

Relato de uma experiência formativa com as mulheres do Projeto de Desenvolvimento Sustentável Porto Seguro*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: O presente relato compartilha a experiência da realização da primeira capacitação sobre marca coletiva com as mulheres do Projeto de Desenvolvimento Sustentável (PDS) Porto Seguro, no município de Marabá-PA, no contexto de um projeto de pesquisa do IFPA. A ação formativa teve como objetivo sensibilizar e informar sobre o potencial da marca coletiva na valorização dos produtos agroecológicos produzidos por essas mulheres, fortalecendo a identidade territorial e a economia solidária local. As participantes destacaram a expectativa de ampliar as vendas com o uso da marca e o desejo de união para consolidar a marca como símbolo da coletividade. As contribuições evidenciaram a relevância do protagonismo feminino e apontaram também desafios como a burocracia e a necessidade de formação contínua. A experiência revelou o potencial transformador da marca coletiva não apenas como instrumento de comercialização, mas como prática de pertencimento, autoestima e articulação comunitária.

Palavras-Chave: Marca Coletiva; Mulheres; Identidade territorial.

CONTEXTO

A experiência foi realizada no âmbito do projeto de pesquisa "Marca Coletiva e suas Possibilidades: Expectativas das Mulheres do Projeto de Desenvolvimento Sustentável Porto Seguro no Contexto da Comercialização de Produtos Alimentícios" no assentamento PDS Porto Seguro localizado na região sudeste do Pará em maio de 2025. O projeto tem como objetivo compreender as expectativas das mulheres da comunidade quanto à criação de uma marca coletiva para os produtos alimentícios comercializados em circuitos curtos na região. A iniciativa do projeto surge em resposta à demanda local por maior visibilidade, valor agregado e reconhecimento territorial da produção agroecológica realizada pelas mulheres do assentamento.

A atividade inicial do projeto consistiu em uma capacitação formativa voltada às agricultoras do assentamento, visando apresentar os conceitos e exemplos práticos de marca coletiva como estratégia de valorização da produção agroecológica e fortalecimento da identidade comunitária no mercado local. O objetivo da experiência foi iniciar a escuta ativa e participativa das mulheres quanto às suas expectativas, dúvidas e sugestões para o desenvolvimento de uma marca representativa e solidária.

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

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

A experiência foi organizada em formato de capacitação, com exposição dialogada sobre o conceito de marca coletiva, apresentação de exemplos inspiradores e atividades de escuta ativa. Participaram agricultoras de diferentes núcleos familiares do assentamento PDS Porto Seguro. Em seguida as mulheres participaram de uma dinâmica de imaginação simbólica, onde puderam descrever como gostariam que seus produtos fossem reconhecidos e em dupla registraram em formulário sobre isso.

É importante destacar que a marca coletiva surge como uma ferramenta estratégica que pode contribuir para o fortalecimento da identidade territorial e para a agregação de valor aos produtos da agricultura familiar. Trata-se de uma certificação que representa o pertencimento a um grupo ou território, organizada por associações ou cooperativas e com vínculo direto à cultura local (Caporal *et al.*, 2020).

Ao final da capacitação para registro das impressões sobre a capacitação foi aplicado um formulário via Google Forms com perguntas abertas sobre compreensão, expectativas e sugestões. As respostas apontaram que, embora muitas não conhecessem previamente o conceito de marca coletiva, compreenderam seu potencial para diferenciar os produtos, aumentar as vendas e reforçar o sentimento de pertencimento. Elementos sugeridos para compor a identidade visual incluíram mulheres diversas, elementos naturais e referências à agroecologia. Os desafios relatados envolveram a necessidade de maior organização interna e superação de barreiras burocráticas. As participantes valorizaram a metodologia participativa e solicitaram continuidade das capacitações com propostas visuais e momentos de decisão coletiva.

A aprendizagem compartilhada favorece o empoderamento, especialmente de grupos historicamente marginalizados, como as mulheres do campo, que passam a ter voz ativa nas decisões que envolvem sua produção, sua renda e sua visibilidade no mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de capacitação realizada com as mulheres do PDS Porto Seguro dialoga diretamente com os achados da dissertação desenvolvida no Assentamento Nova Amazônia, em Roraima, por Gadelha (2023), ambas as iniciativas adotaram metodologias participativas, reconhecendo o protagonismo das mulheres rurais na produção agroecológica e seu potencial para a construção de identidades coletivas no mercado.

A atividade demonstrou que a construção de uma marca coletiva é mais do que um processo de marketing: é um processo educativo e identitário. A escuta ativa das mulheres revelou não apenas anseios por reconhecimento e renda, mas também um desejo de fortalecimento do coletivo. A continuidade do projeto prevê novas etapas de formação, elaboração de materiais gráficos para os produtos e construção de um plano de ação para registro da marca. O aprendizado central foi que o protagonismo feminino, aliado à escuta qualificada e à formação contextualizada, é chave para iniciativas de desenvolvimento rural sustentável e solidário.



AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará pelos recursos que viabilizam a execução do projeto e realização dos estudos.

REFERÊNCIAS

CAPORAL, L. R.; SANTOS, W. G. dos; SOUZA, C. de; VITERI, G.; MACHADO, A. **Guia prático: marcas coletivas para a comercialização de produtos da agricultura familiar**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2020.

GADELHA, L. B. dos S. **Estratégias de valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia em Roraima através do registro de marca coletiva**. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2023.