

O CARRO DO OVO E SEUS DILEMAS SOCIOECONÔMICOS NO MUNICÍPIO DE PARIPIRANGA-BA

Luis Fernando Santos de Santana
Graduado em Geografia pelo UniAGES.
luisfernandogeografia@gmail.com

Patricia Santos Santana
Graduanda do curso de Geografia pelo UniAGES.
patriciasantosdesantana5@gmail.com

Dr. Felipe Pessoa de Melo¹
Docente do curso de Geografia pelo UniAGES.
felippemelo@hotmail.com

Dr. Douglas Vieira Gois
Docente do curso de Geografia pelo UniAGES
douglasgeograf@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A mudança no estilo de vida da população reflete naquilo que é comprado para o consumo, com isso urge a ruptura de padrões devido a uma oscilação econômica que impactam nos nichos de mercado. O carro do ovo surge como uma novidade e ao mesmo tempo como uma saída para quem comercializa e quem necessita inserir em sua agenda alimentar algo em conta. Dessa forma, o avanço da compra de ovos aparece como uma saída para a compensação do preço da proteína animal, sendo uma das hipóteses a qual esclarece a presença do carro do ovo em diferentes regiões do Brasil.

Nesse contexto, o carro do ovo é visto como uma novidade nacional, na qual a população brasileira apresenta uma característica criativa para as problemáticas socioeconômicas vistas em cada região, por isso, surgem cada vez mais comércios não formais ambulantes sem as condições jurídicas para a oferta de emprego conforme padrões de funcionamento. O comércio informal possui uma característica de dar sentido às poucas técnicas que possuem, resultando num reaproveitando de cada elemento numa escala pequena de produção (SANTOS, 2008). Nesse sentido, as populações regionais e em diferentes classes se interligam de maneira fragmentada para a complementação entre produto, preço e emprego.

Ao passo em que, a região Nordeste, devido à possibilidade de estabelecer novos nichos de mercado, consegue trazer novos horizontes para o carro do ovo tornando-se uma oportunidade para as pessoas que possuem o transporte terrestre particular para auxiliar a circulação e a comercialização, pois esta região possui uma fragilidade de transportes desde a sua formação enquanto região até os dias de hoje.

¹ Geógrafo (CREA-SE nº 2716964262), Graduado em Geografia e Especialista em Programação do Ensino de Geografia - UPE, Graduando em Pedagogia pelo Instituto Cotemar, Especialização em Geoprocessamento e Georreferenciamento - UCAM, Mestre em Geociências e Análise de Bacias Sedimentares - PGAB/UFS (Linha de Pesquisa - Geomorfologia e Geoprocessamento aplicado a Geociências), Doutorado em Geografia - PPGEU/UFS (Linha de pesquisa - Dinâmica Ambiental) e Pós-Doutor em Desenvolvimento e Meio Ambiente - PRODEMA/UFS.

Além de que, a vulnerabilidade socioeconômica nessa região ganha maior notoriedade devido à baixa geração de emprego e as intempéries climáticas as quais comprometem a população nordestina de maneira socioeconômica num patamar de vulnerabilidade. A região semiárida do Brasil possui uma dificuldade em gerar emprego e mesmo assim agrega um alto índice demográfico (FURTADO, 1998). Nesse sentido, a falta de renda ocasiona a necessidade de uma saída estratégica para gerar oportunidade de emprego e consumo de alimentos a um preço viável.

É necessário frisar que desenvolvimento econômico não é sinônimo de melhoria da qualidade de vida da população. Logo, para que os reflexos do crescimento da economia cheguem de forma positiva, ele deve ocorrer levando em consideração os aspectos econômicos, políticos e sociais. Nas escalas locais, regionais, nacionais e supranacionais. De forma que ele não venha a maximizar a concentração de riquezas, e sim minimizar as disparidades socioeconômicas (MELO & SOUZA, 2015, p.11).

Ademais, a característica comercial do Nordeste é acompanhada por demandas que visam as necessidades da população, por se desenvolver de forma que possibilite o encontro dos dois lados da bandeira comercial, sendo elas do consumidor e do comerciante. Ambas as partes saem beneficiadas pela obtenção do produto, ao passo em que pode estar sendo adquirido para autoconsumo ou para uso voltados para outros fins, como produção de bolos para vender e mobilizar de outra forma o setor econômico regional.

Assim, a carência nutricional também se destaca, pois quando somente o ovo é utilizado como fonte de alimento não é possível adquirir todos os nutrientes de que o corpo precisa, deixando vago a condição alimentar de cada pessoa. Josué de Castro em sua obra “Geografia da Fome” cita sobre as necessidades e carências em determinada época do ano no Sertão Nordestino como seca ou estiagem, de modo em que essa época provoca desequilíbrio nutricional deixando a população completamente desnutrida e optando por aderir a uma subalimentação sem ter prescrição da variedade de alimentos consumidos, devido a fome epidêmica instalada e as mudanças advindas da economia regional (VASCONCELOS, 2008).

Deste modo, a compra de ovos no município serve como uma saída para o consumo de alimentos mais baratos para que substitua os alimentos à base de proteína animal e com isso os consumidores fazem as refeições com base nos ovos comprados no carro. As pessoas com vulnerabilidade socioeconômicas são as principais consumidoras, visto que o preço do ovo é acessível e o fluxo do carro do ovo é mais presente nas comunidades da sede municipal e da zona rural que possuem baixo poder aquisitivo. Assim, o objetivo dessa pesquisa é analisar o fluxo econômico e o significado da chegada do carro do ovo, além de alguns padrões sociais no município de Paripiranga-BA e quais outros fenômenos possam ser interpretados, visando o reflexo de mudança promovido nos padrões do consumo da população local.

FORMAÇÃO TERRITORIAL DE PARIPIRANGA

Em meados do século XVII a faixa de terra a qual está assentado o município de Paripiranga passou por diversas configurações em sua dinâmica de divisão e subdivisão de funções. O município teve o primeiro território voltado ao período colonial nesse período ocorreram conflitos com os nativos provocando migrações do agreste para o alto sertão e abrindo espaço aos senhores de engenho. O povoamento do local se deu devido a questões climáticas, pois a faixa de transição entre Zona da Mata e Caatinga, denominado Agreste favoreceu inúmeras atividades produtivas, dentre elas a criação de gado e cultivo de cana por possuir uma terra com maiores níveis pluviométricos (CARREGOSA, 2015).

Dito isto, a chegada dos senhores de engenho fez com que os povos originários abandonassem seu território e migrarem para o alto sertão, surgindo aldeias nos municípios de Banzaê, Pombal e Euclides da Cunha. “Os primitivos habitantes da região eram os índios denominados vermelhos, uma ramificação dos tapuias” (IBGE, 2017).

Nesse sentido, contemporaneamente a estrutura agrária do município apresenta resquícios das primeiras divisões do território que dá privilégio aqueles que conseguiram e possuem maior extensão de terra para a produção. Consequentemente, a renda e o acesso aos produtos comercializados hoje rememoram o passado do município e as suas contradições entre classes sociais.

“A primeira penetração no território ocorreu no século XVII, quando colonos portugueses se fixaram no município, fazendo nascer a povoação de Malhada Vermelha, cujo nome foi mais tarde, mudado para Patrocínio do Coité, hoje cidade de Paripiranga” (IBGE, 2017).

Dessa forma, o território local possui uma influência fisiocrática por consequência do modelo histórico-econômico instalado no município, o apego por extensão de terra vem desde dos colonizadores, passando pelo coronelismo e da forma como a agricultura é a maior fonte de ocupação. Assim, contemporaneamente as pessoas visam muito possuir terra para obter certo meio de vida através da agricultura familiar e uma possibilidade de ascensão social.

CONFIGURAÇÃO GEOECONÔMICA

A agricultura no município possui uma importância primordial para a vida da população, pois a geração de renda está associada a produção de alimentos e criação de animais no campo, sendo o setor mais importante na geração de emprego. Assim como a economia agrícola é sazonal, o consumo do ovo está de certa forma ligado as oscilações socioeconômicas devido a dependência da safra, pois o homem do campo não conta com a agricultura o ano inteiro e por isso em certos períodos do ano o emprego fica escasso e busca por alimentos que possuam preço em conta.

Nesse sentido, a mudança de hábito alimentar reflete em várias escalas de análise, no Brasil como um todo, pois as oscilações de preço dos alimentos impactam em vários estados e município da federação.

O preço da carne de frango e da carne bovina em 2018 no Brasil deram alta no preço, a carne do frango subiu cerca de 27,9% no mês de junho e subiu junto a valorização da carne bovina que se manteve estável em 4,5% no mesmo período (CEPEA, 2018).

Dito isso, com a mudança no preço da carne a saída da população é comprar ovos por preço promocional. Visto que, essa dinâmica cabe no orçamento das pessoas, por ser um valor acessível a determinadas famílias. A utilização do ovo de galinha na culinária pode ser utilizada de várias maneiras, sendo que o mesmo alimento pode ser feito vários pratos diferentes.

Nessa perspectiva, a agricultura familiar emprega inúmeras pessoas no campo e com isso é a maior responsável para a produção de alimentos para o consumo e para a comercialização em escala regional entre os municípios vizinhos, o estado de Sergipe é um potencial comprador dos produtos de Paripiranga e consequentemente maior vendedor de manufaturados tais como sapatos, roupas e outros produtos caracterizando uma nova forma econômica, nomeada como economia criativa.

A Economia Criativa tem como reserva de valor a intangibilidade, destacando a criatividade e a inovação, marcando uma ruptura com os modelos econômicos anteriores, que se colocam de forma mais ortodoxa. Essa nova dinâmica exigirá de cada participante “inovação” e “criatividade”, em relação ao processo produtivo e de atividades de mercados, para fomentar os direitos de propriedade intelectual e comercial (SILVA, 2018, p. 51).

Dito isto, a geoeconomia do município está relacionada a outros fatores além da agricultura familiar que é a ocupação que mais envolve pessoas na geração de renda. “[...], no entanto, a sede do município possui um comércio e uma rede de serviços dinâmicos destacando-se uma faculdade particular, que atualmente perde apenas para a prefeitura geradora de empregos formais [...]” (CARREGOSA, 2015, p.15-16). Os empreendimentos AGES possuem uma forte influência na geração de emprego na sede do município, desde empregos diretos a instituição até empregos indiretos tais como aluguel e prestação de serviços em casas na cidade devido ao fluxo de universitários.

Além disto, foi utilizado um serviço bastante eficaz e inteligente no sentido de chegar até pessoas que não tem contato midiático, que foi a mobilização de carros com a função de vendas para chegar em vários lugares e à várias pessoas que possam desenvolver interesse pelo produto, intensificando de forma ampla o público que compra e tem preferência nos produtos ofertados nos transportes e que desloca para as residências em grandes fluxos, com várias localidades distintas (SILVA, 2019, p. 56).

Além disso, a sociedade é uma composição complementar de vários elementos expostos e necessários para a constituição do ser, em relação a construção social individual e coletiva. Isto, corresponde as formas de inter-relação social que compõe o espaço geográfico de várias modelagens distintas possíveis, possibilitando o contato diferenciado com cada pessoa, com isso a composição do espaço social, se atrelando a várias esferas, desde social a econômica.

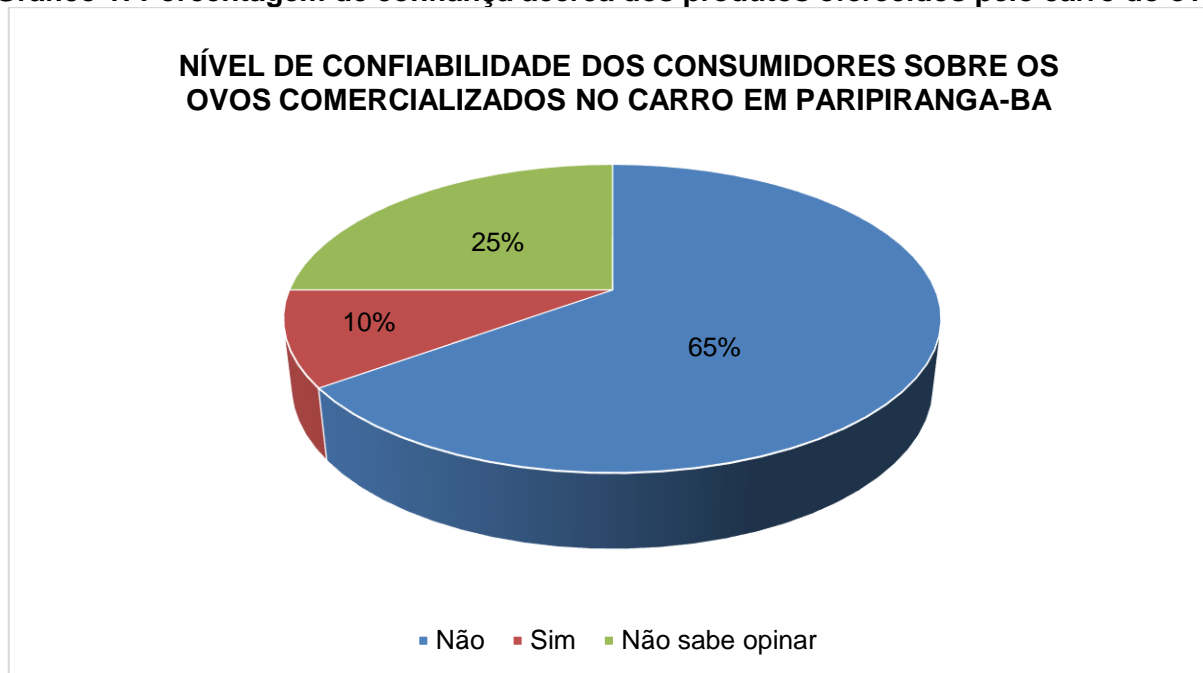
[...] o espaço social é reconhecido comumente como micro e exemplificado pela família. A partir de então surge um espaço social maior que é a sociedade. Essa mudança promove a compreensão de que, ao se aumentar o número de pessoas de um determinado grupo, ampliam-se equitativamente as necessidades e as ações fundamentais que possibilitem atendê-las nas suas demandas sociais (SILVA, 2018, p. 42).

Nesse viés, as demandas socioeconômicas estão relacionadas as diferentes formas de composição na hierarquia social. O qual, separa e demarca diferentes formas e demandas de poder aquisitivo, o que gerará impacto na forma de alimentação de cada pessoa, devido ao seu poder aquisitivo e seus hábitos de consumo que são determinados no espaço social que cada um convive.

EXPOSIÇÃO DE DADOS E RESULTADOS

Os dados foram obtidos a partir de uma entrevista de diferentes povoados e ruas do município de Paripiranga-BA, assim foi possível estabelecer um parâmetro aproximado do modo de consumo e perfil de renda das pessoas que compra os 30 ovos por 10 reais. Nesse sentido, a pesquisa teve como base as respostas oferecidas pelos moradores, logo a mesma terá ancoragem no método misto, sendo ele o quali-quantitativo, proporcionando melhor compreensão acerca dos fenômenos.

Os questionários puderam estabelecer a opinião dos consumidores dos 30 ovos por 10 reais acerca de como são oferecidos como mercadoria para os mesmos, levantando importantes indagações sobre a confiança em consumir os ovos, já que muitos compram e não sabem de onde eles vêm. Nesse viés, foi aplicada uma questão a qual direcionasse as pessoas que compram acerca da confiança que elas possuem diante dos produtos, tendo como opções de resposta: não, sim e não sabe opinar. Como segue os dados abaixo, representado pelo gráfico 1.

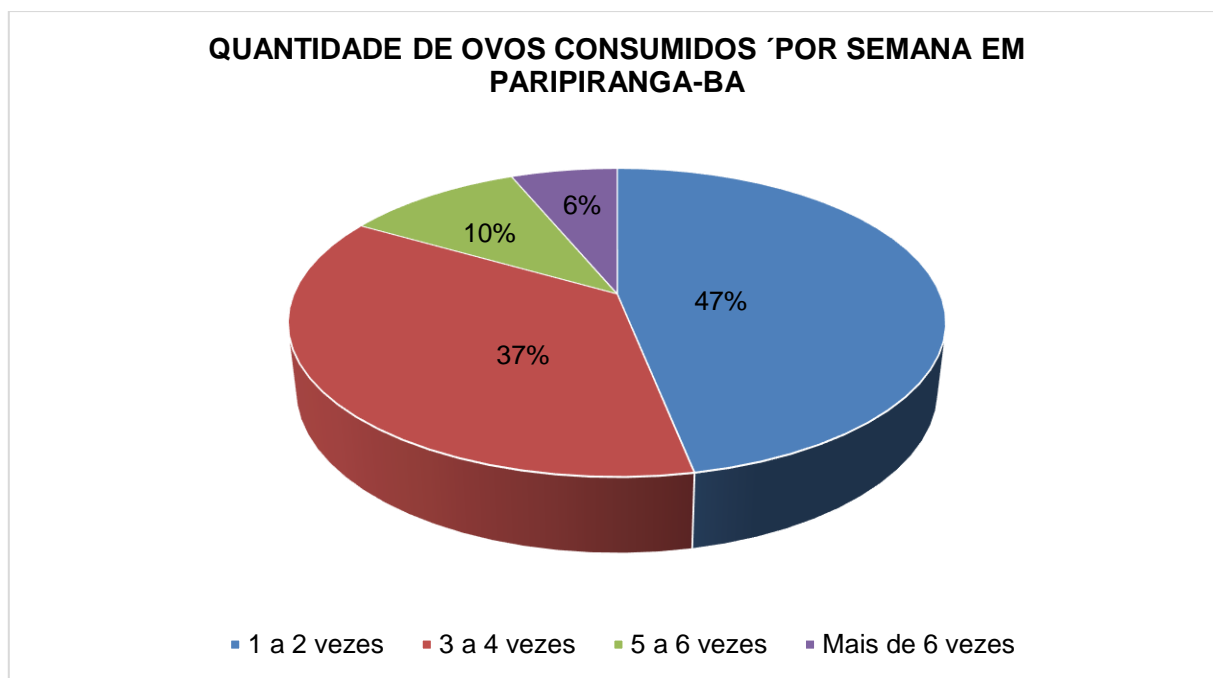
Gráfico 1: Porcentagem de confiança acerca dos produtos oferecidos pelo carro do ovo.

Fonte: SANTANA, 2020.

Como apresentado no gráfico 1, muitas pessoas ainda adquirem os ovos mesmo sem ter total confiança a respeito do local em que eles são originados, além de que alguns dos entrevistados argumentam sobre notar as diferenças obtidas entre os ovos de galinhas caipiras e pelo os que o carro do ovo oferta. Sobre o nível de confiança, é notório que boa parte não possui total confiança, embora devido a quantidade de ovos e por uma pequena quantia de dinheiro dá para obter o produto e as pessoas consumirem.

Ao passo que, os resultados obtidos demonstram o contraste social existente, pois mesmo sem haver a devida informação sobre a origem dos ovos muitas pessoas compram o produto e consomem, por motivos que se destacam devido a sua necessidade, deixando ao lado questões nutritivas e outros alimentos que são necessários para fortalecer o ser humano.

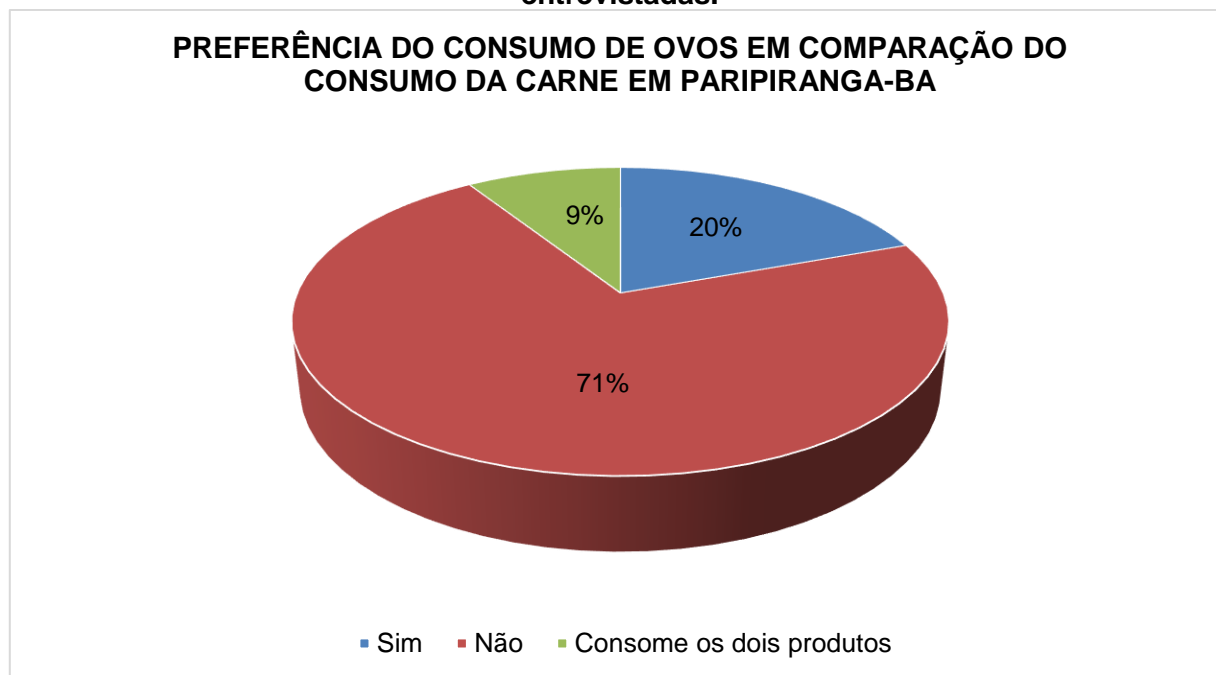
Partindo desse pressuposto, foi de pertinência buscar a quantidade de consumo que as pessoas fazem durante a semana para poder entender e compreender melhor sobre a posição da hierarquia alimentar em um direcionamento de acesso ao consumo, como consequência da rentabilidade para poder conseguir se alimentar. Por isso, foi questionado quantas vezes durante a semana os entrevistados consomem o produto, na qual tinha como opções: 1 a 2 vezes, 3 a 4 vezes, 5 a 6 vezes e mais de 6 vezes, cujos resultados são demonstrados no gráfico 2.

Gráfico 2: Dados a respeito do consumo do ovo semanal.

Fonte: SANTANA, 2020.

O gráfico acima mostrou que o consumo do ovo está entre 2 a 4 vezes semanais destacando em 47%, ao passo que muitos podem estar optando por novos alimentos, enquanto que outros não podem disfrutar desta escolha, por não obter capital suficiente para existir variedade em seu cardápio cotidiano. Visto que, o consumo do ovo semanal, em virtude de uma repetência pode desenvolver subnutrição, devido à ausência de nutrientes que é preciso para o fortalecimento do corpo.

Além disso, cerca de 20% responderam que substituem o consumo do ovo pela carne, em alguns casos o relato era sobre o custo ser menor, visto que vem em quantidade maior e que consegue passar mais dias sem necessitar de comprar outra coisa para alimentação da família. Nesse sentido, a porcentagem mostra-se bastante claro que nem sempre há a substituição (como mostra no gráfico 3), mas que cerca de 20% faz essa mudança, tornando a ausência da carne um fator importante, pois demonstra através de dados um desequilíbrio alimentar. Já os outros 9% responderam que consome os dois produtos de forma balanceada durante a semana.

Gráfico 3: Porcentagem de substituição do ovo pela carne nas famílias que foram entrevistadas.

Fonte: SANTANA, 2020.

Desse modo, considera-se que o preço da carne de frango e da carne bovina em 2018 no Brasil deram alta no preço, a carne do frango subiu cerca de 27,9% no mês de junho e subiu junto a valorização da carne bovina que se manteve estável em 4,5% no mesmo período (CEPEA, 2018). Isto contribui para o aumento do consumo dos ovos em vários setores da sociedade, devido a facilidade ao acesso e por caber dentro do bolso, além de ter uma maior duração semanal.

A produção nacional de ovos de galinha foi de 3,82 bilhões de dúzias em 2016, valor 1,3% superior ao obtido em 2015, gerando um rendimento de R\$ 11,46 bilhões. O consumo interno de ovos teve uma expansão devido à redução do poder de compra da população, que passou a optar por fontes mais baratas de proteína animal (IBGE, 2016, p. 28).

Além de que, o estado da Bahia conta com uma baixa produção a qual não representa significativamente aquilo que a população baiana consome e exige consequentemente a importação de ovos de galinha. No ano de 2016 “[...] o Nordeste concentrou 16,4% da produção, com destaque para Pernambuco e Ceará, que contribuíram com 34,5% e 25,9% do total da Região” (IBGE, 2016, p. 28). Com isso, o Nordeste triplicará a produção de ovo diz estudo devido à necessidade de uma integração entre os estados da região para o fornecimento de grãos entre a compra e a venda em escala local para o barateamento de ração e da rapidez do percurso (COOPEAVI, 2019).

Os dados acima mostram de forma bastante explícita que devido ao aumento da produção bovina o custo do alimento, da carne ficou muito alto e nem todos conseguem ter

acesso devido ao baixo poder aquisitivo e a outras necessidades existentes dentro de casa, optando então, por algo mais em conta e que possa proporcionar uma alimentação diferenciada, mas sem os nutrientes e proteínas necessárias para o desenvolvimento, principalmente na fase inicial dos seus filhos.

FOME: UM FENÔMENO PERSISTENTE

Nesse sentido, a fome ainda é bastante presente nos dias atuais mesmo com a criação de alguns programas alimentares que conseguiu amenizar alguns casos, porém ainda é presente e bastante visível os números de pessoas que passam por situações apertadas durante dias ou meses, por conta do pouco dinheiro que possui e do que precisa ser gasto. Além disso, como mostra no gráfico 01, o nível de confiabilidade dos consumidores é bastante variado em relação aos ovos comercializados no carro que passam por Paripiranga-BA, mas mesma com tamanha desconfiança o consumo é bastante significativo que vem dominando em maior quantidade parte da população, além do consumo semanal das famílias.

[...] são causas relativamente comuns de desnutrição, sobretudo na infância, o desmame precoce, a higiene precária na preparação dos alimentos, o déficit específico da dieta em vitaminas e minerais e a incidência repetida de infecções, em particular doenças diarréicas e parasitoses intestinais. Ainda que também não equivalentes, os terrenos da pobreza e da desnutrição infantil são os que mais se aproximam, pois o bom estado nutricional da criança pressupõe o atendimento de um leque abrangente de necessidades humanas, que incluem não apenas a disponibilidade de alimentos, mas também a diversificação da dieta, condições salubres de moradia, o acesso à educação e a serviços de saúde, entre outras (MONTEIRO, 2003, p. 8).

Dito isto, as vitaminas e minerais como elementos que são necessários para a alimentação humana e que não podem faltar, causam um impacto muito grande quando ocorre algum déficit em crianças em fase de crescimento. As crianças com déficit de vitaminas em sua alimentação acabam não desenvolvendo o lado intelectual corretamente. A fome é uma questão de classe social, pois os menos favorecidos não conseguem renda suficiente para a aquisição de alimentos, pois a sua renda limita comprar tudo que é necessário enquanto itens básicos que na composição possuem vitaminas fundamentais.

Os dados da FAO em 2010 apontaram que os países em desenvolvimento aumentaram de 2.500 calorias para 3.000 na alimentação média no cardápio dos países em desenvolvimento, sendo que não conseguem aumentar o potencial de calorias necessárias devido à falta de renda (CHONCHOL, 2005).

Dessa forma, o carro do ovo é considerado nos dias de hoje um potencializador no que se refere a comerciante “porta a porta”, pois possui dias estratégicos e trilha nas principais ruas, tornando-o bastante requisitado, como também procurado pelas pessoas que precisam do produto para poder ter uma alimentação digna em sua mesa, além de que, aqueles que estão em fase de

dieta e procura balancear a alimentação também são compradores fiéis da cartela dos 30 ovos do branco por 10 reais. Segundo o depoimento de uma entrevistada: “[...] eu compro os ovos que passam aqui em minha comunidade, vejo uma ótima alternativa, pois com a “misturinha” que o ovo frito ou cozido já substitui a carne que é muito cara” (Dona de casa, 32 anos).

DESEMPREGO: A FALTA DE ACESSO À RENDA COMO UM FATOR PARA A ALIMENTAÇÃO DESREGULADA

Em momentos de desemprego a população procura alternativas para se alimentar de acordo com a renda a qual possuem, com isso o consumo de alimentos que estão em promoção é uma alternativa. A instabilidade na renda das famílias acaba sendo usada como uma isca para a venda de apenas um produto ou para que os comerciantes e produtores foquem apenas em apenas um produto.

O desenvolvimento capitalista, ainda que sendo o mais dinâmico da história, acaba por gerar um número cada vez maior de seres humanos supérfluos para o seu processo produtivo. Uma necessidade ditada pelo antagonismo interno do capital, cujo objetivo de reduzir ao mínimo o tempo de trabalho com vistas a otimizar o lucro, apresenta-se como uma tendência devastadora da humanidade, transformando em toda parte a população trabalhadora numa força de trabalho supérflua. O desemprego atinge toda uma população, inclusive as classes médias (DA COSTA, 2007, p. 6-7).

Dito isto, é notório que o desemprego torna a população refém das oscilações econômicas do mercado, pois o trabalho depende muito da capacidade de gerar emprego e os meios de produção além de se tornarem cada dia mais automáticos realizam o trabalho por muitos homens. Todos os cidadãos precisam consumir no mínimo alimentos básicos para a sobrevivência, mais para isso é necessário ter a oportunidade. Com isso, a falta de emprego causa impacto negativo na soberania alimentar das famílias gerando instabilidade em vários aspectos e sobretudo na qualidade da alimentação.

PRODUÇÃO E RENDA FAMILIAR NUM RITMO SAZONAL

As famílias que vivem no campo acabam se tornando também vulneráveis ao consumo do ovo vendido no carro do ovo, pois a realidade do campo está mudando para um ritmo mais rápido, pois os agricultores procuram mais renda que subsistência, com isso a produção tradicional de ovos está ficando de lado.

Definições operacionais de pobreza geralmente levam em conta a renda (monetária e não monetária) das famílias e uma linha de pobreza (nível crítico de renda) baseada no custo estimado para aquisição das necessidades humanas básicas. Contabilizam-se como pobres as famílias cuja renda seja inferior à linha da pobreza. Quando a linha da pobreza se baseia apenas no custo da

alimentação, fala-se em pobreza extrema, indigência ou mesmo em insegurança alimentar (MONTEIRO, 2003, p. 9).

Tem diminuído bastante a cultura de deitar a galinha no ninho para chocar os ovos, as aves são compradas em comércios enquanto estão nos primeiros dias de vida e com isso são alimentadas até engordarem para o abate ou até mesmo aqueles que produzem ovos. Visto que, os produtores de ovos estão em escassez em Paripiranga-BA.

INFLAÇÃO DOS ALIMENTOS COMO UM MOTIVO PARA CONSUMIR OVOS

A inflação no preço da carne e outros tipos de alimentos provoca uma forte demanda por novas estratégias de consumo. O consumo de ovos trata-se de uma saída para enfrentar a fome e a inflação, porque o consumidor num período de inflação se torna vulnerável a apenas um tipo de produto, o mais barato.

A inflação é usualmente reconhecida sob três formas principais. Inflação de demanda: ocorre quando há excesso de demanda, consumo, para bens e serviços em relação à oferta. Neste caso, a origem da inflação está diretamente relacionada ao comportamento do consumidor. Inflação de custo: ocorre quando há um aumento dos custos de produção - aumento de preço de matéria-prima, aumento dos salários – sem, consequentemente, aumento da produtividade da empresa (GUTIERRES, 2004, p. 2).

Desse modo, a inflação gerada pelo comportamento do consumidor torna o hábito de comprar ovos uma saída estratégica para não precisar dos alimentos que em valores muito altos. O preço de outros alimentos com a chegada do carro do ovo deveria diminuir o preço, pois o consumo está diminuindo. Entretanto, o preço da carne bovina por exemplo, se sustentou no preço e hora ocorre aumento dessa mercadoria. Com isto, é necessário compreender a importância de saber a real busca para a compra de ovos e porque o carro do ovo é tão importante para a sobrevivência de muitas pessoas.

Dito isto, o preço da carne é muito alto para as pessoas de baixo poder aquisitivo pois a renda destas está comprometida e consequentemente não podem optar entre um e outro. A popularidade do carro do ovo se torna clara devido a todos estes fatores, pois se não fosse a mudança em outros produtos não ocorreria a venda em massa de ovos.

CONCLUSÕES

As condições de vida possuem características sociais que refletem em todos os aspectos da vivência no ambiente, pois quando se há algum desequilíbrio socioeconômico, isso irá refletir não apenas na sua vida profissional, como também no seu cotidiano, nos seus hábitos alimentares. O carro do ovo mostrou não só a questão econômica, como também o perfil das

peessoas que mais os procura e que ficam à espera da passagem do carro do ovo, o qual se tornou uma potência nos últimos meses.

Por outro lado, o fenômeno do carro do ovo, enaltece ainda mais aquilo que já existe há muito tempo no mercado econômico, as variáveis econômicas e o poder de compra de vários ângulos da sociedade, deixando reflexos nutricionais daqueles que sentem necessidade em consumir com frequência tal produto, por não ter condições para obter outro produto que tenha as proteínas e nutrientes necessários para um bom desenvolvimento humano.

Assim, o carro do ovo surgiu como um divisor de águas para aqueles que não possuem renda suficiente para comprar outras mercadorias para que se consiga obter as proteínas suficientes que o corpo precisa, por isso acaba faltando as energias suficientes e deixando com um déficit de saúde muito grande, gerando algumas doenças pela ausência a longo prazo das alimentações que são necessárias para a saúde do corpo humano.

Portanto, através da pesquisa foi possível ver a dinâmica socioeconômica por vários ângulos, entendendo como acontece a estratégia do comerciante e qual a necessidade do consumidor. Através dos questionários, foi compreendido que nem todos possuem condições de escolha na alimentação do cotidiano, por isso buscam obter aquilo que está ao alcance deles no momento, deixando em evidência ainda mais o contraste social existente no mundo.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. C. **Geografia Econômica do Nordeste**: o espaço e a economia nordestina. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1977.

CARREGOSA, A. S. **O mandonismo local e a política no sertão da Bahia**: o caso do município de Paripiranga. Tese (doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão. 254 f. 2015.

CHONCHOL, J. A soberania alimentar. **Estudos Avançados**, v. 19, p. 33-48, 2005.

DA COSTA, G. M. **Pobreza e desemprego**. UFMA, 2007.

FURTADO, C. **Seca e Poder**: entrevista com Celso Furtado. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

GUTIERRES, A. C. O que é inflação. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 1, n. 1, p. 1-3, 2004.

IBGE, **História e Fotos**. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/paripiranga/historico>. 2017. Acesso em: 23 de fev., 2020.

MELO, F. P.; SOUZA, R. M. Reterritorialização do Espaço Agrário Pernambucano, a partir de Políticas Públicas Governamentais em Garanhuns-PE: erradicação do café e implantação da bacia leiteira. **Boletim DATALUTA**, n. 90, 2015. Disponível em: www2.fct.unesp.br/nera/artigodomes/6artigodomes_2015.pdf. Acesso em: 01 de fev., 2020.

MONTEIRO, C. A. A dimensão da pobreza, da desnutrição e da fome no Brasil. **Estudos avançados**, n. 17, v. 48, p. 7-20, 2003

SANTOS, M. **O Espaço Dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. 2. ed. São Paulo: editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SILVA, A. K. **Modelos de negócio adotados por empresas de compartilhamento de carros no contexto da mobilidade inteligente**: estudos de caso múltiplos em empresas que atuam no Brasil. 320 f. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

SILVA, F. B. **Economia Criativa**: raízes históricas no pensamento e ação de Celso Furtado. 110 f. Tese (Doutorado Multi-institucional e Multidisciplinar em Difusa do Conhecimento) – Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Educação, Salvador, 2018.

VASCONCELOS, F. A. G. **Josué de Castro e a Geografia da Fome no Brasil**. Cadastro de Saúde Pública, n. 24, v. 11, p. 2710- 2717, 2008.