

11 A 13
DE DEZEMBRO
DE 2024

EVENTO PRESENCIAL
NA UFRPE RECIFE



2º Congresso Internacional de Agroecologia
e Desenvolvimento Territorial (CIADT)
11º Seminário de Agroecologia e
Desenvolvimento Territorial (SEADT)

TEMA

Agroecologia política, sistemas alimentares e transições agroecológicas



Produção de ovos de empreendimento em transição agroecológica: uma proposta de mercado social na agricultura familiar

Paulo Márcio Barbosa de Arruda Leite. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Territorial, Universidade Federal Rural de Pernambuco (PPGADT - UFRPE); Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8213840627841437>; E-mail: paulo.a.leite@ufrpe.br

Ana Cláudia de Lima Silva. Docente do Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Territorial, Universidade Federal Rural de Pernambuco (PPGADT - UFRPE); Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1254542675743579>; E-mail: claudia.lsilva2@ufrpe.br

Julian Perez-Cassarino. Docente do Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Territorial, Universidade Federal Rural de Pernambuco (PPGADT - UFRPE); Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4068480957111745>; E-mail: julian.cassarino@uffs.edu.br

Jorge Luiz Schirmer de Mattos; Docente do Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Territorial, Universidade Federal Rural de Pernambuco (PPGADT - UFRPE), Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3886221463517734>; E-mail: jorge.mattos@ufrpe.br

Maria Betânia de Queiroz Rolim. Docente do Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Territorial, Universidade Federal Rural de Pernambuco (PPGADT - UFRPE), Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5676854885081836>; E-mail: maria.qrolim@ufrpe.br

Linha de Pesquisa: Ambiente, Saúde e Sistemas Agroalimentares.

1 Introdução

O setor econômico primário, formado também pela agricultura, é o maior reservatório empregatício que há, principalmente nos países com vastas reservas de terras cultiváveis (ROMEIRO, 1998). De acordo com Guanziroli et al. (2001), os países que apresentam os melhores indicadores de desenvolvimento humano têm um traço comum: a forte presença da agricultura familiar, constituída principalmente por pequenos e médios produtores.

De acordo com o último censo agropecuário do IBGE (2017), cerca de 78% do total de estabelecimentos agropecuários correspondem à agricultura familiar, ocupando 23,0% do total da área dedicada às atividades agropecuárias. Alimentos básicos que compõem a nossa dieta como o feijão, o arroz, o milho, as hortaliças, a mandioca e pequenos animais, chegam a ser

responsáveis por 60% da produção agropecuária no país (KUSTER; MARTÍ; FICKERT, 2004).

No Nordeste brasileiro, 20% da produção agrícola do país é advinda de agricultores familiares. Contudo, estes agricultores apresentam dificuldades em termos de infraestrutura, assistência técnica e extensão rural, acesso a políticas públicas e não raro, enfrentam outras intempéries locais. Ademais, uma parcela considerável desses agricultores familiares não dispõe de recursos produtivos adequados e encontra-se abaixo da linha da pobreza ou em uma trajetória mais próxima da pobreza do que da capitalização.

Contudo, em meio a esse cenário, surgem alternativas mercadológicas embasadas socialmente e com perspectivas agroecológicas, tais como as experiências envolvendo empreendimentos solidários de base familiar, como forma de “desafogar” as famílias rurais e ajudá-las na promoção de sua qualidade de vida. Trata-se de experiências de construção social de mercados que seguem princípios impulsionados pela economia solidária e práticas agroecológicas de modo a auxiliar não só na comercialização dos produtos, mas também contribuir para o desenvolvimento comunitário sob princípios sustentáveis, primando pela preservação dos espaços territoriais de maneira social e ecologicamente correta.

Nesse sentido, a produção de ovos de criações de galinhas desenvolvida por famílias produtoras que trabalham em regime familiar e que segue as premissas agroecológicas pode ser considerada como parte do contexto da produção de alimentos saudáveis e sustentáveis. Isso implica, porém, num conjunto de aspectos sociotécnicos produtivos e ecológicos que necessitam ser adotados em toda a cadeia produtiva de ovos tais como, por exemplo, o chamado *non-cage system*, por colocarem a questão do bem-estar animal sobre as métricas produtivas. Isso porque o bem-estar das galinhas poedeiras está cada vez mais sendo incluído como parte de programas de garantia requisitados pelos consumidores.

Mas, embora isso tenha se tornado uma ferramenta importante no acesso aos mercados (Soussidou; Elson, 2009), a realidade das granjas brasileiras ainda é bastante contrastante com esse sistema, pois 95% ainda opera com sistemas convencionais, com aves mantidas em sistemas de baterias de gaiolas, desde o primeiro até o último dia de vida produtiva (Russo, 2019). Daí porque, a opção da agricultura familiar gerir seu empreendimento contrastando com essa realidade, que já foi banida em diversos países, a coloca em posição de destaque junto aos mercados consumidores. Da mesma forma, o fato dessa oportunidade ultrapassar a mera ideologia capitalista de apenas gerar e acumular bens e passar a focar em projetos mais igualitários e sustentáveis de produzir no âmbito da agricultura familiar sem agredir os bens naturais usados por ela.

Por isso, objetivou-se analisar um empreendimento para elencar as principais estratégias campesinas desenvolvidas para construção de um mercado socialmente justo, e como essas práticas influenciam a maneira produtiva e econômica de uma granja produtora de ovos de base agroecológica em uma unidade de produção familiar localizada no interior do estado de Pernambuco, Brasil.

2 Referencial teórico

A agricultura familiar desempenha um papel fundamental no desenvolvimento humano, especialmente em países com extensas áreas cultiváveis. Segundo Guanziroli (2001), na agricultura familiar, pequenos e médios produtores se tornam protagonistas no fortalecimento das economias locais, contribuindo para a segurança alimentar e a redução da pobreza. No Brasil, o censo agropecuário de 2017 revela que aproximadamente 78% dos estabelecimentos agropecuários pertencem à agricultura familiar, representando 23% da área total destinada a atividades agropecuárias (IBGE, 2019). Isso demonstra a relevância dessa modalidade de produção na estrutura econômica nacional e sua capacidade de gerar empregos e renda.

O conceito de bem-estar animal tem ganhado destaque nas práticas de produção agropecuária, especialmente na produção de ovos. Conforme Sossidou e Elson (2009), o bem-estar das aves está intrinsecamente ligado à qualidade dos ovos, refletindo a necessidade de sistemas de criação que priorizem práticas sustentáveis. A transição para sistemas livres de gaiolas, como o *free-range*, surge como uma alternativa viável que alinha as exigências do mercado consumidor com as práticas agroecológicas, promovendo tanto a saúde dos animais, quanto a qualidade dos produtos (Russo, 2019).

Soma-se a isso, a construção de mercados sociais justos e de proximidade é fundamental para a promoção e fortalecimento das redes de Economia Solidária e a valorização dos produtos da agricultura familiar, melhorando a renda das famílias. Niederle e Perez-Cassarino (2021) destacam que os mercados são espaços sociais que devem ser moldados por relações de confiança entre produtores e consumidores. A interação direta entre esses agentes, além de fortalecer os laços sociais, potencializa a comercialização de produtos agroecológicos, contribuindo para a sustentabilidade econômica e ambiental das comunidades rurais (Marques, Conterato e Schneider, 2016).

3 Metodologia

A pesquisa foi desenvolvida na zona rural do município de Glória do Goitá – PE, localizada numa faixa de transição entre Zona da Mata e Agreste, na mesorregião da Mata

Pernambucana e Microrregião de Vitória de Santo Antão – PE. A área municipal ocupa 231 km² e representa 0,2352 % do estado de Pernambuco.

Trata-se de um estudo de caso realizado em um empreendimento de uma unidade familiar, granja *Ovoecology*, que cria galinhas para produção de ovos em processo de transição agroecológica. Todas as atividades desenvolvidas na granja são feitas quase que exclusivamente pelos membros da família, que as realizam com vistas a garantir qualidade de vida, emprego, renda, formação, educação e responsabilidade ambiental.

A granja *Ovoecology* existe desde 2020 e foi idealizada para produzir ovos num sistema de criação tendo como princípio o respeito às aves e ao ambiente. Ou seja, o produto final consiste em ovos provenientes de uma proposta na qual o pilar central reside na sustentabilidade do meio ambiente e bem-estar animal.

A granja comporta aproximadamente 2.500 mil galinhas poedeiras, criadas livres de gaiolas, no sistema free-range, com liberdade para expressarem seus comportamentos naturais, como a postura de ovos em ninhos, banhos de areia, possibilidade de se empoleirar, ciscar, bater e esticar suas asas, inclusive acesso a áreas externas ao galpão para pastejo durante toda a fase de produção, sempre com a proposta de induzi-las a um comportamento próximo ao natural, sem haver comprometimento do aspecto econômico.

Todo o comércio dos ovos é feito através de vendas diretas dentro do município e em feiras agroecológicas nas cidades vizinhas. A unidade familiar apresenta uma agroindústria que é acompanhada pela Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária do Estado de Pernambuco. Segundo a família, a aquisição do registro junto ao órgão público ampliou os horizontes da comercialização, por se tratar de um produto agora legalizado, conferindo segurança alimentar e nutricional aos clientes.

Na coleta de dados foram considerados os pontos cruciais apontados como as principais atividades mercantis da unidade familiar, bem como suas principais tomadas de decisões e as práticas que otimizavam a eficiência econômica, social e ambiental da granja.

O método de pesquisa adotado foi o quantitativo, de modalidade descritiva, tendo como instrumento para coleta de dados entrevista semiestruturada, realizada em outubro de 2024. Esse estudo de caso foi realizado em campo, mesmo local da pesquisa, por se tratar do ambiente natural do nosso objeto de estudo. Os dados coletados foram analisados de maneira diagnóstica.

4 Resultados e Discussão

A granja realiza análise de mercado para identificar quais épocas do ano são mais favoráveis para comercialização dos ovos. E com isso realiza o planejamento da produção para

atender exatamente o que os mercados necessitam para aquela época do ano e, assim, evitar estoques. Isso porque o ovo é um alimento muito perecível e que tem sua vida de prateleira condicionada as intempéries ambientais, sobretudo, a forma e tempo de estocagem (Dutra et al., 2021; Lana, 2017). Razão pela qual, no planejamento, a aquisição de novos lotes de pintainhas é realizado de modo evitar que tais inconvenientes interfiram no processo de comercialização do produto.

A produção de ovos da granja é comercializada por circuitos curtos de comercialização, sendo vendida diretamente ao consumidor final e a outros pequenos produtores que revendem nas feiras de agricultura familiar. A família relatou que a venda direta se tornou mais atrativa para ela em virtude de se poder agregar maior valor econômico ao produto ovo.

Além disso, informações sobre a forma de criação dos animais e as práticas agroecológicas desenvolvidas na propriedade são passadas oralmente pela família aos consumidores/revendedores como forma de otimizar a relação de confiança entre ambos. Niederle e Perez-Cassarino (2021) acreditam que os mercados são espaços sociais concretos, erigidos pelas mãos visíveis de sujeitos sociais reais, portadores de interesses, mas também de valores, crenças e ideais. Por isso, é tão importante para a família ter ligação com o consumidor, pois ela acredita em um mercado como espaços sociais, influenciado pelas relações e interesses que se estabeleciam entre esses agentes.

A família prezava por este contato por acreditar que o cliente se sente seguro quando ele adquire o produto diretamente das mãos de quem produziu o alimento. Além disso, não se trata apenas de uma troca de bens (dinheiro x ovos), era o momento do cliente sanar possíveis dúvidas e curiosidades que ele tinha sobre a produção, sobre como os animais eram criados, os cuidados com a saúde tanto dele como consumidor quanto das galinhas, orientações de como armazenar corretamente os ovos pra prolongar o tempo de prateleira, dentre outros.

Além disso, era a oportunidade que a família produtora tinha de estreitar o vínculo com o cliente e de apresentar, de maneira mais plausível, o produto que ela produzia com tanto cuidado e zelo. Por isso, não se tratava apenas de vender um produto com objetivos econômicos, se tratava de oportunidades de crescimento pra ambas as partes, de se relacionarem mais que um cliente e vendedor, a proposta era de fidelidade e confiança no que se vendia e no que se consumia.

Nesse sentido, ressalta-se a importância da construção de mercados que primam pela sociabilidade entre agricultores e consumidores, principalmente pelas trocas que podem se sobrepor, inclusive às relações mercantis (Marques; Conterato; Schneider, 2016).

Ademais, ao se cadastrar junto ao órgão de fiscalização agropecuário e sair da informalidade, a granja adentrou naquilo que é conhecido como economia popular e que valoriza as relações socioecológicas. E, nesse ínterim que configurou seu redesenho, percebeu-se que o empreendimento já evoluiu dessa economia popular para uma economia mais solidária, otimizando-se as práticas sob relações socioecológicas concretas de produção, circulação, comercialização e consumo. Isto é, ao inserir os princípios da solidariedade na sua filosofia de trabalho, os protagonistas da experiência, mesmo que ainda sob os limites do processo de transição agroecológica em curso, fazem uma reprodução ampliada da vida contra a reprodução ampliada do capital (Coraggio, 1998).

Em suma, construir novos mercados implica cuidar do bem comum, ou seja, construir sustentabilidade preservando o meio ambiente. E por isso, além de desenvolver diariamente atividades que contribuem para o bem estar dos animais, a *Ovoecology* realiza atividades para otimizar os cuidados com o meio ambiente como cultivo de “espécies de leguminosas adubadoras” e reflorestamento, evita queimadas com atenção a saúde do solo e a preservação da fauna e da flora.

5 Conclusões

A gestão da família *Ovoecology* desenvolve atividades cujas premissas se coadunam com um processo virtuoso de transição agroecológica, aliando os ensinamentos da agroecologia e da economia solidária, pois além de levar em conta o bem-estar animal e otimizar a preservação do meio ambiente, também preza pela construção de mercados sociais mais justos, ademais de inserir os clientes na dinâmica produtiva executada na granja, condições *sine qua non* para a busca da sua sustentabilidade.

6 Referências

CORAGGIO, José Luis. **Economía urbana: La perspectiva popular**. Quito: Ediciones Abya-Yala, 1998.

DUTRA, Daniel R. et al. Qualidade dos ovos frescos e armazenados em função do tempo de permanência nos ninhos em sistema cage-free. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 2, p. e39410211881-e39410211881, 2021.

GUANZIROLI, Carlos Enrique. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI**. Editora Garamond, 2001.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agropecuário 2017. **Censo Agropecuário**, Rio de Janeiro, v. 8, p.1-105, 2019.

KUSTER, Angela; MARTÍ, J.; FICKERT, U. **Agricultura familiar, agroecologia e mercado no norte e nordeste do Brasil**. 2. ed. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004.

LANA, Sandra Roseli Valerio et al. Qualidade de ovos de poedeiras comerciais armazenados em diferentes temperaturas e períodos de estocagem. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, v. 18, p. 140-151, 2017.

MARQUES, Flávia Charão; CONTERATO, Marcelo Antonio; SCHNEIDER, Sergio (Ed.). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. UFRGS Editora, 2016.

NIEDERLE, Paulo A., PEREZ-CASSARINO, Julian; Construção Social de Mercados. In: DIAS, Alexandre Pessoa et al (org) **Dicionário de Agroecologia e Educação**. 1ª edição. São Paulo: Expressão Popular; Rio de Janeiro: Escola politécnica de saúde Joaquim Venâncio, 2021. pp. 259-265.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. **Meio ambiente e dinâmica de inovações na agricultura**. Annablume Editora, 1998.

RUSSO, Jessica Conteçote. Tudo que você precisa saber sobre os sistemas de produção de ovos. **Avicultura industrial**. Disponível em:
<https://www.aviculturaindustrial.com.br/imprensa/tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-os-sistemas-de-producao-de-ovos/20190326-113131-t740> Acesso em: 20 nov. 24.

SOSSIDOU, E. N.; ELSON, H. A. Hens' welfare to egg quality: a European perspective. **World's Poultry Science Journal**, v. 65, n. 4, p. 709-718, 2009.