

Arte Solidária Michelin Ouro Verde desenvolve *social-commerce* de biojoias com artesãs quilombolas no sul da Bahia

O programa Arte Solidária Michelin Ouro Verde, em parceria com a designer amazonense Maria Oiticica, implementou um *social-commerce* para a venda de biojoias a partir das comunidades quilombolas de Jatimane e Ituberá, no sul da Bahia. O projeto é 100% voltado para mulheres e transforma as artesãs em multiplicadoras, com o objetivo de que os grupos tenham mais ferramentas para empreender por meio da venda dos produtos em páginas próprias no Instagram.

As artesãs locais desenvolveram habilidades por meio de aulas em oficinas via aplicativos de vídeo, aprimorando técnicas de criação de biojoias com sementes e fibras naturais, empreendedorismo e comercialização.

“Nosso desafio é facilitar a perenidade nas vendas e gerar autonomia para essas empreendedoras. A iniciativa é principalmente uma troca de saberes para o desenvolvimento econômico dessas mulheres quilombolas”, diz Glauce Ferman, diretora de Comunicação e Marcas da Michelin.

Danila de Jesus dos Santos, artesã da ABPAGI - Associação de Biojoias, Pesca e Agricultura em Ituberá, uma das comunidades atendidas pelo projeto, explica que já conhecia a produção de biojoias a partir do coco de piaçava e a iniciativa agregou novos conhecimentos. “Com a iniciativa tivemos oportunidade de trabalhar com outro modelo produzido a partir da semente da seringueira, que por ser planta abundante na região, fortaleceu ainda mais o laço de parceria. A ABPAGI preza pela sustentabilidade e a Michelin tem o compromisso com o meio ambiente, isso foi fundamental para o andamento do projeto”, conta.

Outra artesã da ABPAGI, Maria Rosângela Nascimento de Jesus, reforça que o trabalho vai muito além dos produtos. “Além do reconhecimento do meu talento, o projeto trouxe a valorização para o trabalho. Não só renda, mas a confecção de lindas peças usando matéria-prima regional. Em cada peça vemos também a autoestima e visual único que cada mulher na sua expressão natural, na segurança da sua etnia”, completa.

Jéssica Oliveira do Rosário, artesã da comunidade quilombola de Jatimane, no município de Nilo Peçanha, ressalta que a criação da loja online pelas redes sociais é uma oportunidade, principalmente para os mais novos. A dificuldade de comercialização desmotivava os jovens, que precisavam sair da comunidade para morar fora e ter uma renda. Hoje, a comunidade vive da pesca, artesanato de piaçava e turismo de base comunitária. “Aproveitamos todos os benefícios que a natureza oferece e a comunidade tem um olhar diferenciado sobre a preservação e o cultivo. Nossa expectativa é que a gente seja reconhecido pelo nosso trabalho de base e sustentável”, conta Jessica.

A comunidade espera ampliar a geração de renda com a internet, uma plataforma capaz de levar o produto ao mundo todo. “Como jovem empoderada e negra esse projeto é um privilégio. Aprimoramos o conhecimento no manuseio de sementes e estamos desenvolvendo a página da loja, que já tem resultado excepcional com



E:

pedidos entregues. Que a gente consiga levar Jatimane para o mundo sem precisar sair dela”, comemora a artesã.

A economia criativa é uma força poderosa do empreendedorismo mundial e um dos setores da economia que mais cresce, com geração de renda e empregos. “Ao transformar elementos da natureza em biojoias, as mulheres quilombolas são artesãs. Com acesso a um canal de vendas, elas se tornam também empreendedoras. Nossa conexão e troca foi muito além do conhecimento, houve um compartilhar afetivo e emotivo”, conta Maria Oiticica.

A vitrine virtual de produtos está disponível nos perfis de cada comunidade: <https://www.instagram.com/arteabpagi.official/> e <https://instagram.com/biojoiasjatimane>. Cada peça é acompanhada de descrição e preço, com frete sob consulta. A compra pode ser feita por mensagem direta no próprio Instagram.

SERVIÇO

<https://www.instagram.com/arteabpagi.official/>

<https://instagram.com/biojoiasjatimane>

Sobre a Michelin

A Michelin, líder do segmento de pneus, se dedica ao desenvolvimento da mobilidade de seus clientes, de forma sustentável, criando e distribuindo os pneus, serviços e soluções mais adequados às suas necessidades; fornecendo serviços digitais, mapas e guias, para ajudá-los a tornar suas viagens experiências únicas; e desenvolvendo materiais de alta tecnologia, que atendem à indústria da mobilidade. Sediada em Clermont-Ferrand (França), a Michelin está presente em 175 países, emprega mais de 132.200 pessoas em todo o mundo e dispõe de 67 centros de produção implantados que fabricaram cerca de 167 milhões de pneus em 2022 (www.michelin.com.br).