

As expectativas das mulheres do PDS Porto Seguro em relação à marca coletiva dos produtos produzidos na comunidade*¹

BATISTA, Sorraya dos Santos¹; MARQUES, Elaine dos Santos²; LIMA, Andreia do Nascimento³; FREITAS, Leidian Coelho de⁴

¹ Aluna bolsista do Instituto Federal do Pará, Campus Rural de Marabá

² Aluna voluntária do Instituto Federal do Pará, Campus Rural de Marabá

^{3,4} Técnica Administrativa do Instituto Federal do Pará, Campus Rural de Marabá

sorrayasantosbatista@gmail.com, elaine.santos.marques44@gmail.com, andreia.lima@ifpa.edu.br, leidian.freitas@ifpa.edu.br

ÁREA TEMÁTICA: Ciências Sociais Aplicadas

EIXO TEMÁTICO: ODS 2 - Fome zero e agricultura sustentável; ODS 5 – Igualdade de gênero

RESUMO: Este trabalho apresenta resultados parciais da pesquisa “Marca Coletiva e suas Possibilidades”, realizada junto às mulheres do Projeto de Desenvolvimento Sustentável (PDS) Porto Seguro, localizado em Marabá-PA, com o objetivo de identificar expectativas e percepções quanto à criação de uma marca coletiva para os produtos alimentícios agroecológicos produzidos na comunidade. O estudo se ancora nos princípios da agroecologia, da economia solidária e da identidade territorial, valorizando o protagonismo das mulheres agricultoras. A metodologia adotada foi qualitativa e exploratória, com aplicação de formulário de avaliação ao término da primeira capacitação ofertada às participantes, além da observação direta durante o encontro formativo. As respostas evidenciam que a maioria das mulheres não conheciam o conceito de marca coletiva antes da capacitação, mas passou a compreendê-lo como um instrumento de fortalecimento da identidade da comunidade e de valorização dos produtos locais. As participantes associaram a marca à possibilidade de ampliar as vendas, gerar renda, agregar valor ao produto, melhorar a visibilidade no mercado regional e promover maior união entre as produtoras. Elementos como mulheres negras e brancas, casas, árvores e símbolos da agroecologia foram sugeridos para compor a identidade visual da marca. Entre os desafios apontados, destacam-se a burocracia para o registro, a necessidade de capacitação continuada e a importância da participação coletiva nas decisões. Os dados parciais indicam que a criação da marca coletiva é percebida como uma estratégia viável e desejada para a consolidação de um projeto autônomo, cooperativo e representativo das mulheres do PDS. A pesquisa segue com a realização de uma segunda capacitação, análise de novos dados e elaboração de um plano de ação para implementação da marca, com foco na autonomia produtiva e no empoderamento feminino no campo.

Palavras-Chave: Marca coletiva; Identidade territorial; Trabalho.

¹ *Trabalho financiado com bolsa estudantil e repasse de recurso pelo Instituto Federal do Pará.