja a desocupação das lojas externas pelos comerciantes, que deverão ser realocados para o Centro de Apoio ao Romeiro, ainda em construção. E este governo pode mesmo apoiar uma iniciativa de regularização da ocupação do imóvel pelos artesãos caso haja a intenção da Promoart em fazer melhorias no espaço.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de equipamentos (caixa registradora fiscal; etiquetadora de código de barras; impressora de código de barras; leitor de código de barras).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). b) Participação na exposição e venda no Sobrado Dr. José Lourenço.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confecção de embalagens caracterizadas com a marca (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas (em andamento) .
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita (em andamento). b) Confecção de catálogo de produtos (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Design da marca da associação.

Polo 24 – Renda em fibra de buriti de Barreirinhas (MA)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: Barreirinhas localiza-se a aproximadamente 170 km de São Luís, percurso realizado em cerca de quatro horas de viagem pela MA 402, podendo esse tempo cair para 50 minutos, caso o transporte seja aéreo. A população de aproximadamente 15 mil habitantes sobrevive da agricultura, pesca, prestação de serviço (com destaque para o setor turístico) e artesanato em fibra de buriti. A cidade possui uma infra-estrutura básica precária, dispondo apenas de um banco, uma agência dos correios e a inexistência de transporte de circulação interna. O saneamento básico é comprometido, sendo o esgoto depositado diretamente no Rio Preguiças, e o único hospital encontra-se fechado há mais de um ano. Muitas comunidades produzem chapéus, bolsas, artigos de decoração que são vendidos a preços bastante variáveis nas dezenas de lojas encontradas na sede e nos pontos turísticos tradicionais (Vassouras, Farol de Mandacaru e Caburé), em São Luís e mesmo fora do estado, neste último caso graças à massiva ação de atravessadores.

Doze dessas comunidades encontram-se organizadas na Cooperativa dos Artesãos dos Lençóis Maranhenses (Artcoop), incluindo-se nesse número ainda povoados do município de Tutóia. Entretanto, pela história e qualidade da produção, cinco dessas comunidades merecem destaque: Marcelino, Vigia, Cebola, Ladeira e Manuelzinho.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de máquinas e ferramentas: máquinas de costura industrial, tachos, colheres de pau, tesouras, agulhas, martelos, pregos, serrotes, corda de varal, facão; b) Fabricação de teares, moldes de chapéus, fogão de barro (em andamento).
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de zíper, fitilho de cetim em diversas cores, algodão cru, chita.
	1.2.3. Elaboração e distribuição de material sobre manejo ambiental	a) Elaboração de cartilha sobre manejo e plantio do buriti e plantas utilizadas para a pigmentação da fibra como mangue vermelho, salsa, urucu, anil, pariri e outras (pesquisa em andamento).
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.3. Pesquisa e difusão de referências tradicionais/locais	a) Elaboração de cartilha com receitas de tratamento e tingimento da fibra de buriti por meio de pigmentos naturais encontrados na localidade (pesquisa em andamento).
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora. b) Aquisição de mobiliário para pontos locais de venda: araras, manequim, balcão.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação de ponto de comercialização na Casa de Nhozinho da Superintendência de Cultura Popular da Secretaria de Estado da Cultura, em São Luís (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Criação de ponto de comercialização na Casa de Nhozinho da Superintendência de Cultura Popular da Secretaria de Estado da Cultura, em São Luís (em andamento). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Confecção de embalagens caracterizadas, etiquetas, cartões de visita, folders e banners (em andamento).

Polo 25 – Renda de bilro e filé de Raposa (MA)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: Raposa localiza-se a cerca de 25 km de São Luís. Com aproximadamente 12 mil habitantes, o município conta com uma infra-estrutura básica razoável, contando com banco, correio, escolas de ensino básico, médio e fundamental pertencentes à rede pública, hospital e posto de saúde, embora boa parte de sua população dê preferência a utilizar esses serviços em São Luís e Paço do Lumiar (outro município limítrofe à cidade). As maiores dificuldades ficam por conta do deslocamento interno (onde há apenas dois veículos fazendo a linha, cuja passagem custa R\$ 1,50) e do saneamento básico (as casas não dispõem de sistema de esgoto, sendo os mesmos diretamente despejados nas ruas, quintais e mar). Apontada pelos entrevistados como de herança cearense, a produção artesanal de bilro fica por conta das mulheres que nos intervalos dos serviços domésticos tecem peças de vestuário, cama e mesa, atendendo a encomendas ou expondo nas dezenas de lojas encontradas na avenida principal. Segundo pesquisa realizada pelo Banco do Brasil, em Raposa há aproximadamente 150 rendeiras, das quais cerca de 1/3 desse contingente encontra-se organizada na Associação das Rendeiras da Raposa Bilro de Ouro, criada em 1988.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Pintura da sede da Associação das Rendeiras da Raposa Bilro de Ouro.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de máquinas e ferramentas: máquinas de costura industrial, tesouras.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de chita, linhas coloridas (Cléa, Esterlina), papelão, lápis preto, borracha, papel manteiga.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de pontos e desenhos com motivos regionais, em parceria com o Instituto de Desenvolvimento do Artesanato Maranhense.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora. b) Aquisição de mobiliário para pontos locais de venda: araras, manequim, armário.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação de ponto de comercialização na Casa de Nhozinho da Superintendência de Cultura Popular da Secretaria de Estado da Cultura, em São Luís-MA (em andamento).
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.3. Formação de capital de giro	a) Oficina junto às rendeiras associadas realizada em parceria com o Instituto de Desenvolvimento do Artesanato Maranhense.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Criação de ponto de comercialização na Casa de Nhozinho da Superintendência de Cultura Popular da Secretaria de Estado da Cultura, em São Luís-MA (em andamento). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). c) Realização de SAP em São Luís-MA (em andamento).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita, catálogo de produtos, filipetas, sacolas (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca em parceria com Instituto de Desenvolvimento do Artesanato Maranhense.

Polo 26 – Bordados do Bumba-meu-boi de São Luís (MA)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: São Luís tem uma população aproximada de 900 mil habitantes. A cidade conta com uma infra-estrutura boa, tendo serviços de comunicação, saneamento básico, energia, calçamento, educação, saúde, correios e banco em maior parte de sua extensão. Entretanto, alguns bairros ainda sofrem com a má organização, com destaque para aqueles mais afastados. A economia local sustenta-se basicamente pela prestação de serviços, comércio e turismo. Em relação à produção artesanal, destacam-se a cerâmica vitrificada, os trançados de buriti e o tradicional bordado de bumba-meu-boi. Em relação esta última tipologia, observa-se que os artesãos têm, em sua grande maioria, uma produção sazonal, diretamente ligada aos festejos de São João, quando os grupos de bumba-meu-boi fazem as apresentações para o grande público, sendo o principal atrativo da época. Uma característica desses artesãos é a não-organização em grupo, ou seja, tratam-se de trabalhadores autônomos que atendem, majoritariamente, a encomendas dos grupos e brincantes de bumba-meu-boi, produzindo, com a ajuda de aprendizes, bordados da carcaça do boi, chapéus, peitorais, calças, dentre outros. Mais recentemente, talvez por incentivo do fluxo turístico, alguns desses artesãos têm se dedicado à produção de miniaturas, brincos, bolsas e apliques para quadros de parede, descanso de copo, marcadores de página.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de ferramentas: agulhas de tamanhos variados, tesoura de costura, pistola de cola quente para seis comunidades das cidades de São Luís, Paço do Lumiar e São José de Ribamar. b) Fabrico de ferramentas: bastidores de variados tamanhos, forma para bordados em chapéus, cavaletes para bordado de boi-brinquedo, mesas para seis comunidades das cidades de São Luís, Paço do Lumiar e São José de Ribamar (em andamento).
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de canutilhos, miçangas, paetês, lantejoulas, giz, caneta para tecido, linha, veludo, cola quente, tnt para seis comunidades das cidades de São Luís, Paço do Lumiar e São José de Ribamar.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina repasse de saber	a) Oficinas de bordado para aprendizes de três comunidades.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de mobiliário para pontos locais de venda: araras, manequim, balcão.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação de ponto de comercialização na Casa de Nhozinho da Superintendência de Cultura Popular da Secretaria de Estado da Cultura, em São Luís (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Criação de ponto de comercialização na Casa de Nhozinho da Superintendência de Cultura Popular da Secretaria de Estado da Cultura, em São Luís (em andamento). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Confecção de embalagens caracterizadas, etiquetas, cartões de visita, folders e banners (em andamento).

Polo 27 – Renda labirinto de Chã dos Pereira (PB)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: Chã dos Pereira é uma pequena comunidade rural com cerca de 1100 habitantes (informação obtida junto à agente do Programa de Saúde Familiar atuante nas localidades de Chã dos Pereira, Pontina e Pedra D'Água) localizada no município de Ingá, no Agreste Paraibano, a aproximadamente 96 km de João Pessoa-PB. A sua economia é basicamente sustentada pela agricultura de subsistência, cujo o excedente é posto à venda nos poucos e pequenos comércios lá encontrados. As mulheres da localidade, entretanto, visando à complementação da renda familiar, nas horas livres do serviço doméstico e do roçado, confeccionam a chamada “renda de labirinto”, há tempos desenvolvida e repassada ao longo de gerações. A localidade conta com uma infra-estrutura básica razoável: escolas, posto de saúde, telefones públicos e privados, fixo e celular, internet, ruas pavimentadas, água encanada, coleta de lixo, energia e transporte escolar. As faltas ainda ficam por conta da falta de tratamento de esgoto e o acesso dificultado a bancos e correio, disponíveis na sede (distante a cerca de 13 km) . Além de Chã dos Pereira, Ingá conta ainda com duas outras comunidades rurais cuja produção de labirinto é vista como tradicional: Pontina e Pedra D'Água, esta última reconhecida em 2006/2007 como remanescente quilombola, com infra-estrutura básica bastante precária.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Pintura, descupinização, reparos nas instalações hidráulica e elétrica, retelhamento da sede da Associação das Artesãs Rurais de Chã dos Pereira.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de ferramentas: tesouras, bastidores, estiletes, agulhas, dedais, carretilha, bacias, baldes. b) fabricação de grades para tecer labirinto.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de linhas coloridas (Cléa, Esterlina), tecidos, lápis preto, borracha.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de pesquisa junto às artesãs de referência na comunidade para criação de cadastro.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina na área de gestão em parceria com o Sebrae-PB.
	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina na área de gestão em parceria com o Sebrae-PB.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora, cadeiras, mesa. b) Aquisição de mobiliário para pontos locais de venda: araras, manequim, armários.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação de ponto de comercialização na sede da AARCP em parceria com a Prefeitura de Ingá (em andamento).
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.3. Formação de capital de giro	a) Oficina junto às artesãs em parceria com o Sebrae-PB.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de SAP no Rio de Janeiro com itinerância para João Pessoa, em parceria com Sebrae-PB e Programa do Artesanato Paraibano. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). c) Criação de ponto de comercialização na sede da AARCP em parceria com a Prefeitura de Ingá(em andamento).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita, catálogo de produtos, filipetas, sacolas (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca.

Polo 28 – Bonecas de pano de Esperança (PB)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: Riacho Fundo é uma comunidade rural distante a cerca de cinco km da sede do município de Esperança-PB. Possui uma população aproximada de 800 habitantes, que sobrevive da agricultura de subsistência do milho, feijão e arroz e que dispõe de uma infra-estrutura básica bastante incipiente: não há agências bancárias, leitos hospitalares, telefones residenciais (há um telefone público), comércios, muitas residências não dispõem de água encanada e todas não têm tratamento de esgoto. Há uma escola de ensino básico (até a quarta série), sendo que jovens e adultos estudantes das demais series do Ensino Fundamental e Ensino Médio deslocam-se até a sede para as aulas por meio do transporte escolar municipal em horários específicos. Logo, moto-táxi, carros particulares, táxis ou carro de boi e carroças são as principais conduções. Não há serviço de internet e a telefonia celular funciona com bastante dificuldade. Na localidade está a Associação das Artesãs de Riacho Fundo (Casa da Boneca Esperança) que vem passando por sérios problemas político-administrativos, em contrariedade à crença existente entre os moradores da cidade – que em sua maioria absoluta não conhecem o artesanato e a comunidade - de que se trata de um grupo consolidado e bem articulado: não dispõem de formação de capital de giro, o que impossibilita o recebimento de encomendas e o escoamento da produção, ainda vendida com base nos custos orçamentários de 2002; sofrem com a falta de reconhecimento de seu trabalho e a desarticulação interna piorada pelo trágico episódio que culminou no assassinato de uma das lideranças do grupo, estando hoje seu corpo de associados restrito a apenas 25 artesãos.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Pintura, reparos nas instalações hidráulica e elétrica, retelhamento da Casa da Boneca Esperança, recém-adquirida pelos próprios artesãos.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de ferramentas: máquinas de costura, tesouras, agulhas, dedais.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de linhas coloridas, chita, lã, algodãozinho, acrílon, alfinetes, agulha.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de pesquisa junto às artesãos de referência na comunidade para criação de cadastro e alimentação de banco de dados.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina na área de gestão em parceria com o Sebrae-PB.
	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina na área de gestão em parceria com o Sebrae-PB.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora, cadeiras, mesa. b) Aquisição de mobiliário para pontos locais de venda: armários.
	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Mostra Brinquedos e brincadeiras: artes da infância (SP). b) Exposição "A boneca de pano no mundo do faz de conta..." em parceria com o Programa do Artesanato Paraibano e Sebrae-PB (PB). c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação de ponto de comercialização na Casa da Boneca Esperança (em andamento).
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.3. Formação de capital de giro	a) Oficina na área de gestão junto aos artesãos em parceria com o Sebrae-PB.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita, catálogo de produtos, filipetas, sacolas (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca (em andamento).

Polo 29 – Xilogravuras de Bezerros (PE)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização: Uma das matrizes de produção de xilogravura no Brasil. Polo produtor de tradicionais xilos em papel e cordel, inova na aplicação da técnica em suportes como tecidos, madeiras, azulejos. Os artesãos são parentes próximos, oriundos da família Borges que tem em J. Borges seu maior expoente, conhecido dentro e fora do país. Acionam a vinculação familiar como uma forma de identificação e, mais eventualmente, como uma forma de real colaboração no trabalho em casos específicos (praticam uma linha média de preços, demonstram união para organizarem-se coletivamente caso chamados a isso). Produzem de forma individual, independente um do outro, embora contem, eventualmente, com a colaboração de membros da família nuclear no trabalho realizado no espaço doméstico. Não há associação de xilógrafos. Vendem no Centro de Artesanato de Bezerros, do Governo do Estado de PE, e em lojas de diferentes cidades do Nordeste.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de matérias-primas (cerâmica de azulejo).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de SAP “Impressões dos Borges: A xilogravura de Bezerros”, no Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), com vendas de peças. b) Itinerância da SAP “Impressões dos Borges: A xilogravura de Bezerros” para Bezerros, Centro de Artesanato de Pernambuco. c) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
	3.1.3. Catálogo etnográfico	a) Produção de catálogo de exposição.

Polo 30 – Mamulengo de Glória do Goitá (PE)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização: Polo produtor de bonecos e mamulengos, referencia tradicional deste tipo de artesanato e brinquedo popular, com expressão em todo o Nordeste. É uma das localidades consideradas pelo Iphan no projeto de registro do mamulengo, ora em curso sob supervisão do DPI/IPHAN. A matéria-prima principal dos bonecos é o mulungu, madeira corriqueira na região. Usam-se também tecidos, linhas, tintas. Os artesãos estão organizados em associação desde 23/02/2002. A entidade foi fundada com o estímulo do Programa Artesanato Solidário, que atuou no polo no início dos anos 2000. Foi agraciada com o prêmio das Culturas Populares 2007-2008 do MinC, no valor de 10 mil reais, investidos na compra de máquina e tecidos, e contratação de oficinas. O grupo ocupa o Memorial do Mamulengo, instalado no antigo mercado municipal cedido pela Prefeitura, onde trabalham e expõem peças.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de máquinas, equipamento e ferramentas.
	1.1.3. Oficinas de técnicas e produtividade	a) Oficina de conservação do mulungu.
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.1. Implantação de planos de manejo de recursos naturais	a) Criação de áreas de plantio e corte de mulungu para uso dos artesãos.
	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de materiais para reforma de objetos.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina de gestão de projetos.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.1. Aquisição de veículos e equipamentos	a) Aquisição de computador e conexão com internet, para instalação no Memorial.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.1. Oficina de formação de preço	a) Oficina de gestão formação de preço.
	2.2.2. Oficina de gestão	a) Oficina de noções de comercialização. b) Oficina de gestão de projetos sociais.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Exposição “Brinquedos e brincadeiras: artes da infância”, com venda de peças artesanais, realizada no ArteSol, em São Paulo, de 28 de setembro de 2010 até 29 de outubro de 2010. b) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

Polo 31 – Cerâmica de Tracunhaém (PE)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização: Tradicional polo produtor de cerâmica decorativa, altamente reconhecido em Pernambuco e em todo o país, já foi objeto de documentários de diferentes redes de TV. Detém um repertório variado de peças, e algumas das mais imponentes estão cuidadosamente espalhadas na entrada da cidade. Potes de barro compõem a identidade visual da localidade, e estão presentes em placas e propagandas da administração municipal. Há dezenas de artesãos que trabalham individualmente e em famílias em suas olarias na cidade, dentre os quais se destacam grandes mestres, inclusive alguns reconhecidos pelo Governo Estadual como Patrimônio Vivo. Boa parte dos artesãos compõe a Associação dos Artesãos de Tracunhaém – Associatra. Para a produção, o barro vem da Paraíba, em caminhões fretados pelos artesãos. As vendas hoje são muito restritas, e são feitas principalmente a lojistas de PE e outros estados do Nordeste pelo próprio artesão produtor, que freta carro ou caminhão para esse transporte.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber para jovens do projeto social desenvolvido pelo Museu de Artes e Ofícios. b) Oficina de repasse de saber para jovens artesãos.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de uma Sala do Artista Popular em Belo Horizonte. b) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
	3.1.3. Catálogo etnográfico	a) Produção de catálogo de exposição.

Polo 32 – Brinquedos de Recife (PE)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização: O grupo artesanal está inserido no meio urbano, formado por 08 mestres que sobrevivem de aposentadoria e da comercialização dos brinquedos populares. O grupo é informal e não possui sede própria para desenvolvimento da produção, trabalhando em suas residências e localidades em diferentes espaços geográficos do Recife e RMR.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de máquinas, equipamento e ferramentas.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Exposição “Brinquedos e brincadeiras: artes da infância”, com venda de peças artesanais, realizada no ArteSol, em São Paulo, de 28 de setembro de 2010 até 29 de outubro de 2010. b) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.1. Oficina de formação de preço	a) Oficina de formação de preço.
	2.2.2. Oficina de gestão	b) Oficina de capacitação em elaboração de mostruário.
	2.2.3. Oficina de elaboração de Mostruário	a) Oficina de elaboração de Mostruário.
	2.2.4. Oficina de melhoria de qualidade de produto	a) Oficina de melhoria de qualidade de produto.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

Polo 33 - Renda de bilro de Morro da Mariana (PI)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: A Associação das Rendeiras do Morro da Mariana foi fundada em 15 de julho de 1993 pelo Programa de Desenvolvimento do Artesanato Piauiense (PRODART). A entidade tem sede própria, com espaço para produção, estoque e comercialização. A comercialização acontece na sede da associação e nas feiras fora do estado. O grupo mantém harmonia na produção e comercialização, ganham pela produção e as encomendas são divididas entre as artesãs de forma justa, algumas trabalham na confecção de bicos, outras nas aplicações. O grupo mantém a tradição dos desenhos antigos, conservam até hoje numa caixinha da artesã mais antiga do grupo D. Maria José Freire de 85 anos, amostra de mais de 500 amostras de bicos e rendas e aplicação.

Muitas das rendeiras marianenses são filhas ou mulheres de pescadores. Seu trabalho delicado e amoroso, aprendido desde a infância, contribui para o orçamento doméstico. Algumas rendas tinham nomes e outras não, o grupo se reuniu e deram os seguintes nomes: bucho de sapo, ponta de burdão, desaperta e ponta de leque, bico de burdão, aplicação girassol, aplicação coroa de rei com vários pontos, ponto xarita e traça, pano de meio trocado, pano trocado inteiro e outros.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de linhas.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina sobre associativismo.
	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina sobre gestão.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.1. Oficina de formação de preço	a) Oficina sobre formação de preço.
	2.2.2. Oficina de gestão	a) Oficina de gerenciamento.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Criação de cartilha com as rendas catalogadas. b) Produção de cartões de visita e folders (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca (em andamento).

Polo 34 – Cerâmica e tecelagem de Pedro II (PI)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: Polo produtor de tecelagem de alta qualidade e cerâmica. As tecelãs são organizadas na Associação Xique-Xique, que reúne núcleos produtores estabelecidos em área urbana e rural. A entidade tem sede provisória em imóvel cedido por uma colaboradora do grupo, na sede do município. Ali trabalham coletivamente as artesãs moradoras da cidade. No povoado Barroca reúnem-se as moradoras da área rural. Embora trabalhando em áreas distantes, agem juntas na comercialização das peças (em feiras, eventos, no atendimento a encomendas, em vendas na sede da associação), na manutenção de um fundo de reserva, na compra de matérias-primas. Já os ceramistas vivem no povoado Formiga, em zona rural, produzem o artesanato em casa e vendem sobretudo na feira semanal do município. Embora sejam todos parentes, agem de forma absolutamente individual, não se associam para o trabalho nem para a comercialização.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber para 24 jovens da comunidade de Formiga.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina sobre associativismo na Associação Xique-Xique.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador e conexão com internet, para instalação na sede da associação. b) Aquisição de mobiliário para guarda de estoques de peças e mostruário (em andamento).
	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Feira Nacional de Artesanato. b) Festival de Inverno de Pedro II. c) Mercado Brasil de Artesanato Tradicional.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.3. Formação de capital de giro	a) Oficina sobre formação de capital de giro.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de Sala do Artista Popular no Museu de Folclore Edison Carneiro (RJ). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita, catálogo de produtos, filipetas, sacolas (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca.

Polo 35 - Renda de bilro de Alcaçuz (RN)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização: O distrito de Alcaçuz pertence ao município de Nísia Floresta, a cerca de 30 km do centro de Natal. Alcaçuz está ainda mais próximo, a cerca de dois km de Pirangi do Sul, município onde está o maior cajueiro do mundo, ponto turístico e de comercialização de artesanato. O acesso ao povoado se dá por estrada de terra e é fácil, partindo de Natal ou de Pirangi do Sul existem ônibus e transportes alternativos. Entre dunas, lagoas e cajueiros, destacam-se em Alcaçuz as rendeiras de bilro. Ao longo das ruas de terra sentam-se rendeiras de várias gerações. Em suas casas ou reunidas em um casebre, onde funciona o ponto de encontro e de comercialização, produzem vestidos, saias e blusas e uma variedade de toalhas. Sobre a almofada, cada qual com a sua, colocam o risco ou molde, espetado por alfinetes que apoiam a linha onde prendem os bilros, feitos com madeira pelos homens de Alcaçuz. O retorno financeiro proveniente das vendas muitas vezes não é suficiente para saldar os compromissos financeiros, pois é lento e depende de encomendas. A maioria não tem recursos para investir na produção, mesmo assim a consciência da importância do bilro no contexto socioeconômico e cultural permite às mulheres incentivarem as mais jovens a não abandonarem a tradição .

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Pintura da fachada da Associação das Rendeiras de Alcaçuz (em andamento).
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de oficina de repasse de saberes (em andamento) e de pesquisa junto às artesãs de referência na comunidade para atualização de cadastro.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de cinco manequins de pvc, quatro araras e 80 cabides, e de um microcomputador e um modem para conexão c internet.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Exposição no Museu Câmara Cascudo (Natal/RN) em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (em andamento). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders, banner e sacolas.

Polo 36 - Salpico de cana de Campo de Santana (RN)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: O distrito de Campo de Santana localiza-se no município de Nísia Floresta, a cerca de 30 km do centro de Natal. Para se chegar ao distrito partindo da capital, o melhor acesso, de ônibus, van ou de carro, é pela rodovia RN 063, conhecida como Rota do Sol. São poucas as placas de sinalização que indicam a entrada para a estrada de chão que levará ao distrito, portanto para os visitantes é preciso atenção. Campo de Santana reúne uma praça, pequeno comércio local e um grande número de rendeiras, que produzem de maneira autônoma ou associada. O pacato distrito é conhecido por causa das mãos de suas rendeiras, que tecem peças da renda labirinto, do salpico de cana e ainda da mistura entre as duas técnicas. A Associação das Labirinteiras de Campo de Santana está logo na entrada do povoado e é identificada por placa oficial de sinalização turística. O espaço possui uma modesta lojinha com um único armário de vidro, onde as peças de vestuário e de cama e mesa aguardam o interesse de compradores.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de três máquinas de costura.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de quatro manequins de pvc, três araras e 60 cabides.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Exposição no Museu Câmara Cascudo (Natal/RN) em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de banner, filipetas, sacolas (em andamento).

Polo 37 - Renda renascença de Timbaúba dos Batistas (RN)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização: O município de Timbaúba dos Batistas está localizado na região do Seridó, a cerca de 250 Km de Natal e a 13 Km de Caicó, expressiva cidade do sertão do Rio Grande do Norte. Da rodoviária de Natal saem ônibus todos os dias em direção a Caicó, onde existem transportes alternativos que fazem a ligação entre os municípios. Nem mesmo a alta temperatura do sertão, que pode passar dos 40 graus, é capaz de tirar o prazer inicial dos visitantes ao chegarem em Timbaúba. Ruas pavimentadas, casario e praças conservadas, e logo na entrada em destaque a “Casa das Bordadeiras” investimento da Prefeitura Municipal e ponto de produção e comercialização aberto a todas as bordadeiras do município, segundo estimativas, cerca de 850. Há muitos anos que a renda e o bordado fazem parte da paisagem da cidade e movimentam a vida cotidiana de homens e mulheres, envolvidos no processo de produção. Os bordados e rendados, além de incrementarem a economia local, representam o elo aglutinador, capaz de sedimentar e construir relações sociais nos âmbitos familiares, afetivos e profissionais. A produção está organizada por meio de uma cooperativa e uma associação, porém a maioria produz de forma autônoma.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Exposição no Museu Câmara Cascudo (Natal/RN), em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders, banner e sacolas (em andamento).

Polo 38 – Renda irlandesa de Divina Pastora (SE)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: Em Divina Pastora/SE, mais de 100 mulheres, entre 15 e 80 anos, dedicam-se à elaboração da renda irlandesa, uma variação da renda renascença. De origem europeia (possivelmente norte da Itália) e criada por volta do século XVII, ela foi preservada nos conventos da Irlanda de onde se difundiu para diversas partes do mundo. A renda irlandesa caracteriza-se pelo uso do lacê, cordão acetinado que serve de suporte ao trabalho feito com linha fina e agulha, seguindo o risco (debuxo) feito em papel grosso e resistente, preso à almofada. Divina Pastora é agora o centro irradiador de conhecimento da renda irlandesa, declarada bem do patrimônio nacional pelo IPHAN em 2009. A proteção do conhecimento (patrimônio imaterial) conta com plano de salvaguarda em elaboração pelo IPHAN/SE.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber (reprodução dos debuxos) destinada a jovens rendeiras da ASDEREM. b) Oficina de Cultura e Identidade, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confecção de embalagens (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de catálogo especial (em parceria com o IPHAN/SE), folders e banner (em andamento).

Polo 39 – Bordados de ponto de cruz, renda de bilro e rendendê de Poço Redondo (SE)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: Historicamente, o semiárido sempre foi uma região voltada para a agricultura de subsistência e pecuária, tendo nas atividades artesanais um dos suportes de sua sobrevivência e adequação ao meio. Algumas são bastante antigas na região, como a confecção de objetos em couro e rendas de bilro. Estas aparecem em documentos históricos da primeira metade do século XIX, enquanto algumas formas de bordados, como o rendendê, parecem ter sido introduzidos mais recentemente. As rendeiras de bilro de Poço Redondo e as bordadeiras de ponto cruz rendendê de Sítios Novos aprenderam a arte com suas mães e muitas transmitiram esta delicada arte às suas filhas. Hoje em idade avançada, algumas delas ainda se dedicam ao bilro, buscando interessar as novas gerações. Reúnem-se na Associação dos Artesões do Município de Poço Redondo e na Cooperativa das Bordadeiras de Sítios Novos “Um Sonho a Mais” Ltda.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição de matérias-primas	Aquisição de linhas para as oficinas de renda de bilro.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber – formação e aperfeiçoamento em renda de bilro – com a duração de 06 meses a jovens rendeiras por quatro mestres instrutoras. b) Oficina de Cultura e Identidade, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Oficinas de gestão	a) Oficina de Gestão da produção, da comercialização, formação de preço e capital de giro para as integrantes da Cooperativa Sítio dos Bordados.
2.3. Fortalecer e valorizar a identidade dos grupos e indivíduos vinculada à produção artesanal.	2.3.2. Criação e divulgação de marca própria	a) Criação de logomarca para as rendeiras de bilro de Poço Redondo (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders e banners (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de identidade visual (em andamento).

Polo 40 – Cerâmica de Itabaianinha (SE)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: A produção de cerâmica de Itabaianinha/SE traz em sua técnica e matéria-prima elementos da cerâmica indígena. Cerca de seis artesãs da localidade rural de Poxica (a sete km da sede do município) mantêm viva a tradição local de fazer a louça: sentadas no chão, puxam o barro à mão, dando forma a alguidares, pratos, travessas, tigelas e outros utilitários. Após secagem prolongada, antes da queima em forno a lenha, as peças são decoradas com tinturas de cascas de jurema, caju ou murici, preparadas pelas ceramistas através de cozimento prolongado.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber a jovens da Escola Municipal Rural de Poxica, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de Itabaianinha. b) Oficina de Cultura e Identidade, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Oficinas de gestão	a) Oficina de gestão da produção, da comercialização, formação de preço e capital de giro para as integrantes da Cooperativa Sítio dos Bordados.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização da Sala do Artista Popular em A Casa/ SP ; b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) produção de folders (em andamento).

Polo 41 - Tecelagem de Amargosa e Malhadinha / Poço Verde (SE)

Gestora responsável: Iara Ferraz

Caracterização do polo: Em Poço Verde, cerca de 25 artesãos dos povoados rurais de Amargosa II e Malhadinha, reunidos na Associação da Cultura Artesanal de Poço Verde, trabalham na confecção de redes (em três tamanhos), mantas e tapetes. Baseado na produção familiar e conjugado com a agricultura de subsistência, este trabalho envolve o preparo da matéria prima (fios de algodão), urdimento, tecelagem em teares horizontais e acabamento com cordões, babados e varandas em crochê.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição de matéria prima	a) Aquisição de uma tonelada de fios de algodão a título de capital de giro.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de repasse de saber de tecelagem em dois e quatro pedais para jovens tecelãs/ãos. b) Oficina de Cultura e Identidade, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Oficinas de gestão	a) Oficina de Gestão da produção, da comercialização, formação de preço e capital de giro para as integrantes da Cooperativa Sítio dos Bordados. b) Oficina de Cultura e Identidade, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Feira Nacional de Artesanato/Belo Horizonte (MG). b) Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confecção de embalagens (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas especiais	a) Produção de etiquetas da AANA e da Novarte (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) produção de folders e banners (em andamento)
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de identidade visual para a Associação da Cultura Artesanal de Poço Verde.

Polo 42 – Máscaras e bonecos da Cavalhada de Pirenópolis (GO)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O polo apresenta um número grande de artesãos de diferentes áreas que fazem peças: máscaras, flores, bandeiras, vestimentas, miniaturas, adereços, doces e outros com o tema do Divino. Papel, cola, tinta, tecido, prata, cobre, madeira, barro e recentemente a técnica do *biscuit* são alguns dos materiais usados por estes artesãos. A maior parte dos artesãos produz individualmente em suas casas ou oficina ou ateliês. Alguns artesãos vendem diretamente seus produtos, mas a grande maioria entrega nas lojas da cidade. O principal ponto de escoamento da produção é a PIRETUR - loja mantida com recursos da prefeitura de Pirenópolis – na qual o artesão cadastrado pode deixar suas peças para que sejam comercializadas.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.2. Oficina cultura e identidade	a) Oficina de Valorização da identidade cultural.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.3. Intercâmbio	a) Intercâmbio das gestoras da loja de comercialização do artesanato local com o espaço de venda da SAP no Rio de Janeiro para fortalecer a comercialização.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de estantes, expositores.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.2. Oficina de gestão	a) Oficina de Gestão produtividade/comercialização. b) Oficina de gestão das formas de comercialização.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário sobre os saberes e fazeres das artes do Divino (em andamento).
	3.1.3. Catálogo etnográfico	a) Catálogo etnográfico do artesanato tradicional.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.1. Consultorias de marketing	a) Espaços de comercialização: formas de organização e apresentação de peças (em andamento). b) Formas de explicitação do valor cultural agregado (em andamento).
	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Produção de embalagens especiais (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folhetos, cartazes e banner (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação da logomarca do Divino de Pirenópolis (em andamento).

Polo 43 – Viola de cocho de Cuiabá (MT)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O polo se caracteriza pela produção de viola-de-cocho por mestres artesãos cururueiros de quatorze municípios da baixada cuiabana, que mantém fortes laços de amizade entre si. Este instrumento musical foi tombado como patrimônio cultural imaterial nacional. É construído a partir de uma peça inteira do troco de duas árvores: a ximbuva (*enterolobium contorsiliquum*) e do sarã-de-leite (*sapium obovatum*). Após o corte da peça, a sua caixa de ressonância é escavada, formando um “cocho”, daí a origem do nome. Em Cuiabá existe a Academia Matogrossense de Cururu, responsável pela organização dos artesãos e pela salvaguarda o modo de fazer a viola-de-cocho e as danças, músicas e cantos associados ao seu contexto sociocultural. A sede da Academia abrigará o Pontão de Cultura da Viola-de-cocho. Atualmente as peças são vendidas por encomenda para músicos interessados na cultura popular, curureiros, pesquisadores e turistas. Um dos pontos de venda é a Casa do Artesão, sob responsabilidade do SESC MT. Há também a fabricação do ganza e do mocho, instrumentos de acompanhamento da viola de cocho nas danças de cururu e siriri, bem como violas de cocho em miniaturas para serem vendidas como souvenirs.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1.Oficina repasse de saber	a) Oficina de orientação pedagógica para repasse de saber.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1.Produção de exposições e mostras	a) Produção da exposição coletiva SAP Artes Natas.
	3.1.3.Catálogo etnográfico	a) Atualização e reimpressão do catálogo etnográfico da viola de cocho.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.4.Produção de material de divulgação	Produção de folder de divulgação da SAP Artes Natas.

Polo 44– Cerâmica de São Gonçalo (MT)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O polo se caracteriza pela produção de artigos de cerâmica, que é produzida através da modelagem e da queima do barro. As peças são classificadas como utilitárias simples, utilitárias figurativas e decorativas. Até alguns anos atrás o barro utilizado na confecção das peças era retirado de áreas na beira do Rio São Gonçalo, porém esta prática está proibida pelos órgãos de controle e fiscalização ambiental locais. Deste modo, o barro passou a ser obtido através da doação de empresas locais de produção, sem, contudo, haver a garantia de uma doação contínua.

A tintura clara usada para pintar as peças e que caracteriza a produção artesanal local é obtida através da retirada de um barro mais fino encontrado em campos alagados próximos da região, chamado de tauá. Ainda não há controle sobre o manejo deste tipo de barro.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Compra de forno elétrico para queima de cerâmica (em andamento).
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	2.1.2.1 Compra de computador .
	2.1.4. Reforma ou construção de locais de venda	2.1.4.1 Reforma do espaço de produção coletiva: remodelagem do espaço e adequação de rede elétrica para instalação do forno elétrico.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Participação na exposição coletiva SAP Artes Natas. (realizado, não previsto inicialmente).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Elaboração de filmete para divulgação do polo (em andamento).
	3.1.3. Catálogo etnográfico	a) Criação de um catálogo etnográfico e de peças.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Produção de embalagens especiais para transporte (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas para identificação das peças (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de identidade visual do grupo (em andamento).

Polo 45 – Tecelagem de Várzea Grande (MT)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O polo se caracteriza pela produção artesanal de redes de dormir e outros artigos de cama e mesa, por cerca de quarenta artesãs residentes nas localidades de Limpo Grande e Capão Grande, município de Várzea Grande (MT). As redes são tecidas em um tear vertical, construído com uma estrutura de travessões de madeira encaixadas. Caracterizam-se pelo colorido dos desenhos e pela tecitura da rede. Alguns estudos indicam que esta técnica foi herdada de populações indígenas do Mato Grosso. De acordo com as artesãs, a técnica foi repassada de mãe para filha já a quatro gerações. A venda da produção é feita para turistas nas casas das próprias artesãs e, principalmente, para uma loja de artesanato localizada no aeroporto internacional de Cuiabá, para a Casa do Artesão do SESC de Cuiabá e o Museu de Artesanato de Várzea Grande. Cada grupo familiar vende suas peças separadamente, pois a produção das redes é feita por uma ou duas mulheres. Nos pontos de venda a mesma peça artesanal pode ser vendida por um valor de até 40% acima do valor de compra com as próprias artesãs, o que indica que a compra direta com as artesãs seria mais interessante para os turistas. Contudo, a falta de divulgação do local de produção e da sinalização para se chegar à Limpo Grande e Capão Grande impedem a venda para os turistas diretamente das artesãs. Por sua vez, o valor cobrado pela peça nas lojas localizadas no Centro de Cuiabá são pouco atrativos, reduzindo o número de peças vendidas.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1.Oficina repasse de saber	a) Oficinas de repasse de saber fazer redes.
1.4 Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.3.Pesquisa e difusão referências tradicionais/locais	a) Contratação de pessoa física para pesquisa de desenhos antigos e ampliação do repertório de motivos de bordado.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de uma exposição na Sala do Artista Popular.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Realização de um filme sobre a produção de redes (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders de divulgação (em andamento).
3.3 Ampliar o acesso à informação, assim como a preservação da memória sobre os processos de produção artesanal nos polos.	3.3.1. Apoio a espaços de memória	a) Construção de placas de indicação dos grupos familiares produtores, contando a história de cada grupo.(em andamento).

Polo 46 - Viola de cocho de Corumbá e Ladário (MS)

Gestora responsável: Elizete Ignácio

Caracterização: O polo se caracteriza pela produção de viola de cocho, instrumento musical tombado como patrimônio cultural imaterial nacional, construído a partir de uma peça inteira do tronco de duas árvores: a ximbuva (*enterolobium contorsiliquum*) e do sarã-de-leite (*sapium obovatum*). Após o corte da peça, a sua caixa de ressonância é escavada, formando um “cocho”, daí a origem do nome. Apesar de ser mais frequentemente encontrada nos municípios da baixada cuiabana (MT), a viola-de-cocho é fabricada em Corumbá e Ladário (MS) por artesãos que mantêm fortes laços de parentesco e afinidade com moradores e artesãos do estado vizinho. Os artesãos estão em processo de organização de uma associação cujo principal objetivo é salvaguardar o modo de fazer a viola de cocho e as danças, músicas e cantos associados ao seu contexto sociocultural. Atualmente as peças são vendidas por encomenda para músicos interessados na cultura popular, curureiros, pesquisadores e turistas, mas não há um processo de venda contínua, em parte pelo pequeno número de artesãos que fabricam a viola de cocho. Alguns artesãos fabricam ainda o ganza e o mocho, instrumentos de acompanhamento da viola de cocho nas danças de cururu e siriri, bem como violas de cocho em miniaturas para serem vendidas como souvenirs.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1.Oficina repasse de saber	a) Oficinas de repasse de saber fazer ganzá, mocho e viola-de-cocho.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.1.Oficina padrão de qualidade	a) Oficina de acabamento da viola-de-cocho.
	1.4.2.Oficina cultura e identidade	a) Oficinas de siriri e cururu para jovens de Corumbá e Ladário.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.3.Intercâmbio	a) Encontro de cururueiros fabricantes de viola-de-cocho de Corumbá, Ladário, Baía do Castelo, Amolar e Ilha Insua.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.4. Oficinas e palestras	a) Palestras em escolas locais sobre o modo de fazer viola-de-cocho.
3.3 Ampliar o acesso à informação, assim como a preservação da memória sobre os processos de produção artesanal nos polos.	3.3.2. Realização de pesquisas	a) Pesquisa e mapeamento de localidades de produção tradicional da viola de cocho.

Polo 47 – Cerâmica de Goiabeiras (ES)

Gestora responsável: Tatiana de Sá

Caracterização: Goiabeiras é um distrito da cidade de Vitória localizado a cerca de 40 minutos do centro da cidade, percurso este facilmente realizado com ônibus coletivo. Com pouco mais de 2000 habitantes, conta com uma infra-estrutura básica boa, dispondo de rede bancária, água encanada, agência de correios, rede de telefonia fixa e móvel, internet e mesmo unidades de ensino superior. O distrito destaca-se pelo ofício das paneleiras locais, cuja produção ceramista de painéis e demais recipientes de cozinha feitos com argila do Vale do Mulembá e a casca do mangue vermelho, vegetação nativa da região cheia de reentrâncias, resultam de um acúmulo de conhecimentos e práticas específicos que foram alvo do primeiro registro de bem de natureza imaterial por parte do Iphan. Não há um consenso quanto ao número de artesãos e artesãs que exercem a profissão, mas formalmente, parte destes está representado pela Associação das Paneleiras de Goiabeiras, fundada em 1987. Atualmente, o polo passa por questões políticas e organizacionais delicadas que ameaçam a continuidade do ofício e a autonomia do grupo, como a iminência da extinção da jazida de barro e a diminuição do mangue na área do entorno, bem como a desarticulação interna do grupo.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições/mostras/feiras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). b) FENEARTE em Olinda (PE). c) ArteSol em São Paulo (exposição Brinquedos e Brincadeiras).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Desenvolvimento de embalagens para venda e transporte de peças.
4. POLÍTICA PÚBLICA		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
4.1 Desenvolver metodologia de intervenção social	4.1.3. Banco de dados sobre polos	a) Aplicação de questionário sócio-econômico-cultural no universo de 90 paneleiras.

Polo 48 – Tecelagem de Berilo (MG)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: O artesanato de tecelagem de Berilo remonta ao século XVIII. Na comunidade de Roça Grande, zona rural de Berilo, no Médio Jequitinhonha, Minas Gerais, quase todas as famílias têm uma oficina de tear, nos fundos ou nas laterais da sua residência. Lá é considerado o berço de uma tecelagem rústica em que algodão é fiado à mão e os teares são carpidos a facão. A Associação dos Produtores e Artesãs de Roça Grande – APARG foi fundada há 26 anos com o objetivo de fortalecer a organização dos agricultores familiares, valorizar a produção em tecelagem de algodão das famílias das Comunidades Rurais da região de Roça Grande: Roça Grande, Barra do Ribeirão, Sanin, Baú, Engenho Velho e Caititu de Baixo. A entidade se destacou em projetos de fomento à produção das artesãs de tecelagem, viabilizando a comercialização em feiras de artesanato. As peças de tecelagem se destacaram no cenário nacional e até mesmo internacional. Com o crescimento das vendas, decidiu-se organizar uma Cooperativa de Artesãos de Berilo, em 2000. A Associação foi deixada de lado. A Cooperativa cresceu e prosperou até 2005. A partir de então, devido a problemas de gestão, a cooperativa também foi sendo esvaziada. Em 2009, um grupo de artesãos/ãs de Roça Grande resolveu retomar as atividades da Associação.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Reforma do local de trabalho e reunião das artesãs na comunidade de Roça Grande.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de dois teares pequenos e um grande, três pentes de aço e de equipamento para tingimento do algodão: dois tachos de cobre, duas painéis de alumínio e três bacias de plástico. b) Reforma de 27 rocas (em andamento).
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Compra de algodão para ser trabalhado nas oficinas e também nas primeiras reuniões de retomada da produção coletiva na sede.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina de formação de jovens artesão, formação completa (fiar o algodão, tingir, tecer, dar acabamento, associativismo): para 23 alunos, duração de dois meses. b) Oficina de repasse de saber de técnicas de produção de cerâmica tradicional: para 13 alunos, duração de duas semanas.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3 Participação em exposições, mostras e feira	a) Participação na FNA - Feira Nacional de Artesanato em Belo Horizonte.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Produção de embalagens de três tamanhos diferentes. (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Atualização de etiquetas já existentes (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders institucionais (em andamento).

Polo 49 – Cerâmica de Campo Alegre (MG)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: A região do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, é reconhecida, nacionalmente e até internacionalmente, pela produção da cerâmica figurativa e seu repertório variado de bonecas de barro. A tradição de artesanato em barro remonta tempo imemoriais quando era produzido para o uso cotidiano a cerâmica utilitária (potes, panelas, fogareiros e moringas). A partir da década de 1970, com a entrada de produtos industriais no mercado local, o figurativo começa a ocupar o lugar do utilitário e aos poucos as moringas vão tomando corpo de mulheres. Ainda é comum na região encontrar bonecas com a cabeça destacada do corpo, lembrando as antigas moringas. Em todo Vale do Jequitinhonha diversas localidades desenvolvem esse ofício, que tem uma forte identidade regional. Este projeto irá trabalhar na comunidade de Campo Alegre no município de Turmalina, lá as artesãs estão organizadas na Associação de Lavradores e Artesãos de Campo Alegre (ALACA). Além de Campo Alegre, as comunidades vizinhas de Campo Buriti (Turmalina) e Coqueiro Campo (Minas Novas) também integraram o polo. Essa duas comunidades, onde também se desenvolve a arte do barro, foi formada, principalmente, por famílias vindas de Campo Alegre. Lá as artesãs estão organizadas na Associação de Artesãos de Coqueiro Campo.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Duas oficinas de capacitação em tecelagem (ministrada pela ASTUR): para 15 alunos, duração de 20 horas.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições/mostras/feiras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). b) FENEARTE em Olinda (PE). c) ArteSol em São Paulo (exposição Brinquedos e Brincadeiras).
	2.1.4. Reforma ou construção de locais de venda	a) Adequação de espaço de vendas em Coqueiro Campo . b) Adequação de espaço de vendas em Campo Alegre (em andamento). c) Implantação de placas na BR 120 informando que lá é uma região de produção de artesanato tradicional em parceria com o DER (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Produção de caixas de papelão (diversos tamanhos) e caixas de madeira para transporte de grande quantidade. Aquisição de plástico bolha (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas (em andamento).

Polo 50 – Cerâmica de Santana do Araçuai (MG)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: Santana do Araçuai é um povoado que pertence ao município de Ponto dos Volantes, MG. Nele moram a maioria das artesãs que são ou foram aprendizes de D. Isabel. Cada uma em sua casa produz peças que são comercializadas na associação. O polo é formado pela Associação de Artesãos de Santana do Araçuai que produz peças de cerâmica: bonecas grandes, médias e pequenas, galinhas, panelas de feijoadas, flores, vasos entre outras peças.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Aumento do espaço de venda da loja e instalação de expositores ao nível da rua. (em andamento).
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de Prateleiras de aço e 38 mesas de trabalho. b) aquisição de um termômetro para forno (em andamento).
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de impressora multifuncional e nobreak.
	2.1.3. Participação em exposições/mostras/feiras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). b) ArteSol em São Paulo (exposição Brinquedos e Brincadeiras).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de filme etnográfico (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Confeção de embalagens em papelão reforçado, fita adesiva e 10 rolos plástico bolha.(em andamento). b) Aquisição de sacolas de papelão com alça de nylon p/peças pequenas e médias e sacolas de plástico com a marca p/presente (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita com marca, telefone, endereço (em andamento). b) Produção de folders para distribuição em eventos (em andamento).

Polo 51 – Mobiliário de palha de milho e couro e instrumentos musicais de Chapada do Norte (MG)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: No município de Chapada do Norte, localizado no Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais, artesãos/ãs transformam o couro de boi e as palhas de milho em peças artesanais de singular expressão, são móveis, de diversos tipos e tamanhos, bolsas, porta-joias, cestos, etc. Todos feitos através de técnicas tradicionais de trançado e pigmentação natural. Outros importantes produtos regionais, tidos como o mais tradicional, são os instrumentos musicais (tambores, caixas de folia, pandeiro, entre outros). Esses instrumentos são utilizados nas manifestações culturais da região, folias de Reis e do Divino, Congados e Tambozeiros. Atualmente os artesãos/ãs estão organizados na Associação dos Artesãos de Santa Cruz de Chapada (ARCA), vivem na sede do município e em pequenas localidades: Gravatá, Cuba, Poções e Faceira. Destas Gravatá, comunidade quilombola certificada pela Fundação Palmares, é a que congrega o maior número de artesãos/ãs. Além de trabalhos artesanais, a associação produz ainda produtos naturais, como mel, açúcar mascavo, barro medicinal, etc.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Adequação do espaço físico da Burga, para funcionar como espaço coletivo de trabalho da Associação e local de armazenamento e venda de produtos, localizado na comunidade de Gravatá. b) Transmissão da linha telefônica da sede do município para a comunidade (área rural) .
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de máquina para lixar o couro (Politriz de bancada). b) Aquisição de dois tachos de cobre e três jogos de facas.
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Compra de armações de madeira como investimento inicial para alavancar a produção da associação e ser utilizada nas oficinas.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Realização de duas oficinas: uma de trançado de couro e outra de trançado de palha. b) Realização de oficina de repasse de saber de fabricação de instrumentos (integrando a programação da festa de N.S. do Rosário).
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições/mostras/feiras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). b) Feira Nacional de Artesanato (MG).
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Adaptação do salão principal da Burga para ser um local de venda dos produtos. b) Implantação de placas na estrada indicando a entrada da comunidade e informando que há produção e venda de artesanato (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.2. Produção de embalagens especiais	a) Produção de embalagens de papelão para as peças. (em andamento).
	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Atualização de etiquetas já existentes (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de folders institucionais (em andamento). b) Produção de um catálogo de produtos para distribuição para lojistas e grandes compradores (em andamento).
3.3 Ampliar o acesso à informação, assim como a preservação da memória sobre os processos de produção artesanal nos polos.	3.3.2. Realização de pesquisas	a) Levantamento de material sobre os projetos já realizados na região para criação de acervo da associação (em andamento).

4. POLÍTICA PÚBLICA

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
4.4. Fortalecer e estabelecer parcerias para a promoção do artesanato de tradição cultural e do/a artesão/ã.	4.4.1. Articulações interinstitucionais	a) Restabelecimento das parcerias que em outros momentos foram importantes para as ações implementadas (Prefeitura Municipal, Achanti), fortalecer as parcerias já consolidadas SEBRAE, Sindicato dos Trabalhadores Rurais, UFMG e PUCMinas e levantar novos parceiros .
	4.4.3. Identificação e qualificação de interlocutores para atuar como agentes locais e supervisores nos polos	a) Contratação de um agente local.

Polo 52 - Objetos de flandres e cestaria de bambu de Januária (MG)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: O município de Januária, localizado no norte do estado de Minas Gerais às margens do rio São Francisco, é conhecido pela riqueza de manifestações culturais como festas populares e produção material de objetos artesanais. Da produção artesanal há que destacar os objetos de flandres e zinco produzidos há muitas décadas pelo mestre artesão senhor Irênio. Os objetos produzidos por este mestre são chacoladeiras, fôrmas diversas, cuscuzeiras, lamparinas, funis, canecos e outros. O senhor Irênio é o único artesão a manter a tradição da produção artesanal dessas peças na região e trabalha em uma pequena oficina bastante rudimentar anexa à sua residência. Outra produção bastante notória são os cestos de fibra de bambu produzidos nas comunidades de Lapão, Estiva e Tábua. Os objetos são confeccionados, principalmente, por dois mestres artesãos os irmãos Valdomiro e Valdivino. Em ambos os casos os objetos produzidos são vendidos no mercado municipal de Januária e no Centro de Cultura deste município.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Adequação da oficina do senhor Irênio e confecção de placa de divulgação para a faixada.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de ferramentas de trabalho para a oficina de Mestre Irênio e de material para as oficinas de construção de objetos de flandres. b) Aquisição de ferramentas de trabalho e matéria prima para as oficinas de cestas de bambu.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Realização de oficinas de repasse de técnicas de confecção de objetos de flandres - cinco alunos durante quatro meses b) Realização de oficinas de repasse de técnicas de confecção de cestos de bambu, 23 alunos durante cinco meses.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Participação na Feira de Artesanato de Tiradentes – MG. b) Realização de uma mostra com objetos produzidos nas oficinas de objetos de Flandres e cestaria de bambu. c) Participação na Feira Nacional de Artesanato em Belo Horizonte. b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

4. POLÍTICA PÚBLICA

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
4.4. Fortalecer e estabelecer parcerias para a promoção do artesanato de tradição cultural e do/a artesão/ã.	4.4.1. Articulações interinstitucionais	a) Articulação dos mestres artesãos e dos alunos dos cursos de repasse de saber tradicional com o centro de cultura de Januária e com a Emater. E com a Superintendência de Artesanato da Secretaria de Estado de Desenvolvimento de Minas Gerais.
	4.4.3. Identificação e qualificação de interlocutores para atuar como agentes locais e supervisores nos polos	a) Contratação de um agente local para atuar como mediador e interlocutor dos projetos. b) Contratação de monitores para as oficinas de objetos de Flandres e cestas de bambu.

Polo 53 - Utilitário em madeira de Pedras de Maria da Cruz (MG)

Gestora responsável: Vânia Menezes

Caracterização: Os artefatos produzidos pela comunidade de Bonsucesso, localizada no município de Pedras de Maria da Cruz – MG são compostos por objetos utilitários esculpidos em madeira como colheres de pau, gamelas, pilões, tábuas, carrancas e dornas. A habilidade dos artesãos transforma com uso de ferramentas rudimentares, madeiras como cedro, umburana e tamboril em objetos de fino acabamento e admirável beleza estética. Estas peças são vendidas, e em parte produzidas, em barracas próximas às casas dos moradores da comunidade na beira da estrada que liga Montes Claros à Januária. Suas peças também são encontradas nos mercados dos referidos municípios. Atualmente, a produção das peças tem sido prejudicada pela dificuldade de obtenção de matéria prima. Outra demanda no que tange a comercialização das peças é a melhoria da estrutura física dos quiosques construídos para esta finalidade.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.5. Aquisição/reparo/frete de veículos para transporte de matéria-prima	a) Frete para transporte de madeira morta. b) Cadastro de gameleiros e vistoria e autorização do corte de árvores isoladas e catação de madeira morta em propriedades que se disponham a doar a matéria-prima em parceria com o IEF.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.4. Reforma ou construção de locais de venda	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). b) Implantação de placas de sinalização dos pontos de venda (em andamento).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Participação na Feira de Artesanato de Tiradentes – MG. b) Realização de uma exposição no Centro de Artesanato de Januária. c) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento)
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
4. POLÍTICA PÚBLICA		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
4.4. Fortalecer e estabelecer parcerias para a promoção do artesanato de tradição cultural e do/a artesão/ã.	4.4.1. Articulações interinstitucionais	a) Parceria com: o Centro de Artesanato de Januária; as Prefeituras municipais de Januária e Pedras de Maria da Cruz; Emater MG; IEF; Sebrae MG; e com a Superintendência de Artesanato da Secretaria de Estado de Desenvolvimento de Minas Gerais.
	4.4.3. Identificação e qualificação de interlocutores para atuar como agentes locais e supervisores nos polos	a) Contratação de um agente local para atuar como mediador e interlocutor dos projetos.

Polo 54 – Barcos de Mamanguá

Gestora responsável: Valena Ribeiro

Caracterização: Este polo é formado por artesãos moradores de uma comunidade caiçara, que habita o saco de Mamanguá, localizado em Paraty, litoral Sul do Estado do Rio de Janeiro. Ao longo do saco, nas enseadas e praias, formam-se pequenas comunidades, que vivem da pesca, da agricultura, da caça e do artesanato em madeira. Estes moradores hoje se dedicam também à atividades ligadas ao turismo, que cresce cada vez mais na região. São pouco mais de 120 famílias que residem no local e várias delas fazem o artesanato de caxeta, árvore nativa que nasce em áreas alagadas e de mangues. Elas produzem réplicas e miniaturas de saveiros, traineiras, canoas, escunas e veleiros, e de animais da fauna local, como tartaruga, peixes e outros. Além disso, fazem remos, gamelas e utensílios domésticos (colheres, pás e conchas).

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.4. Criação de um espaço permanente de comercialização no Forte “Defensor Perpétuo”, Parati (RJ), em parceria com o IBRAM,	a) Adequação do espaço de exposição. b) Adaptação de um rancho para abrigar as canoas de pesca tradicionais que servem de modelo para a fabricação dos barquinhos.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Produção de uma exposição nos moldes da Sala do Artista Popular.
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas, catálogos e folders	a) Produção de etiquetas personalizadas, catálogos etnográficos e folders.

Polo 55 – Cerâmica do Vale do Ribeira (SP)

Gestora responsável: Valeria Aquino

Caracterização: O polo agrega a produção de cerâmica dos municípios de Apiaí e Itaóca, ambos no estado de São Paulo. Apiaí possui duas associações. Uma delas – Associação dos Artesãos de Apiaí – localizada no bairro do Encapoeirado, possui sede própria. E a Associação dos Artesãos do Vale do Ribeira que não possui sede nem diretoria definida. O município de Itaóca conta com dois artesãos, sendo que apenas um está em atividade. O polo contabiliza 26 artesãos, onde 23 deles vivem da agricultura de subsistência.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Reforma de seis janelas e uma porta da Casa do Artesão em Apiaí (em andamento). b) Colocação de piso, tipo cimento queimado, em um espaço de 15m x 8 m na sede da Associação dos Artesãos de Apiaí, no bairro do Encapoeirado (em andamento). c) Acabamento das paredes de dois banheiros de 1,5m x 1,5 m cada, da sede da Associação dos Artesãos de Apiaí, no bairro do Encapoeirado (em andamento). d) Colocação de forro no teto em um espaço de 15 m x 8m na sede da Associação dos Artesãos de Apiaí, no bairro do Encapoeirado (em andamento). e) Aquisição de colocação de seis janelas e oito portas na sede da Associação dos Artesãos de Apiaí, no bairro do Encapoeirado (em andamento). f) Adequação do espaço de trabalho para o artesão Abrão, do município de Itaóca (em andamento).

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições/mostras/feiras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).

Polo 56 – Modelagem em barro de Taubaté (SP)

Gestora responsável: Valeria Aquino

Caracterização: A modelagem em barro de Taubaté, de acordo com a história oral, data de meados do século XVII, ou seja, desde a fundação da cidade por volta de 1640. Os figureiros, como são conhecidos os artesãos que modelam figuras de barro, habitam em sua maioria no Bairro Imaculada Conceição, local que foi urbanizado apenas a partir da década de 1960. Dentro do repertório produzido pelos artesãos encontram-se temas zoomórficos (pavões, galinhas, pássaros, bois e joaninhas, por exemplo), religiosos (santos e cruzes com a pomba branca que representa o Divino Espírito Santo), representações de festas e danças (Folia de Reis, Folia do Divino, Jongo, Dança da Fita, Congada, entre outras), figuras do Sítio do Pica-Pau Amarelo (Visconde de Sabugosa, Emília, Tia Anastácia, Pedrinho, Saci Pererê, etc.) e representações do cotidiano e do trabalho (mulher cozinhando em fogão à lenha, mulher tirando água do poço ou tratando de galinhas, tocador de viola, carroceiro, cortando lenha, apenas para citar alguns exemplos). Trata-se, em sua grande maioria de peças que variam de dois a 40 cm de altura, e com temas relacionados ao âmbito rural e/ou que expressam algum um tipo de vivência com esse meio.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de um forno elétrico para queima de peças da Associação (em andamento). b) Aquisição de uma furadeira elétrica para a Associação.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de matérias-primas utilizadas pelos artesãos (argila e tinta azul ultramar).
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Realização de oficinas de repasse de saberes com aproximadamente 20 crianças do bairro Imaculada.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de um fragmentador de papel para composição de embalagens. b) Aquisição de caixas plásticas para transporte de peças dos artesãos da Associação.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Construção de estantes na sala de vendas da Associação (em andamento).
2.3 Valorizar identidade vinculada ao artesanato	2.3.1. Melhora e ampliação da comercialização direta	a) Instalação de três placas sinalizadoras nas casas dos artesãos que não fazem parte da Associação (em andamento).
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.3. Produção de conhecimento e acesso à informação.	3.3.1. Apoio a espaços de memória	a) Construção de uma estante específica e apropriada para conservação de peças exemplares do artesanato - feitas por artesãos já falecidos - na sede da Associação (em andamento).

Polo 57 – Instrumentos musicais do fandango caçara (SP e PR)

Gestora responsável: Valeria Aquino

Caracterização: O polo envolve cinco municípios em dois estados diferentes (SP, PR). Os municípios do estado de São Paulo são: Iguape e Cananéia. Em ambos municípios os artesãos moram dispersos. Em Iguape a produção artesanal se concentra nas localidades de Barra do Ribeira e Vila Nova. Há uma associação formal legalizada (Associação dos Jovens da Juréia) com sede e um pequeno ponto de venda, que agrega cerca de 30 artesãos. Em Cananéia a produção artesanal se concentra na sede (bairros do Carijo e Acaraú) e na localidade do Ariri, os artesãos também moram dispersos pelo município e somam cerca de 15 artesãos. Não há nenhum tipo de organização formal que agregue apenas os produtores de instrumentos. No estado do Paraná os 17 artesãos estão dispersos entre os municípios de Guaraqueçaba, Paranaguá e Morretes. Não há nenhum tipo de organização formal.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Aquisição de uma máquina elétrica para cortar madeira e de uma lixadeira elétrica artesãos de Cananéia.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Realização de oficina sobre associativismo para os 30 integrantes da AJJ em Barra do Ribeira, e para 17 artesãos dos municípios de Guaraqueçaba, Morretes e Paranaguá.
3. APOIO À DIVULGAÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Realização de uma exposição conjunta e itinerante, com peças de todos os artesãos do polo. A exposição deverá percorrer todos os municípios integrantes do polo.
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
	3.1.3. Catálogo etnográfico	a) Elaboração de catálogo etnográfico sobre o polo.

Polo 58 – Renda de bilro de Florianópolis (SC)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: Lagoa da Conceição é um bairro localizado na porção sula da cidade de Florianópolis que tem como destaque na sua produção artesanal a renda de bilro. A 20 km da sede, o bairro conta com uma infra-estrutura básica satisfatória, dispondo de rede bancária, transporte coletivo (embora escasso), agência de correio, água, luz e serviços de telefonia. No centro há saneamento básico, o que não ocorre nas regiões periféricas. Nos últimos anos, a região passa por um processo de especulação imobiliária, causada, dentre outros motivos, pela demanda turística, o que vem ocasionando a abertura de empreendimentos diversos como restaurantes, hotéis e pousadas e o aumento no custo de vida dos cerca de 20 mil residentes. Os antigos moradores, dentre estes pescadores e rendeira de bilro, quando não acompanham o movimento, reformando e adaptando suas casas para o atendimento ao público, têm deixado a região, vendendo suas propriedades. Estima-se que na região haja quase 200 rendeiras, das quais cerca de 100 frequentam o Centro Cultural Bento Silvério, onde produzem a renda num espaço a elas cedido. As demais, alternam o bilro com o trabalho doméstico. Nas outras partes da ilha, também destacam-se as comunidades da Praia do Forte, Pântano do Sul, Rio Vermelho, Canavieiras e Santo Antônio de Lisboa. Todas estas mulheres vêm passando por dificuldades quanto à continuidade do ofício alegando a baixa venda e o baixo lucro e a falta de reconhecimento de seu trabalho pela população local.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Fabricação de bilros e caixotes (em andamento).
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.2. Produção e divulgação de material sobre saberes tradicionais	a) Realização de pesquisa junto às artesãs de referência em seis comunidades da cidade de Florianópolis para criação de cadastro.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.2. Oficina cultura e identidade	a) Oficina junto às artesãs com abordagem sobre as influências étnicas, diferenças regionais da renda de bilro, especificidades culturais da produção de Florianópolis.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina sobre associativismo.
	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina sobre gestão.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação do Centro de Referência da Rendeira Catarinense com mostra e venda da renda de bilro (em andamento).
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.3. Formação de capital de giro	a) Oficina sobre formação de capital de giro.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ). c) Criação de ponto de comercialização no Casarão Bento Silvério em parceria com a Fundação Franklin Cascaes e Casa dos Açores Ilha de Santa Catarina (em andamento).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.3. Produção de etiquetas	a) Produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca (em andamento).
	3.2.4. Produção de material de divulgação	a) Produção de cartões de visita, catálogo de produtos, filipetas, sacolas (em andamento).
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca.

Polo 59 – Pêssankas e bordados de Iracema (SC)

Gestora responsável: Wilmara Figueiredo

Caracterização: A cidade de Itaiópolis, na serra norte catarinense, localiza-se a cerca de 300 km da capital catarinense. Entre meados dos séculos 19 e início do século 20 imigrantes europeus de diferentes nacionalidades lá chegaram em busca de terras para a reconstrução de suas vidas, sobretudo após as mazelas causadas pela Primeira Grande Guerra. A cultura local, portanto, conta com as fortes influências de portugueses, alemães, italianos. Porém, destacam-se os poloneses e ucranianos, grupos majoritários na colonização das terras antes ocupadas pelos indígenas, que introduziram aos costumes locais a arte das pêssankas, dos bordados e do wiciniaky, dentre outras. A comunidade de Iracema é considerada a maior referência da cultura ucraniana dentro do estado de Santa Catarina, sendo lá preservados ainda costumes tradicionais, onde atualmente somente dois artesãos dão continuidade à costume de pintar ovos: Célia Mireski e Maurício Linécia. Apesar de se saber da existência de bordadeiras, não se tem um cadastro/levantamento que as identifique, sendo o ensino e a produção diretamente atrelados ao movimento da igreja bizantina local. À exceção de Linécia e das irmãs da ordem Servas de Maria Imaculada, as artesãs de pêssankas e bordados dão continuidade às artes por terem consciência do seu importante papel na perpetuação e propagação da cultura ucraniana entre as gerações mais jovens, exercendo outras ocupações para o seu sustento como operárias em fábrica, donas de casa, empregadas do setor comercial local ou aposentadas como agricultoras.

1. APOIO À PRODUÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção de local de trabalho	a) Pintura, reparos nas instalações hidráulica e elétrica.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Reforma de mesas e cadeiras. b) Fabrico de cama de pregos. c) Aquisição de tesouras, régua, compasso, fogareiro, frascos plásticos com tampa, caneta bico de pena e cabos, seringas com agulha, agulhas de bordado, alfinetes com cabeça, elástico
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Aquisição de anilina própria para pêsankas, cera de abelha, verniz incolor marítimo, papel toalha, papel crepom, papel cetim, papel de seda, cola, vinagre, linhas para bordado, linho, algodão.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Três oficinas de pêsankas. b) Duas oficinas de bordados ucranianos. c) Duas oficinas de wicinianki.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.2. Oficina cultura e identidade	a) Oficina junto aos artesãos de pêsankas, bordados ucranianos e wicinianki com abordagem sobre as influências étnicas, especificidades culturais da produção artesanal de Itaiópolis como atrativo turístico.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.1. Oficina de associativismo	a) Oficina sobre associativismo junto aos artesãos de pêsankas, bordados ucranianos e wicinianki.
	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina sobre gestão junto aos artesãos de pêsankas, bordados ucranianos e wicinianki.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de computador, impressora, armários para guarda de material.
	2.1.4. Reforma/construção de locais de venda	a) Criação do Centro de Referência da Tradição Ucraniana com mostra e venda do artesanato ucraniano na comunidade de Iracema (em andamento).
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.1. Oficinas de formação de preço	a) Oficina de formação de preço junto aos artesãos de pêsankas, bordados ucranianos e wiciniarki.
	2.2.3. Formação de capital de giro	a) Oficina sobre formação de capital de giro junto aos artesãos de pêsankas, bordados ucranianos e wiciniarki .

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.1. Produção de exposições e mostras	a) Itinerância de SAP para Blumenau e Itaiópolis (SC). b) Mercado Brasil de Artesanato de Tradição Cultural (RJ).
	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato (em andamento).
3.2. Contribuir para a valorização econômica do artesanato de tradição cultural, como diferencial de mercado.	3.2.1. Consultorias de marketing	a) Oficinas de marketing e comunicação pessoal junto aos artesãos de pêsankas, bordados ucranianos e wiciniarki .
	3.2.5. Criação de identidade visual	a) Criação de marca, produção de etiquetas personalizadas com aplicação da marca, cartões de visita, catálogo de produtos, filipetas, sacolas (em andamento).

Polo 61 – Artesanato Wajãpi (AP)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização do polo: Os Wajãpi, falantes de uma língua Tupi-Guarani, vivem na TI de mesmo nome no estado do Amapá. São hoje cerca de 980 pessoas, distribuídas entre 48 aldeias, demarcada com intensa participação da comunidade e homologada em 1996. Seu sistema de ocupação territorial é caracterizado por uma intensa mobilidade das famílias entre suas diversas roças e aldeias, contribuindo assim à conservação dos recursos florestais, bem como a fiscalização da terra indígena e de seus limites. Até recentemente, os Wajãpi só consumiam sua própria produção, tanto em termos de itens alimentares como de artefatos destinados ao preparo e armazenamento. A crescente monetarização das famílias transformou paulatinamente os meios de sustentação e o consumo de itens comprados fora da terra indígena tem transformado o cotidiano das aldeias. Mesmo assim, os adultos Wajãpi continuam produzindo a maior parte de seus artefatos tradicionais, especialmente os diversos trançados para o processamento da mandioca e de outros produtos agrícolas; também produzem equipamentos de caça e pesca, artefatos talhados em madeira, tecidos de algodão, para redes e tipoias. Há vários anos, também produzem adornos corporais, como colares e pulseiras, criações originais voltadas à comercialização.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.3. Intercâmbio	a) Visita a centro de artesanato indígena e tradicional em Belém. b) Visita a centro de artesanato indígena e tradicional em Manaus.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
	2.1.4. reforma ou construção de locais de venda	a) Adequação de espaços compatíveis para venda de artesanato Wajãpi fora das aldeias.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.1. Oficina de formação de preço	a) Oficinas de formação de preço.
	2.2.2. Oficina de gestão	a) Oficinas de Gestão e Sustentabilidade Econômica.

Polo 62 – Artesanato Asurini (PA)

Gestora responsável: Valeria Aquino

Caracterização: Situados a beira do médio rio Xingu, a aproximadamente 100km da cidade de Altamira (cino horas (voadeira) e 16 horas (barco) de viagem, no “inverno”), no estado do Pará, os Asurini foram alcançados no início da década de 70, com a construção da rodovia Transamazônica. Trinta anos antes este grupo tupi já havia abandonado as margens do rio Bacajá, devido a guerras com grupos Kayapó e Araweté, migrando em direção ao rio Xingu, todos vítimas de ataques de regionais. Entre os inimigos, de quem os Asurini levavam desvantagem nos últimos tempos antes do contato (matavam e roubavam mulheres) e os brancos, que passaram a deixar ferramentas nas proximidades da aldeia e pareciam não pretender atacá-los, os Asurini não tiveram escolha senão aceitar a convivência. Entretanto, a transmissão de doenças pelos brancos ocasionou o desaparecimento de quase metade da população: de cerca de 100 indivíduos em 1971, chegaram a 52, em 1982. Atualmente, os Asurini do Xingu são 144 indivíduos (Funasa, maio 2009), situados na área de influência da polêmica usina de Belo Monte, projeto do setor elétrico para o médio rio Xingu. No caso Asurini, a comercialização do artesanato era considerada como alternativa apropriada quando as pressões do contato eram de ordem diferente das atuais e a defesa do território comandava o ideário salvacionista, apoiado na inter-relação entre economia, ecologia e equilíbrio sanitário. Esta alternativa continua sendo apropriada pelos motivos que a justificavam há duas décadas.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina repasse saber	a) Oficina junto à escola indígena de registro audiovisual do processo de produção dos objetos cerâmicos.
1.5. Fortalecer a organização de grupos de artesãos/ãs e de sua gestão, visando a autonomia.	1.5.2. Oficina de gestão	a) Oficina de gestão.
2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições/mostras/feiras	a) Exposição de artesanato Asurini em Uberlândia MG.

Polo 63 – Artesanato Maxakali (MG)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização do polo: Ao nordeste de Minas Gerais, na fronteira sul da Bahia, vivem os povos Tikmu´um, conhecidos como os Maxakali, contando cerca de 1.500 e Yãm~iyxop. Os Tikmu´un falam a língua Maxakali (do tronco linguístico Macro-Jê). Entre os vários povos que habitaram a praticamente extinta Mata Atlântica na região entre Minas Gerais e Bahia, os Tikmu´un estão entre os que mantiveram viva sua língua, sua ciência musical, ainda que o façam na contramão do mundo que os envolve. As terras em que vivem e circulam foram drasticamente reduzidas, perderam as riquezas das antigas florestas e se encontram cobertas de capim colônia com seus cursos de água degradados. Ainda neste espaço, os Tikmu´un vivem obstinados a renovar, noites a fio, um acurado conhecimento da fauna e flora por meio dos seus cantos - uma verdadeira e potente enciclopédia da biodiversidade.

Grandes tecelãs, cantoras e narradoras de textos ancestrais, as mulheres tikmu´un fiam e enlaçam, delicadamente, sobre suas pernas as fibras da embaúba, uma das poucas árvores resistentes ao desmatamento da região. Com a fibra da embaúba, as mulheres desenvolveram uma refinada arte de enlace, modelando malhas ao mesmo tempo em que constroem as linhas. Os enlaces criam texturas fluidas, reproduzindo principalmente vibrações e brilho do ambiente aquático, de onde vêm seus desenhos: escamas de peixes e patas de jacaré. Também é comum nas aldeias encontrarmos sacos de mantimentos sendo desfeitos e transformados em novas linhas, modelados na fabricação de bolsas, redes de pesca, além de cordas de arcos e bodoques. Ainda aí as mulheres reencontram o brilho, o jogo de cores que permite nas aldeias uma constante surpresa quando despontam de dentro do capim os corpos que carregam esses objetos luminescentes.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.3. Oficinas de técnicas e produtividade	a) Oficina de padrão de qualidade.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação na Feira Nacional de Artesanato em Belo Horizonte. b) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.
2.2. Fortalecer a gestão da comercialização do artesanato, visando a sustentabilidade econômica.	2.2.1. Oficina de formação de preço	a) Oficina de formação de preço.
	2.2.2. Oficina de gestão	a) Oficina de gestão.
	2.2.3 Oficina de capital de giro	a) Oficina de capital de giro.

Polo 64 – Artesanato Kuikuro (MT)

Gestora responsável: Valeria Aquino

Caracterização: Os Kuikuro são um povo de língua karib que habita a região dos formadores do rio Xingu. Vivem atualmente em quatro aldeias - Ipatse, Lahatua, Ahukugi, Asa Inkgugetoho - localizadas no Parque Indígena do Xingu, na região do Alto Xingu, no estado de Mato Grosso. Participam de um sistema plurilíngüe e multiétnico composto por três das principais famílias lingüísticas da América do Sul (Tupi, Karib e Arawak). Trata-se de um sistema cultural único, fruto do amalgamento de povos de origens diversas, e que possui um rico patrimônio imaterial, cuja expressão mais forte são os rituais, sendo o mais célebre destes a cerimônia do Kwarup.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Compra de ferramentas como: barbante, agulhas, tesoura, faca, facão, mesa e cadeira, cera, tinta de urucum.
1.2. Acesso à matéria-prima e manejo sustentável.	1.2.4. Oficinas sobre manejo ambiental	a) Pesquisa e documentação sobre matérias primas.
	1.2.5. Aquisição/reparo/frete de veículos para transporte de matéria-prima	a) Aluguel de veículos para transporte de matéria prima.
1.3. Fortalecer as formas de transmissão dos saberes tradicionais.	1.3.1. Oficina de repasse de saber	a) Oficina realizada na aldeia coordenado por mestres artesãos para recuperação e ensino de técnicas tradicionais de 120h/aula.
1.4. Valorizar as referências locais e/ou tradicionais do repertório de produtos artesanais e de seu padrão de qualidade, de forma a fortalecer a identidade dos grupos.	1.4.3. Pesquisa/difusão de referências tradicionais/locais	a) Pesquisa e documentação dos padrões gráficos e técnicas de cestaria, das histórias dos mitos associados às técnicas cesteiras.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.2. Aquisição de material permanente	a) Aquisição de duas câmeras fotográficas digitais para o registro, de um Notebook, de uma impressora e de um HD externo de 1 Tb.

3. APOIO À DIVULGAÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
3.1. Contribuir para o reconhecimento social do artesanato de tradição cultural e dos saberes a ele associados, pelo seu valor artístico e cultural.	3.1.2. Documentários audiovisuais	a) Produção de documentário audiovisual sobre artesanato.
	3.1.4. Oficinas e palestras	a) Realização de oficinas de repasse de saber.

Polo 65 – Artesanato Guarani (RJ)

Gestora responsável: Valena Ribeiro Garcia Ramos

Caracterização do polo: Os Guarani Mbya são um povo que se autodenomina *nhande va'e* (os nossos); também conhecido na etnologia ameríndia como Mbya e, mais popularizado como Guarani. No Brasil ocupam os estados do sul e sudeste, à exceção de Minas Gerais; o sul de Mato Grosso do Sul além de áreas da Argentina e Paraguai. Os Mbya do Rio de Janeiro têm suas aldeias nas regiões litorâneas do estado e apresentam atualmente uma população estimada em cerca de 700 pessoas que vivem em cinco aldeias: Parati-Mirim; Saco do Mamonguá; Araponga; Rio Pequeno, estas no município de Parati e a aldeia Sapukai, em Bracuí, Angra dos Reis. As terras indígenas situadas na Mata Atlântica fluminense são áreas tradicionalmente ricas em termos ambientais. No entanto, vem sofrendo intensos impactos com drástica redução dos recursos disponíveis, tanto vegetais como animais. A produção artesanal e de bens culturais fundamentais para a reprodução física e cultural dos Mbya encontra-se limitada pela disponibilidade destes recursos. Escasseiam matérias primas para construção de casas, produção de artefatos utilitários e destinados a venda, assim como, de recursos alimentares naturais. Sendo assim, torna-se necessária a promoção de ações que visem atender as demandas sociais, econômicas, culturais e ambientais dos Mbya.

1. APOIO À PRODUÇÃO		
Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
1.1. Melhorar as condições de produção e trabalho dos/as artesãos/as.	1.1.1. Adequação/construção local de trabalho	a) Construção de uma casa para oficinas de papel artesanal na Aldeia Sapukay, com matéria prima e material elétrico, hidráulico e sanitário.
	1.1.2. Aquisição/conserto/fabricação de ferramentas	a) Compra de equipamentos e máquinas (prensa, 1Ton, liquidificadores industriais, etc).
1.2. Contribuir para a garantia do acesso à matéria-prima do artesanato e de seu manejo sustentável.	1.2.2. Investimento inicial para compra de matéria-prima	a) Insumos necessários ao desenvolvimento do papel artesanal e seus produtos.

2. APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Objetivos	Estratégias	Atividades realizadas/em realização
2.1. Contribuir para autonomia dos/as artesãos/ãs no acesso ao mercado, aprimorando e ampliando os canais de venda dos produtos.	2.1.1. Aquisição de veículos e equipamentos	a) Aquisição de um computador e uma máquina fotográfica digital
	2.1.3. Participação em exposições, mostras e feiras	a) Participação na Feira Nacional de Artesanato em Belo Horizonte. b) Participação no Mercado Brasil de Artesanato Tradicional (feira de vendas), no Jardim do Museu da República.