

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E DE TECNOLOGIA  
DEPARTAMENTO DE ZOOTECNIA

LUIS ENRIQUE DIAS WISNIEWSKI

O ESTADO DA ARTE DA CRIAÇÃO DE GALINHAS ORNAMENTAIS NO BRASIL

PONTA GROSSA

2022

LUIS ENRIQUE DIAS WISNIEWSKI

O ESTADO DA ARTE DA CRIAÇÃO DE GALINHAS ORNAMENTAIS NO BRASIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado para a obtenção do título de graduação em zootecnia na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Avicultura.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Marta Loddi

PONTA GROSSA

2022

LUIS ENRIQUE DIAS WISNIEWSKI

O ESTADO DA ARTE DA CRIAÇÃO DE GALINHAS ORNAMENTAIS NO BRASIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado para a obtenção do título de graduação em zootecnia na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Avicultura.

Ponta Grossa, 24 de fevereiro de 2022.

Prof. Dra. Maria Marta Loddi

Orientadora – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dra. Amanda da Lapa Silva

Membro da Banca – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dr. Francisco Rosa

Membro da Banca – Universidade Estadual de Ponta Grossa

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por me conceder a vida, por me dar sabedoria nos momentos difíceis, por encher meu coração de paz, por estar comigo em todos os momentos e me possibilitar realizar a graduação que eu sonhei.

Agradeço a minha família, que não mediu esforços para que eu pudesse cursar o ensino superior e que sempre estiveram presentes para me apoiar e amar, em todos os momentos não importando se fossem bons ou ruins, em especial ao meu pai, mãe e irmão.

Agradeço aos meus amigos que ganhei durante a graduação, e que por esses 5 anos fizeram parte da minha família, em especial ao João Antônio G. Miranda, João Pedro Likes e Willian R. Zadra.

Agradeço a Lorena de Fátima Mendes por todo o amor, cuidado e apoio em todos os momentos que eu precisei, por toda a ajuda e por me tornar uma pessoa e profissional melhores.

Agradeço em especial o Sr. Shinobou e a Sr<sup>a</sup>. Kotoe por toda ajuda recebida no período de graduação, onde mesmo estando longe sentia o carinho o qual é recíproco.

A Universidade Estadual de Ponta Grossa pela oportunidade de cursar a graduação em Zootecnia.

Ao Laboratório de Produção Avícola por todo apoio e ajuda no meu desenvolvimento enquanto profissional, em especial ao Amarildo Meira Diniz.

A minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Marta Loddi, pelo incentivo, dedicação, pelas oportunidades e os conhecimentos passados durante os anos de orientação.

A todos os meus professores, uma vez que através do conhecimento compartilhado por eles a minha trajetória profissional pôde ser iniciada.

Por fim, agradeço a todos os avicultores ornamentais e profissionais os quais me ajudaram durante a graduação e em especial no trabalho de conclusão de curso.

## RESUMO:

A avicultura é a atividade que se dedica a criação racional de aves, como galinhas, patos, codornas, perus, pombos, etc. No Brasil, a criação de galinhas associada a avicultura industrial de corte e postura representa um dos principais setores da agropecuária. Todavia, a avicultura engloba também outros nichos de mercado salvo a produção industrial, como o segmento de animais de estimação. Em 2019 o Brasil possuía cerca de 40 milhões de aves canoras e ornamentais, e o mercado de animais de companhia nacional figurava entre os 7 maiores a nível mundial no mesmo ano. A criação de galinhas ornamentais figura como um dos nichos do mercado pet da avicultura, entretanto não há no Brasil dados acerca do número de criadores e do tamanho do mercado, que é bastante ativo nas redes sociais. Dessa forma, o objetivo do presente trabalho foi avaliar, quantificar e identificar o mercado de galinhas ornamentais no país, bem como traçar um perfil dos produtores e como os mesmos encaram a sua criação. A avaliação ocorreu através de formulário online via plataforma *Formulários Google*, onde constaram 17 perguntas sobre o perfil dos criadores, o que os motivou a começar a atividade, o tamanho e o viés da produção. Foram obtidas 322 respostas, e as Regiões Sul e Sudeste juntas possuem 70% de todos os avicultores ornamentais que responderam à pesquisa. Cerca de 88% dos entrevistados são homens, e a faixa etária de 18 a 25 anos representa cerca de 48% das respostas. As principais raças de galinhas ornamentais criadas no Brasil são Sedosa, Brahma e Chabo (Nagasaki) com presença em 49,38%, 49,07% e 40,68% respectivamente. O mercado da avicultura ornamental mostra-se emergente, impulsionado principalmente pela internet e redes sociais, com grande potencial para expansão e profissionalização, demandando de um esforço conjunto dos atores da cadeia produtiva para seu desenvolvimento.

**Palavras-Chave:** Animais de estimação, avicultura, mercado, ornamental.

## ABSTRACT

Poultry farming is the activity dedicated to the rational breeding of birds, such as chickens, ducks, quails, turkeys, pigeons, etc. In Brazil, the poultry raising associated with industrial poultry and laying represents one of the main sectors of agriculture. However, poultry farming also encompasses other market niches than industrial production, such as the pet segment. In 2019, Brazil had about 40 million songbirds and ornamental birds, and the national pet market was among the 7 largest worldwide in the same year. The raising of Ornamental Chickens is one of the niches of the poultry pet market, however, there is no data in Brazil about the number of breeders and the size of the market, which is quite active on social networks. Thus, the objective of the present work was to evaluate, quantify and identify the Ornamental Chicken market in the country, as well as to make a profile of the poultry farmers and how they view their chicken farm. The evaluation took place through an online form via the Google Forms platform, which contained 17 questions about the poultry farmers profile, which motivated them to start the activity, the size and the production bias. A total of 322 responses were obtained, and the South and Southeast regions together have 70% of all ornamental poultry farmers who responded to the survey. About 88% of respondents are men, and the 18-25 age group represents about 48% of the responses. The main ornamental chicken breeds raised in Brazil are Silkie, Brahma and Chabo (Nagasaki) with presence in 49.38%, 49.07% and 40.68% respectively. The ornamental poultry market is emerging, driven mainly by the internet and social networks, with great potential for expansion and professionalization, demanding a joint effort from the participants of the production chain for its development.

**Keywords:** Poultry, Market, Ornamental, Pet.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Galinha da raça Sedosa na coloração branca.....	29
Figura 2 – Galo da raça Brahma na coloração Light.....	29
Figura 3 – Galo da raça Músico Brasileiro.....	31

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição dos Criadores nas Regiões do Brasil.....	17
Gráfico 2 – Faixa Etária dos Criadores de Galinhas Ornamentais.....	19
Gráfico 3 – Atividade Exercida pelos Criadores de Galinhas Ornamentais.....	19
Gráfico 4 – Como os criadores conheceram as Galinhas Ornamentais.....	21
Gráfico 5 – Número de Aves na Criação de Galinhas Ornamentais.....	22
Gráfico 6 – Objetivo da Criação de Galinhas Ornamentais.....	22
Gráfico 7 – Localização da Criação de Galinhas Ornamentais.....	23
Gráfico 8 – Postura dos Hobbystas no tocante a vendas.....	25
Gráfico 9 – A demanda por Galinhas Ornamentais e seus ovos férteis.....	25
Gráfico 10 – Principais ferramentas e plataformas de venda.....	26
Gráfico 11 – Principais produtos comercializados.....	27
Gráfico 12 – Principais raças de Galinhas Ornamentais do Brasil.....	28
Gráfico 13 – Criação de outras aves além das Galinhas Ornamentais.....	31
Gráfico 14 – Assistência técnica na criação de Galinhas Ornamentais.....	32
Gráfico 15 – Participação em grupos de Criadores Online.....	33
Gráfico 16 – Participação em Clubes ou Associações de criadores.....	34
Gráfico 17 – Participação em Feiras ou Exposições.....	34



## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Distribuição dos Criadores nos Estados Brasileiros.....	16
--	----

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. REVISÃO DE BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>12</b>
<b>3. MATERIAL E MÉTODOS .....</b>	<b>16</b>
3.1 PÚBLICO ALVO.....	16
3.2 APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO.....	16
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>16</b>
<b>5. CONCLUSÕES .....</b>	<b>36</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>37</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A avicultura é a atividade que se dedica a criação racional de aves, como galinhas, patos, codornas, perus, pombos, etc. No Brasil, a criação de galinhas associada a avicultura industrial representa um dos principais setores da agropecuária. No último ano foi responsável pela exportação de 4.231 mil toneladas de carne de frango, mantendo o país como o principal exportador mundial e o terceiro maior produtor, com 13.845 mil toneladas de carne de frango. No tocante a avicultura de postura, em 2020, o Brasil produziu 55.533.542.389 de ovos. Ainda, o país produziu cerca de 4.279 mil toneladas de carne de peru, pato e outras aves no mesmo ano (ABPA, 2021).

Todavia, a avicultura engloba também outros nichos de mercado salvo a produção industrial, como o segmento de animais de estimação. Segundo a ABINPET, em 2019 o Brasil possuía cerca de 40 milhões de aves canoras e ornamentais, e o mercado pet nacional em 2020 figurava entre os sete maiores a nível global. A criação e apressamento pelas aves é tanto que o país comemora o Dia da Aves em todo o território nacional em 5 de outubro (decreto 63.234 de 12 de setembro de 1968).

O histórico da criação de aves no Brasil remonta há mais de 500 anos, com as galinhas sendo introduzidas no país na época do descobrimento, originárias de quatro ramos genealógicos distintos: o americano, o inglês, o asiático e o mediterrâneo. Através de cruzamentos distintos, surgiram diversas linhagens denominadas caipiras, adaptadas ao clima nacional e resistentes as doenças, com objetivo de produção a nível de subsistência. (EMBRAPA, 2008).

Juntamente com os cruzamentos caipiras, uma parcela das aves que chegava ao país era mantida pelas características de sua raça pura de origem, tanto pelo aspecto ornamental quanto para outros, como aptidão para rinhas. Amplamente praticadas no Brasil até 1961 (Decreto nº 50.620/1961), ano de sua proibição oficial, as brigas de galos criaram um sentimento de maior valor para os animais e a sua conservação pela aptidão, comportamento, porte, beleza e cor, e não necessariamente pela produção de ovos ou carne. Atualmente, muitos galistas (termo que denomina os criadores de galos de raças e linhagens de combate) nutrem a paixão, cuidado e criação dessas aves, que possuem altíssimo valor de mercado. Desconsiderando o aspecto cruel que esse esporte remete no tocante a

forçar animais a lutarem entre si, o mesmo foi um dos responsáveis pelo início do sentimento de paixão pelas galinhas e galos dos brasileiros, e o prisma da ornamentação relacionada a galinhas, que perdura até hoje.

Em vários países pelo mundo o desenvolvimento da avicultura ornamental teve ligação com as brigas de galo, como no Japão, onde as galinhas combatentes e os galos com cantos longos eram reproduzidos e selecionados para entretenimento e beleza (KOMIYAMA, LIN e AGURA, 2016). Ainda em relação ao Japão, diversas raças que são criadas atualmente para ornamentação, como Onagadori, derivaram de raças de combate, como a raça Shamo, mesmo apresentando fenótipos completamente distintos entre si (KOMIYAMA *et al.*, 2004).

Outras raças de galinhas que chegaram ao Brasil foram as galinhas ornamentais, que podem ser definidas como aves que reúnem características de ornamentação, e que não tem como objetivo de criação para a produção de carne ou ovos para consumo. Diferentemente da avicultura industrial, que trabalha com linhagens, na avicultura ornamental tem-se a conservação e criação de raças puras (GUERRINI *et al.*, 2020).

O apresso pelas aves, o aspecto cultural e a explosão do mercado de animais de estimação somam-se há um aumento da busca da população em geral por uma vida mais calma, longe dos grandes centros urbanos e mais próxima da natureza. Assim, a criação de galinhas ornamentais surge como um nicho em expansão, uma vez que são aves que reúnem características únicas, com beleza, porte, tamanho, cores e comportamentos dos mais variados tipos, atendendo um público que procura admirar os animais, embelezar sua propriedade ou ainda que busca um animal de estimação exótico. (SEBRAE, 2010)

Atualmente, não existem dados publicados acerca do mercado de criação de galinhas ornamentais no Brasil, como o número de criadores e tutores, o volume de animais comercializado e as principais raças criadas, entretanto, o número de pessoas ligadas ao nicho é grande. Perfis em redes sociais e canais de comunicação contam com milhares de seguidores e pessoas engajadas não só em apreciar os animais, como também comercializar. Por esse motivo, o objetivo do presente trabalho foi avaliar, quantificar e identificar o mercado de galinhas ornamentais no país, bem como traçar um perfil dos produtores e caracterizar a sua criação.

## 2. REVISÃO DE BIBLIOGRAFIA

A avicultura surgiu no Brasil no período que remonta a colonização, com as galinhas desembarcando junto com os primeiros portugueses com objetivo de suprimento alimentar. Com o sucesso da adaptação das aves no país aliada a velocidade de reprodução e facilidade de criação, o número de galinhas no Brasil foi aumentando junto com o desenvolvimento do país e sua população. No início, eram galinhas sem raça definida, que sofriam forte influência da seleção natural (COSTA, 2011).

No final do século XIX o estado Minas Gerais era o maior produtor de aves no país, abastecendo grande parte da demanda nacional. Os primeiros aviários do Brasil eram chamados de *basse-cour* e foram fundados por criadores de raças puras. Em 1895 estudos conduzidos no Rio de Janeiro representaram um grande impulso na avicultura nacional, com objetivo de escolher as que proporcionassem maior retorno econômico aos brasileiros, através de um trabalho de seleção entre as raças de galinhas importadas. Algumas das raças estudadas foram a Orpington, uma ave de origem inglesa que na época era denominada como “a melhor galinha do mundo”, que posteriormente foi transformada em uma raça puramente ornamental, e a Plymouth Rock Barrada, que até hoje está presente em criações no território nacional, com objetivo de produção mas também ornamental (COSTA, 2011).

Em 1913 foi fundada em São Paulo a Sociedade Brasileira de Avicultura, com estatutos baseados nas normas da *American Poultry Association* (APA), e que tinha como objetivo desenvolver a avicultura no país através de exposições periódicas das aves, realização de feiras e concursos, e concorrer para a seleção, aperfeiçoamento e pureza das raças, bem como o desenvolvimento da atividade. A partir daí, foi-se desenvolvendo linhagens e a avicultura de maneira geral, uma ação conjunta obtida através da popularização do setor, estudos e pesquisas, imigrantes que traziam consigo técnicas agrícolas avançadas e, por fim, a implementação bem-sucedida do sistema de integração. (COSTA, 2011).

É inegável que no começo do século XX a avicultura no país foi popularizada através de produtores que mantinham aves de raça pura, e que tinham como objetivo a conservação das características que expressavam suas singularidades. Não só os produtores, mas os incentivos para a popularização da avicultura foram

pautados por feiras, exposições e os aspectos não só quantitativos, mas também qualitativos. A definição da palavra ornamental, segundo a Oxford Languages (2021), é: “Relativo a ornamento ou ornato. Que serve para ornamentar; cuja característica principal é tornar algo mais atraente, decorativo ou fazê-lo ganhar aspecto incomum.” Ou seja, pode-se inferir que a avicultura brasileira do início do século XX tinha como um de seus pilares a ornamentação.

A criação de galinhas ornamentais ou avicultura ornamental pode ser definida como “criação racional de galinhas cujo foco final de produção seja a ornamentação, e não os produtos para consumo (carne/ovos)”. O objetivo na criação de galinhas ornamentais são os valores estéticos e a consistência com o padrão da raça, enquanto as características de desempenho são de menor importância.

No Brasil o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) define que um estabelecimento avícola pode ser classificado como ornamental no Art. 3º, tópico IV “- ESTABELECEMENTOS DE CRIAÇÃO DE AVES ORNAMENTAIS: granjas, núcleos ou incubatórios destinados a produção e comercialização de ovos férteis ou aves vivas com finalidade ornamental, aplicáveis às: galinhas, codornas, perus, patos, marrecos, gansos, faisões e galinhas d`angola.”. (MAPA, 2017).

Segundo Brzóška et al., (2012) a criação e manutenção de galinhas ornamentais na Europa começou na segunda metade do século XIX, através de produtores que buscavam a criação de novas raças e cores de galinhas. Entretanto os primeiros relatos da criação de galinhas com objetivo de ornamentação se dão na Ásia. No Japão existem mais de 50 raças nativas de galinhas, algumas com relatos de mais de 2000 anos de existência. (TSUDZUKI, 2003).

A produção de galinhas ornamentais contrasta com a produção industrial de aves, entretanto o crescimento da atividade é notável, onde o que importa é a satisfação pessoal e a estética das aves (ŚWIERCZEWSKA et al., 1999 apud Banaszewska et al., 2018). O crescimento do mercado de galinhas ornamentais é resultado de uma soma de fatores, como os aspectos culturais, a explosão do mercado de animais de estimação exóticos, a fuga da rotina dos centros urbanos e a busca crescente por sítios e chácaras, maior qualidade de vida e dinâmicas familiares (SEBRAE, 2010; PRETTO, 2021).

O desenvolvimento de métodos de criação de aves em larga escala não levou a uma redução no número de criadores de aves ornamentais na Europa.

Atualmente, muitas galinhas de raças ornamentais estão sendo redescobertas e criadas em pequenas instalações amadoras, o que não desenvolve apenas o nicho, mas também é significativo no tocante ao potencial genético desses animais (BRZÓSKA *et al.*, 2012).

As raças de galinhas nativas representam diversidade e um *pool* genético único, e todos os continentes do globo terrestre apresentam aves com características distintas. A Ásia e a Europa contam com mais de 400 raças locais cada, o continente Africano e a América do Sul contam com mais de 100 raças nativas, enquanto a América do Norte com cerca de 40. (GRANEVITZE *et al.* 2007; ABINAWANTO e EFFENDI, 2017).

Novos alelos podem ser introduzidos em populações comerciais de galinhas por meio de cruzamentos direcionados através de populações selvagens ou nativas. Por exemplo, mutações ou genes relacionados a aves anãs/miniaturas podem ser usados para o desenvolvimento de linhagens com menor consumo de ração. (JORGE *et al.*, 2007).

Diante dessa perspectiva, alguns trabalhos foram realizados a partir de raças de galinhas ornamentais. De Marchi *et al.* (2005) testaram o potencial produtivo da raça de galinha Padovana, uma raça de origem Italiana que foi utilizada desde o tempo dos antigos Romanos com propósito ornamental. Em seu estudo, concluíram que a raça Padovana possuía carcaça magra, com moderada produção de carne, entretanto, possuía potencial para uma produção de consumo local, ou ainda, para preservar os aspectos culturais e tradições locais. Hrnčár *et al.* (2015) avaliaram a produção de ovos, fertilidade e eclosão das raças de galinhas Brahma, Cochin e Orpington, que tem certa viabilidade para produção de carne, mas principalmente criação com foco ornamental. Os autores concluíram que a raça Orpington é a que tem maior capacidade para produção de ovos dentre as três, com cerca de 138 ovos/matriz.

Banaszewska *et al.* (2018) analisaram as características morfológicas e a eclodibilidade de algumas raças de galinhas ornamentais (Polonesa, Padovana, Onagadori e outras), e concluíram que por mais que o objetivo de criação na avicultura ornamental ser a beleza, a satisfação pode ser derivada de uma boa qualidade de ovos e índices reprodutivos. Ainda, relataram que essas aves são um patrimônio da Polônia e da Europa, e que essas raças podem constituir um valioso acervo genético na criação, além de atração em fazendas e propriedades que têm

como objetivo o turismo rural. As pesquisas relacionadas a raças de galinhas ornamentais apontam que as mesmas não têm capacidade produtiva para competir com linhagens industriais atuais, entretanto, confirmam a possibilidade de inclusão de genes e ou características pertinentes a essas aves no tocante a avicultura comercial de produção.

Ainda, a criação de galinhas ornamentais tem importante papel social, uma vez que o contato com esses animais pode influenciar positivamente desde crianças, até jovens, adultos e idosos. Na Europa, as galinhas ornamentais têm propósito educacional, sendo comum que algumas fazendas abram suas porteiras para que pais levem seus filhos para aprenderem sobre os principais cuidados com as aves, como a limpeza, coleta de ovos e cuidados gerais com os animais. As crianças aprendem a realizar trabalhos com regularidade e em tempo, e os que cumprem suas tarefas com êxito ganham prêmios, através de clubes de criadores de galinhas ornamentais. É um método extremamente eficiente de afastar as crianças das telas de computadores e celulares. (BRZÓSKA *et al.*, 2012)

Os Clubes e Associações são os responsáveis por organizar os criadores, exposições, feiras e em muitos países são eles quem definem o padrão de perfeição de cada raça de galinha ornamental, que contempla todas as características inerentes ao genótipo e fenótipo desses animais. No mundo, existem diversos clubes e associações de criadores de galinhas ornamentais. Podemos citar a APA (*American Poultry Association*) nos Estados Unidos, *Poultry Club of Great Britain*, *European Poultry Club*, *European Association of Poultry, Pidgeon, Cage Bird, Rabbit and Cavy Breeds* na Europa e o *Victorian Poultry Fanciers Association* na Austrália. No Brasil, há o Chabo Clube Brasil (CCB) para criadores de Chabo-Nagasaki, a ABRACIG (Associação Brasileira de Criadores de Aves da Raça Índio Gigante) e a APCA (Associação Brasileira de Aves de Raças Puras e Ornamentais).



### 3. MATERIAL E MÉTODOS

#### 3.1 PÚBLICO ALVO

O questionário foi destinado aos criadores de galinhas ornamentais de todos os estados do Brasil. A avaliação ocorreu através de formulário *online*, conforme as normas da resolução 510/2016 (BRASIL, 2016), e avaliado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Humanos, parecer nº 5.131.762, onde constavam 17 perguntas sobre o perfil dos criadores, as principais raças criadas e o viés de produção. No enunciado das perguntas foi evitado o uso de expressões técnicas e de questões que possam induzir à resposta.

#### 3.2 APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Para facilitar o envio e preenchimento optou-se por utilizar o formulário da plataforma *Google formulários*. O formulário foi disponibilizado nas redes sociais do autor, grupos em aplicativos de mensagens e mídias digitais, dessa forma, facilitando o acesso dos interessados em preenchê-lo bem como ampliando o público alvo. Foram avaliadas somente as respostas de pessoas maiores de 18 anos de idade, e foi estipulado o prazo de 30 dias para recebimento das respostas, compreendendo o período de 05/12/2021 até 05/01/2022.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao todo foram recebidas 322 respostas de todos os estados brasileiros com exceção do estado do Amapá. Os estados com maior número de criadores são Rio Grande do Sul (13,04%), São Paulo (12,73%), Paraná (12,73%), Minas Gerais (11,18%) e Santa Catarina (10,87%), conforme demonstrado na Tabela 01.

Tabela 01: Distribuição dos criadores nos estados Brasileiros

Estado	Número de Criadores	%
Acre (AC)	1	0,31
Alagoas (AL)	5	1,55
Amapá (AP)	0	0,00
Amazonas (AM)	2	0,62
Bahia (BA)	14	4,35
Ceará (CE)	10	3,11
Distrito Federal (DF)	2	0,62
Espírito Santo (ES)	3	0,93
Goiás (GO)	10	3,11
Maranhão (MA)	4	1,24

Mato Grosso (MT)	1	0,31
Mato Grosso do Sul (MS)	4	1,24
Minas Gerais (MG)	36	11,18
Pará (PA)	16	4,97
Paraíba (PB)	8	2,48
Paraná (PR)	41	12,73
Pernambuco (PE)	4	1,24
Piauí (PI)	3	0,93
Rio de Janeiro (RJ)	25	7,76
Rio Grande do Norte (RN)	4	1,24
Rio Grande do Sul (RS)	42	13,04
Rondônia (RO)	3	0,93
Roraima (RR)	1	0,31
Santa Catarina (SC)	35	10,87
São Paulo (SP)	41	12,73
Sergipe (SE)	1	0,31
Tocantins (TO)	6	1,86
<b>TOTAL</b>	<b>322</b>	<b>100</b>

As Regiões Sul e Sudeste juntas possuem 70% de todos os avicultores ornamentais que responderam à pesquisa, com destaque para a região Sul, conforme relatado no Gráfico 01. A região Centro-Oeste do país é a que apresenta o menor número de criadores, com apenas 5% de representantes.

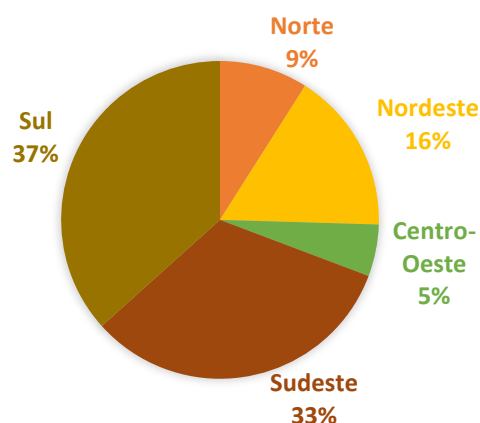


Gráfico 01: Distribuição dos Criadores nas Regiões do Brasil

Fonte: O autor.

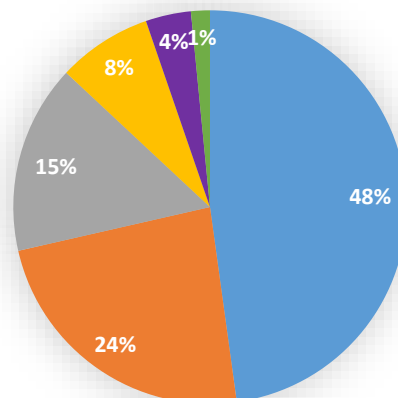
É possível inferir que a distribuição dos criadores de galinhas ornamentais é maior em regiões onde a avicultura industrial é mais estabelecida, como o caso do estado do Paraná, maior produtor de carne de frango do país, com cerca de 33,4% de toda a produção, e o segundo maior produtor de ovos, com 9,1% da produção

nacional, atrás apenas estado de São Paulo que é responsável por 28,9% da produção anual de ovos do Brasil. (IBGE, 2020). Essa relação pode indicar o impacto cultural da avicultura na sociedade, tanto em relação a produção em escala industrial quanto em outros vieses de atuação, como é o caso da avicultura ornamental.

A introdução de galinhas de raça pura em 1920 para dar início a produção de carne e ovos no Brasil também chamou a atenção do público no tocante as características qualitativas desses animais, ou seja, o seu porte, beleza e padrão, e conseqüentemente, as pessoas interessadas em criar esses animais em função dos atributos citados manteve esse nicho de mercado ativo até os dias de hoje. Portanto, era esperado que as regiões que tiveram maior aporte genético dessas aves fossem as com maior número de criadores.

O questionário foi realizado com objetivo de entender e traçar o perfil dos criadores de galinhas ornamentais. No tocante ao gênero, 88% dos entrevistados são homens, 11% são mulheres e 1% dos entrevistados preferiu não responder. Em relação a faixa etária, 47,83% dos entrevistados possuem de 18 a 25 anos, conforme demonstrado no gráfico 2.

O interesse do público jovem pelas galinhas ornamentais está completamente ligado ao fato da internet ser um dos principais meios de divulgação e comunicação pelos quais as pessoas tomam conhecimento desse nicho de mercado. O fato do avicultor poder criar seus animais e expor a sua criação, manejo, genética e qualidade para o público *online* estimula cada vez mais pessoas para que também construam páginas dedicadas para as suas criações, e, conseqüentemente, populariza o nicho e atrai o público mais presente nas redes sociais, que em sua maioria são jovens.

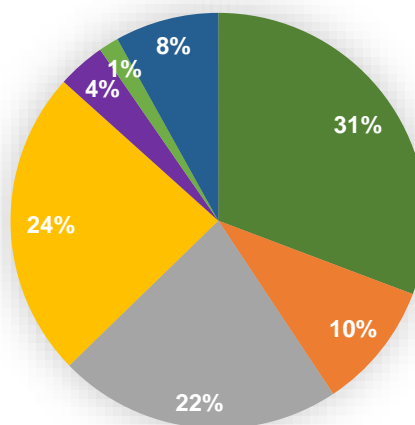


**Faixa Etária** ■ 18-25 ■ 26-35 ■ 36-45 ■ 46-55 ■ 56-65 ■ 65

Gráfico 02: Faixa Etária dos Criadores de Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

A idade média dos avicultores ornamentais também explica a ocupação mais relatada dos mesmos, onde 31% responderam que são estudantes. Dentre as outras atividades, 24% responderam que atuam como funcionários de empresas particulares e 22% atuam como autônomos, conforme demonstra o gráfico 03.



**Ocupação dos Criadores**

■ Estudante ■ Funcionário Público ■ Autônomo  
 ■ Funcionário Particular ■ Desempregado ■ Aposentado  
 ■ Outro

Gráfico 03: Atividade Exercida pelos Criadores de Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

No que tange ao período em que estão na atividade, cerca de 14,6% dos entrevistados relataram que criam as galinhas a menos de 5 meses, enquanto

11,8% dos entrevistados possuem sua criação há mais de 15 anos. Esses dados indicam que com o movimento de popularização da avicultura ornamental muitas pessoas estão começando as suas criações. Esse movimento foi muito influenciado pelo período da pandemia SARS COV19, onde as pessoas também estavam buscando diferentes atividades para realizar em casa para aliviar o estresse.

Em relação a parcela de avicultores que possuem sua criação há mais de 15 anos, esse dado infere que independente do objetivo de criação, as galinhas ornamentais são um nicho de mercado duradouro, que está presente na cultura dos brasileiros. Grande parte dos avicultores ornamentais renomados do Brasil tiveram o início de suas criações há mais de 15 anos, tendo principalmente foco comercial. Como o número de criadores era menor, puderam se estabelecer e continuar seus empreendimentos até os dias atuais.

Todavia, a parcela de novos criadores carrega consigo ingredientes da era *online*, onde compartilhar conhecimento e informação é o caminho para aprimorar a sua criação, influenciando pessoas a começarem a criar suas aves. Há um volume muito maior de dicas, métodos de manejo e dia a dia com as galinhas ornamentais do que há 10 anos atrás, por exemplo.

Em uma plataforma popular de vídeos, o *Youtube*, existem inúmeros canais com grande público que abordam esse nicho da avicultura, como o Coração Campeiro (mais de 113.000 inscritos), Aves Recriar (mais de 100.000 inscritos), Gutejando (mais de 83.000 inscritos), Rancho LW (mais de 68.000 inscritos), Topete de Ouro (mais de 9.600 inscritos) e Sítio Xavier (mais de 7.120 inscritos). Além do *Youtube*, esses e mais dezenas de outros perfis movimentam as demais redes sociais como *Instagram* e *Facebook* com milhares de seguidores.

Para avaliar como os criadores tiveram conhecimento acerca da existência das galinhas ornamentais, levantamos esse dado na pesquisa, conforme apresentado no gráfico 04.

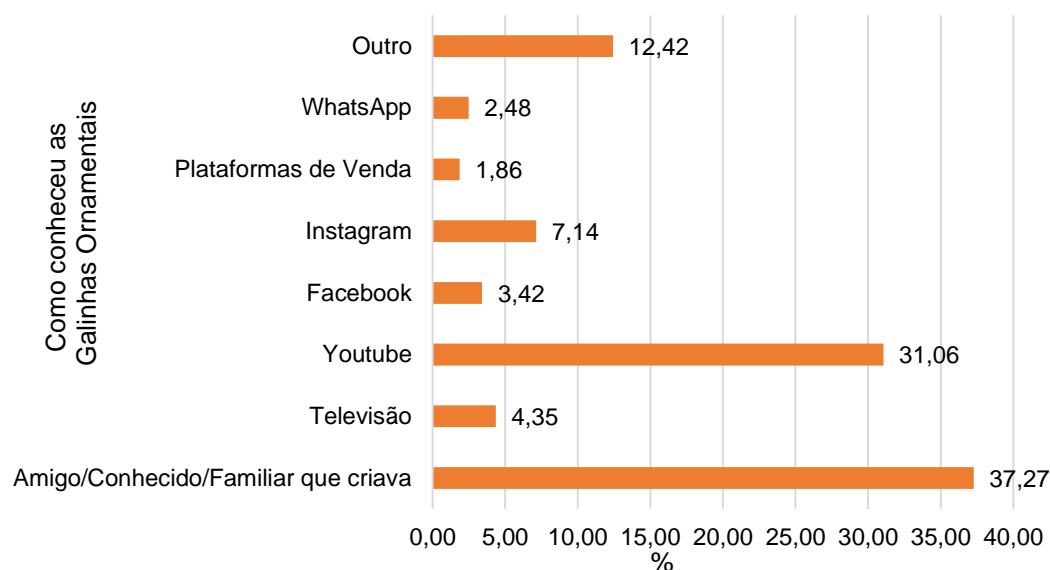


Gráfico 04: Como os criadores conheceram as Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

As plataformas digitais e online, somadas, representam cerca de 46% do total no tocante a difundir a existência da avicultura ornamental, onde o *Youtube* figura como principal meio com 31,06%. Esses dados corroboram com o supracitado acerca do impacto da internet para divulgação e na inserção de novos avicultores. Cerca de 37% das pessoas entrevistadas relatam que conheceram as galinhas ornamentais através de amigos, conhecidos ou familiares que criavam esses animais. Isso indica que mesmo a internet sendo o principal meio de divulgação, o contato presencial ainda foi responsável por muito criadores iniciarem no nicho, e ainda possui muita influência no que tange a popularização desse mercado.

Além de traçar o perfil dos criadores, esse trabalho teve por objetivo compreender qual o número de aves criadas, quais as principais raças bem como os objetivos de criação. Em relação ao tamanho do plantel, 60% dos entrevistados responderam possuir entre 1 e 30 aves, indicando que grande parte das criações de galinhas ornamentais no Brasil são pequenas, conforme relatado no gráfico 05.

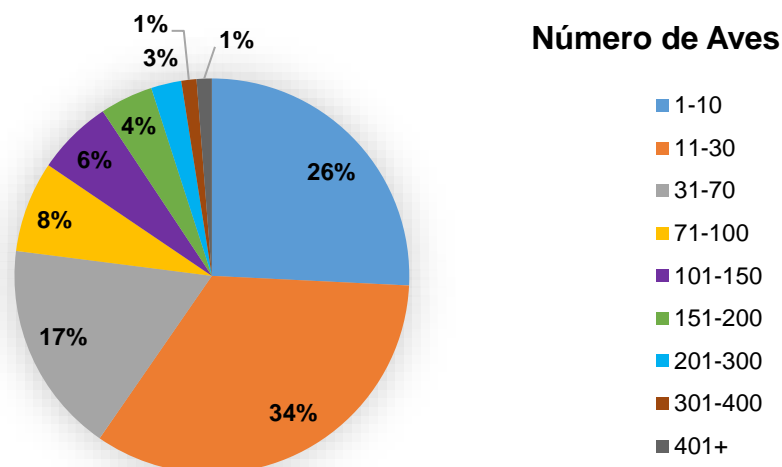


Gráfico 05: Número de Aves na Criação de Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

Apenas 5% dos entrevistados relataram possuir mais de 200 galinhas ornamentais. O pequeno número de galinhas por avicultor está relacionado ao objetivo de criação, já que apenas 3% dos entrevistados possuem suas aves com foco unicamente comercial conforme apresentado no gráfico 06. Logo, possuir muitas galinhas sem gerar receita é extremamente custoso, principalmente no período atual com um aumento no valor dos insumos. Segundo análise do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), no primeiro semestre de 2021, produtos como o soja, milho e trigo tiveram aumento de preço no mercado interno em cerca de 78%, 77% e 44%, respectivamente.

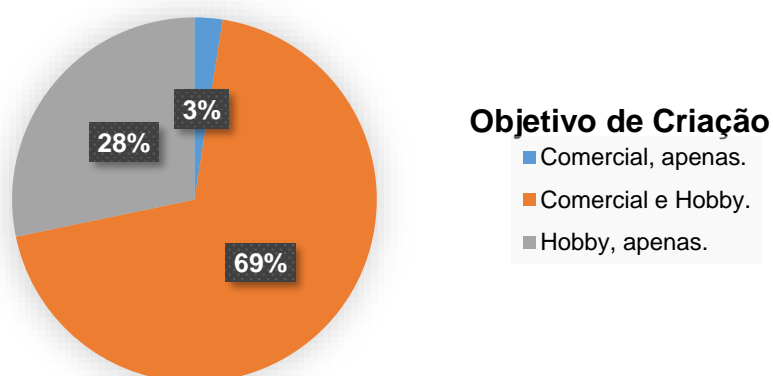


Gráfico 06: Objetivo da Criação de Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

Outro fator que corrobora com o pequeno tamanho das criações é a localização, conforme gráfico 07. Cerca de 43% dos entrevistados possuem seus galinheiros na zona urbana, dessa forma, os produtores ficam limitados em virtude a expandir a criação, já que as galinhas emitem vocalização e suas excretas em excesso podem exalar odor ruim, bem como em função das normativas que tratam da distância mínima de centros urbanos. Ainda, os terrenos urbanos normalmente não possuem grande área para construção de galinheiros, levando os avicultores a adaptarem pequenos espaços.

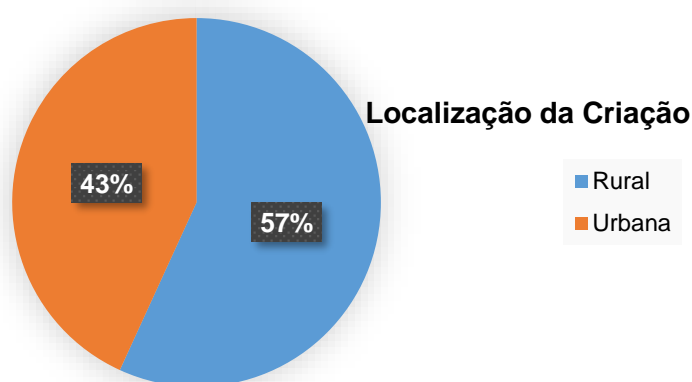


Gráfico 07: Localização da Criação de Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

O impacto da internet e do mercado de animais de estimação exóticos colaborou para que o público urbano começasse a se interessar na criação de galinhas, que normalmente são animais criados em zona rural. Apesar de não ser a maioria, a criação de galinhas ornamentais possibilitou que o mercado conquistasse territórios que a avicultura industrial não está presente. Esse dado também aponta o grande potencial de desenvolvimento de novos produtos destinados a criação ornamental. A nível nacional ainda não existe uma ração específica para galinhas ornamentais, por exemplo.

Atualmente já é possível encontrar nas redes sociais o prematuro surgimento de “roupinhas” exclusivas para galinhas da raça sedosa, bem como alguns enfeites e plaquinhas. Em 2020, o faturamento da indústria pet no Brasil foi de R\$27,02 bilhões, colocando o país em 7º lugar no mercado mundial (ABINPET, 2020). Essas aves possuem grande aptidão para animal de estimação, e o mercado de produtos exclusivos pode crescer tanto quanto o de galinhas ornamentais, uma vez que 97%



dos avicultores entrevistados encaram a criação como um *hobby*, sendo que 28% deles possuem as aves apenas como animais de estimação, sem realizar nenhuma venda, como observado no gráfico 06.

O desenvolvimento da avicultura ornamental como fonte de renda é viabilizado, uma vez que os criadores que possuem as aves como hobby também realizam vendas (cerca de 69%) para manter os animais com menor custo ou mesmo sem custo, conforme observado no gráfico 06. Segundo a Instrução Normativa 56/2007 do MAPA, Art. 1º Parágrafo único. “Excluem-se da obrigatoriedade do registro os estabelecimentos avícolas que possuam até 1.000 (mil) aves, desde que as aves, seus produtos e subprodutos sejam destinados a comércios locais intramunicipais e municípios adjacentes.”. Como a maior parte dos avicultores possui menos de 200 galinhas ornamentais (95% dos entrevistados), estão aparados pela legislação brasileira no tocante a comercialização em regiões adjacentes sem necessidade de registro, todavia, respeitando a legislação estadual vigente.

Para obter o registro, o avicultor ornamental brasileiro precisa seguir todos os protocolos e exigências elaborados com foco na avicultura industrial. Ou seja, mesmo a legislação considerando que existe a possibilidade de registro de avicultura ornamental, não leva em consideração a realidade dos produtores, muito menos as particularidades que cada raça de galinha ornamental possui. Assim, tornando quase impossível que criadores que possuem, por exemplo, 50 galinhas ornamentais obtenham registro e conseqüentemente encararem a sua criação com viés profissional.

Cerca de 74% dos avicultores que criam as aves exclusivamente como *hobby* realizam alguma venda eventual de aves ou ovos, conforme gráfico 08. Esse dado indica que a procura por essas aves é grande, e que mesmo sem divulgação ou interesse por realizar vendas ainda assim recebem demanda por compra.

**Mesmo criando unicamente por hobby,  
eventualmente realiza venda?**

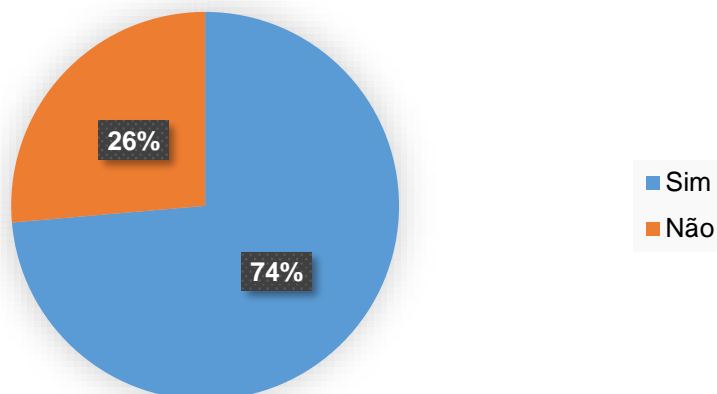


Gráfico 08: Postura dos Hobbystas no tocante a vendas

Fonte: O Autor.

Sobre a demanda por galinhas ornamentais, 44% dos entrevistados relataram que a procura é média, enquanto 15% relataram alta procura, conforme gráfico 09. Apenas 8% dos entrevistados relataram não possuir demanda por compra de aves ou ovos. Esses dados mostram que apesar de apenas 5% dos criadores possuírem foco unicamente comercial, a procura é grande e possibilita o desenvolvimento de um mercado até mesmo para os “hobbystas”, como demonstrado nos gráficos 06 e 08.

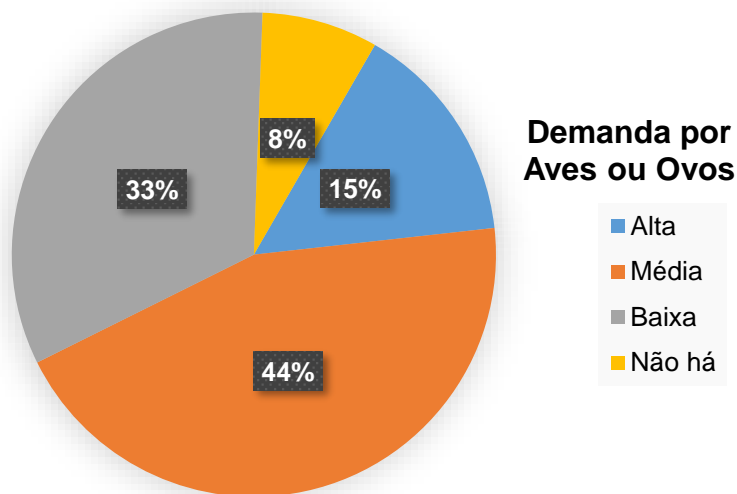


Gráfico 09: A demanda por Galinhas Ornamentais e seus ovos férteis

Fonte: O Autor.

No tocante a baixa demanda (Gráfico 09), a mesma pode estar relacionada aos “hobbystas” que não fazem divulgação da criação, ou o fazem, mas sem remeter a vendas. Ainda, pode estar relacionada as regiões do Brasil com menor número de criadores.

As principais ferramentas para divulgação de vendas também foram avaliadas no questionário. Cerca de 63% dos entrevistados realizam vendas via *WhatsApp*, e em seguida através de visitas presenciais, com cerca de 47% das respostas, conforme relatado no gráfico 10.

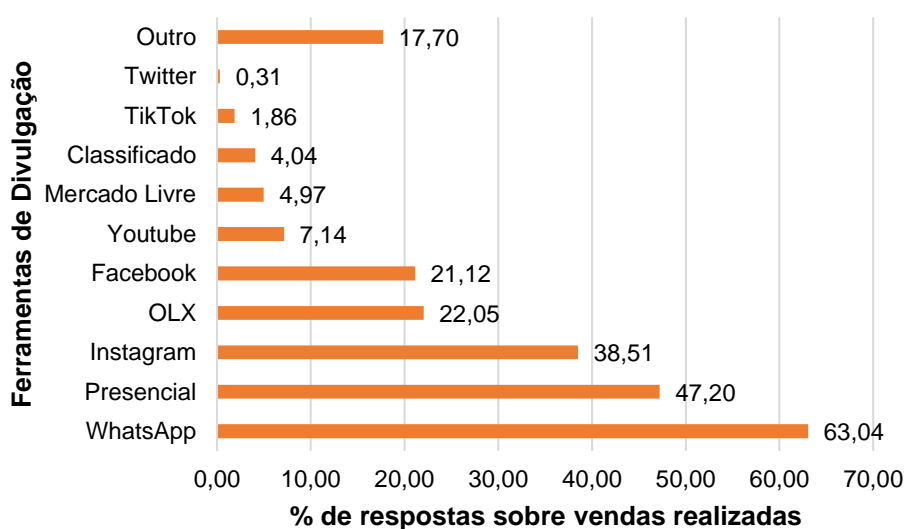


Gráfico 10: Principais ferramentas e plataformas de venda

Fonte: O Autor.

Somadas todas as ferramentas e plataformas *online*, a internet novamente aponta ser o principal meio pelo qual as pessoas entram em contato com os avicultores no tocante a compra e venda de aves ou ovos. Redes sociais como *Instagram* e *Facebook*, que inicialmente foram desenvolvidas com objetivo de interação social hoje se transformaram em grandes ferramentas de comércio.

Segundo Avelar (2021) do site *E-Commerce Brasil*, a pandemia teve um grande impacto em como os consumidores se relacionam com as marcas, e esperam que as mesmas estejam presentes e *online* aonde eles estão, ou seja, nas redes sociais. Segundo o estudo *NuvemCommerce*, análise especializada anual do *e-commerce* brasileiro realizada pela Nuvemshop, em 2021, o *WhatsApp* foi responsável por cerca de 74,51% das vendas realizadas pelos lojistas, seguido pelo *Instagram* e *Facebook* com 66,85% e 45,30% das vendas respectivamente.

Todavia, as visitas presenciais possuem grande importância em relação a decisão de compra, novamente representando que o mercado consegue acessar e se desenvolver em todos os âmbitos de contato através de avicultor e interessado, e que muitas vezes ver o animal “ao vivo” pode ser fator decisivo no tocante a decisão de compra.

Ainda em relação ao mercado, foi levantado aos entrevistados qual o principal produto comercializado em relação a ovos férteis, pintinhos, frangos e aves adultas. Conforme apresentado no gráfico 11, houve bastante equilíbrio nas respostas.

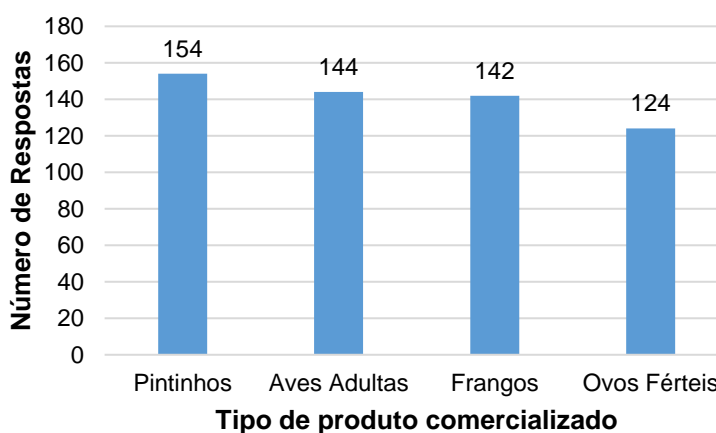


Gráfico 11: Principais produtos comercializados.

Fonte: O Autor.

O carro chefe dos avicultores que realizam vendas são os pintinhos, e tal fato se deve ao custo, já que comparado com aves adultas são consideravelmente mais baratos. Além disso, ao comprar um pintinho, o tutor pode criá-lo de maneira a possibilitar uma maior domesticação da ave, acostumando o animal com a presença de humanos e o tornando um animal de estimação dócil. Em adição a isso, pintinhos demandam de menor espaço de criação, facilitando para pessoas que não tenham muito terreno disponível.

O produto com menor volume de venda é o ovo fértil, e isso pode estar relacionado a dificuldade na incubação, que necessita de uma galinha em estado de choco ou ainda de uma incubadora artificial, que possui valor elevado. A venda de aves adultas e frangos pode estar condicionada a maior assertividade em escolher animais de melhor padrão genético, bem como o sexo já bem definido, uma vez que na maioria das raças até os 3 meses de idade é bastante difícil identificar as diferenças entre macho e fêmea.

Em relação as raças, foi obtido através do questionário que as três principais raças de galinhas ornamentais criadas no Brasil são: Sedosa (159 criadores), Brahma (158 criadores) e Chabo/Nagasaki (131 criadores), conforme demonstrado no gráfico 12.

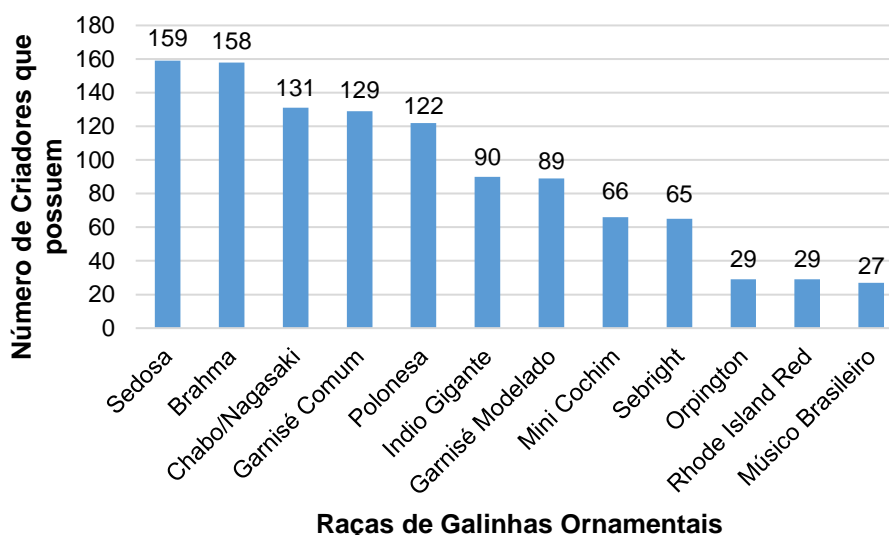


Gráfico 12: Principais raças de Galinhas Ornamentais do Brasil

Fonte: O Autor.

As raças Sedosa e Brahma estão presentes em aproximadamente 50% de todas as criações de Galinhas Ornamentais do Brasil. Tal fato está relacionado as características raciais dessas aves, uma vez que são extremamente ornamentadas. A primeira possui penas com aspecto de pelos, pequeno porte, 5 dedos nos pés, penas nas pernas e pés, pele e órgãos na coloração azul ou preta, topete e barba (*American Standard of Perfection*, 2015). Na figura 01 é apresentado um exemplar da raça, cuja genética pertence ao autor. Além dessas características, as aves são extremamente dóceis, ideais para quem busca um animal de estimação, além de apresentarem o estado de choco com facilidade, podendo incubar seus ovos naturalmente.



Figura 1: Galinha da raça Sedosa na coloração Branca.

Fonte: o Autor.

Em relação a raça Brahma, são aves de porte grande e com penas nos pés, muito dóceis, com andar elegante e majestoso. (*American Standard of Perfection*, 2015). Muitos criadores possuem os animais para ornamentação, mas também realizam cruzamento com galinhas caipiras para melhorar o aproveitamento de carcaça. Um exemplar da raça é apresentado na figura 02.



Figura 2: Galo da raça Brahma na coloração Light.

Fonte: prime-learn.com

Em relação as raças Chabo (Nagasaki) e Índio Gigante, são duas das quais os criadores se organizaram em associações, sendo o Chabo Clube Brasil (Chabos/Nagasakis) com 140 membros ativos e a ABRACIG (Índio Gigante). As associações permitem aos criadores difundir as raças pelo Brasil, bem como definir normas e regras para seleção e aprimoramento genético dos animais, além de poder realizar exposições e organizar os criadores de maneira geral.

Em relação ao Índio Gigante, é uma raça 100% brasileira que está sendo desenvolvida há pelo menos 20 anos, e que teve sua origem em nos estados de Goiás e Minas Gerais. Segundo o então presidente da ABRACIG, em 2019, a raça Índio Gigante estava presente em cerca de 20 mil propriedades no Brasil. Sua principal característica é o tamanho, os galos da raça chegam a atingir até 1,20 m (ou mais). (SUINOCULTURA INDUSTRIAL, 2019).

O Índio Gigante possui aptidão para corte, e existem pesquisas sendo realizadas com a raça. Cruz et al. (2018) avaliaram características de crescimento e carcaça de diferentes cruzamentos de frangos criados em sistemas alternativos. Os autores concluíram que os genótipos que possuíam genética Índio Gigante apresentaram o melhor crescimento e características de carcaça comparado com os demais. Todavia, como a principal característica da ave é o tamanho elevado, a sua criação é em grande parte voltada para a ornamentação. Existem registros de aves da raça sendo comercializadas na casa dos R\$200 mil, e ovos férteis comercializados em até R\$3 mil a dúzia. (SUINOCULTURA INDUSTRIAL, 2019).

Outra raça de origem nacional que aparece no *ranking* das 12 mais criadas pelos entrevistados é o Músico Brasileiro. Essa raça de galinha foi desenvolvida no Brasil a partir do cruzamento de galinhas sem raça definida com galos da raça Músico Turco. A partir daí, foram selecionados animais com o padrão de coloração Mil Flores e que apresentassem o canto mais longo possível. Na figura 03 é observado um galo da raça, cuja genética pertence ao autor.





Figura 03: Galo da raça Músico Brasileiro

Fonte: o Autor.

Além da criação de galinhas ornamentais, o questionário também avaliou se os entrevistados possuíam outros tipos de criação de aves na propriedade, conforme apresentado no gráfico 13. A principal atividade é a criação de galinhas caipiras, com 199 criadores as possuindo, representando cerca de 62% dos entrevistados. Em seguida, a criação de aves aquáticas como patos, marrecos e gansos com 142 (cerca de 44%) respostas e a criação de galinha da angola com 128 respostas (cerca de 40%).

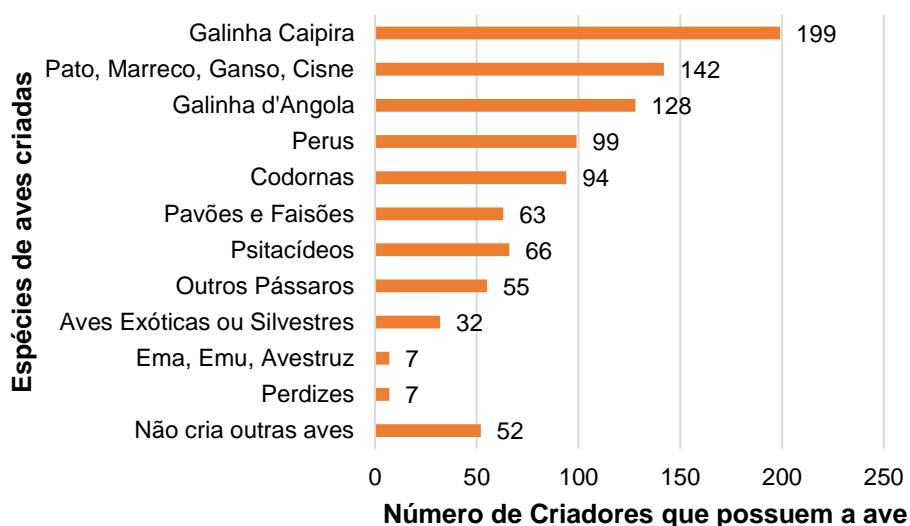


Gráfico 13: Criação de outras aves além das Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

Esses dados evidenciam que a criação de galinhas ornamentais na maioria dos casos está ligada com a criação de outros tipos de aves, reforçando que todo



um mercado relacionado a avicultura alternativa e ornamental está em alta, e conseqüentemente, o mercado para desenvolvimento de produtos exclusivos para aves ornamentais. Há anos vemos aves ornamentais como Pavões, Marrecos, Cisnes, Faisões e Gansos sendo criados e usados como atrativos em chácaras e Hotéis Fazenda. A diferença em relação a essas aves, além das particularidades no tocante a sua criação, é que normalmente possuem maior valor agregado do que as Galinhas Ornamentais.

Os dados reforçam que existem muitos avicultores ornamentais que possuem aves que comumente estão associadas a produção de carne e/ou ovos, como galinha caipira, galinha d'angola, peru, codorna e até mesmo os patos e marrecos, podendo estar relacionado com uma criação para sustento próprio ou também de pessoas interessadas nos produtos desses animais.

De maneira geral, a avicultura alternativa como um todo movimenta um mercado bastante ativo, e que infelizmente é informal, uma vez que os entraves para uma produção comercial com registro impossibilitam o pequeno produtor, que não tem terra nem capacidade de investimento.

Os dados evidenciam que há necessidade de um desenvolvimento para esses produtores no tocante a profissionalização e assistência, uma vez que apenas 20% dos entrevistados relataram receber algum tipo de assistência técnica, conforme gráfico 14.

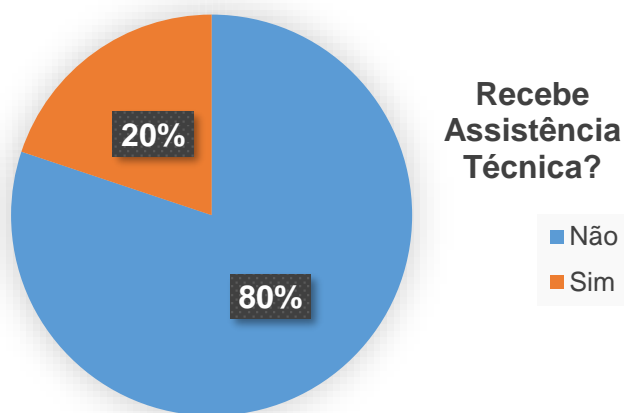


Gráfico 14: Assistência técnica na criação de Galinhas Ornamentais

Fonte: O Autor.

A assistência técnica e profissionalização podem garantir aos avicultores ornamentais um melhor desempenho da sua criação tanto no aspecto produtivo, quanto no tocante a saúde, bem-estar animal, sanidade e desempenho econômico. Cerca de 78% dos criadores de galinhas ornamentais participa de grupos nas redes sociais, conforme gráfico 15. Esse dado infere que os avicultores ornamentais de maneira geral buscam estar próximos de outros criadores, e no ambiente *online* a formação de grupos permite troca de conhecimento, informações e técnicas de manejo que os próprios desenvolvem.

Na ausência de assistência técnica profissional, é através da informalidade dos grupos que os criadores de galinhas ornamentais conseguem sanar suas dúvidas e desenvolver projetos. É inegável que existem inúmeras pessoas bem-intencionadas e focadas em ajudar, entretanto há uma parcela de conhecimento sendo difundido de maneira completamente infundada e sem nenhum critério técnico ou científico, o que limita o desenvolvimento desse nicho da avicultura no Brasil.

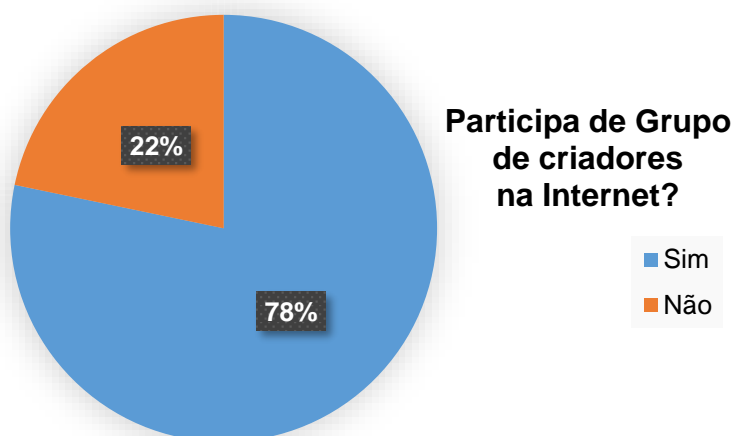


Gráfico 15: Participação em grupos de Criadores Online

Fonte: O Autor.

As associações, como citado anteriormente, podem atuar de maneira a organizar os criadores e ajudar no desenvolvimento do mercado de criação de galinhas ornamentais, entretanto, apenas 10% dos avicultores ornamentais participam de algum clube ou associação, conforme gráfico 16. Pensando em eventos como feiras e exposições, apenas 7% dos entrevistados participaram como expositores, indicando que esse potencial é muito pouco aproveitado, conforme gráfico 17.

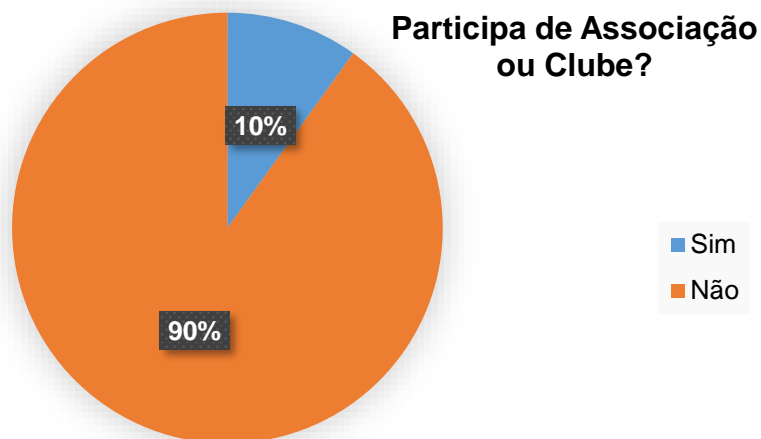


Gráfico 16: Participação em Clubes ou Associações de criadores

Fonte: O Autor.

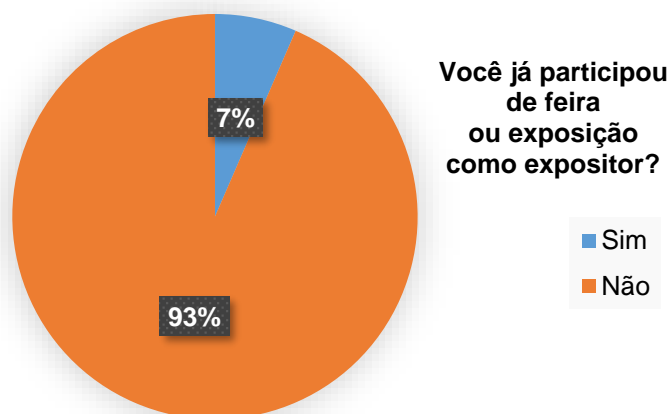


Gráfico 17: Participação em Feiras ou Exposições

Fonte: O Autor.

Nos Estados Unidos, a *American Poultry Association* possui um calendário anual de eventos e exposições que são realizadas em todo o território norte americano, ou seja, é uma associação que possui abrangência nacional e relevância para os criadores de aves ornamentais, elevando o nível de profissionalização e divulgação do nicho.

Todos esses dados indicam que o potencial de expansão do mercado de Galinhas Ornamentais é grande, todavia, só acontecerá através de uma ação conjunta entre avicultores, profissionais e políticas públicas que permitam que a

avicultura ornamental possua legislação própria que possibilite aos pequenos criadores o processo de registro e comercialização legal de seus produtos a nível nacional.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação de galinhas ornamentais ainda é conhecida como um hobby sustentável, e estão concentrados nas regiões Sul e Sudeste do país. Em sua maioria, são criações de pequeno porte, e as principais raças criadas são a Sedosa, Brahma e o Chabo (Nagasaki). A maior parte dos criadores são homens jovens e que possuem sua principal ocupação como estudantes. A internet é a principal ferramenta para divulgação da produção e mercado, embora a criação seja encarada como um hobby, as vendas tornam a produção economicamente sustentável.

É evidente que o mercado de criação de Galinhas Ornamentais no Brasil possui enorme potencial de expansão. Possui pilares como o aspecto cultural, que remonta desde o início do desenvolvimento da avicultura no país, e o ambiente *online*, como principal plataforma para difusão do nicho, uma tendência que não é observada apenas na avicultura ornamental, mas em todos os mercados nacionais.

Todavia, para que a avicultura ornamental se desenvolva é necessária uma maior profissionalização da criação através de uma ação conjunta entre diversos setores. Em relação as empresas privadas, para que ocorra o desenvolvimento de produtos, equipamentos e soluções voltadas para a avicultura ornamental. No que tange aos avicultores, para que associações e clubes sejam criados e fortalecidos, de maneira a melhorar as condições gerais de manejo, melhoramento genético e profissionalização. Ainda, o poder público, com uma legislação acessível e que leve em consideração as particularidades da criação de Galinhas Ornamentais, de forma que seja possível para o pequeno produtor que não tem acesso à terra e que possui pouco capital para investimento, possuir uma criação legalizada.

Ainda, é extremamente necessário que mais pesquisas e trabalhos científicos sejam realizados para que existam pilares sólidos que atuem como base para que a avicultura ornamental no Brasil tenha o mesmo nível que a de outros países. Ainda, que exista conhecimento científico em volume e qualidade para que possíveis mudanças na legislação brasileira sejam embasadas em critérios técnicos e científicos voltados para a avicultura ornamental.

## REFERÊNCIAS

ABPA, Associação Brasileira de Proteína Animal. **Relatório Anual, 2021**. Disponível em: <https://abpa-br.org/relatorios/>. Acesso em: 1 jul. 2021.

ABINPET. **Mercado Pet do Brasil**. Disponível em: <http://abinpet.org.br/mercado/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

ABINAWANTO; EFFENDI, PIPIH SUNINGSIH. Biodiversity of the Gaga chicken from Pinrang, South Sulawesi, Indonesia based on the bioacoustic analysis and morphometric study. **IODIVERSITAS**, Indonesia, v. 18, n. 4, p. 1618-1623, 2017.

AMERICAN POULTRY ASSOCIATION. **American Standard of Perfection**. 44. ed. rev.: INC, p. 406, 2015.

AMERICAN POULTRY ASSOCIATION. **Events Listings**. 2022. Disponível em: <https://amerpoultryassn.com/events-listings/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

AVELAR, Alexandra. **O ano nas redes sociais: tendências sobre o que esperar em 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-ano-nas-redes-sociais-tendencias-sobre-o-que-esperar-em-2021/>. Acesso em: 1 jan. 2022.

BANASZEWSKA, D *et al.* Analysis of morphological egg characteristics and hatching results of selected breeds of ornamental chickens. **European. Poultry. Science**, Stuttgart, v. 82, p. 1-13, 2012.

BRZÓSKA, Franciszek *et al.* Ornamental Poultry Kept by humans for pleasure. **Wiadomości Zootechniczne**, [s. l.], v. 4, p. 67-76, 2012.

CASA CIVIL (Brasil). A. Costa e Silva. Decreto 63.234 de 12 de setembro de 1968. **Institui o " Dia da Ave" e dá outras providências**, Diário Oficial da União, 16 set. 1968.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL (Brasil). JÂNIO QUADROS. **Decreto nº 50.620, de 18 de Maio de 1961**. Diário Oficial da União - Seção 1 de 18/05/1961, p. 4549, 18 maio 1961.

COSTA, Sérgio. **A saga da avicultura brasileira: Como o Brasil se tornou o maior exportador mundial de carne de frango**. 1. ed. rev. São Paulo: Insight Engenharia de Comunicação, 2011. 120 p. v. 1. ISBN 978-85-98831-20-6.

CRUZ, Fabio Loures *et al.* Características de crescimento e carcaça de diferentes cruzamentos de frangos criados em sistema alternativo. **Semina: Ciências Agrárias**, Londrina, v. 39, n. 1, p. 317-328, 2018

DE MARCHI, M *et al.* Carcass Characteristics and Qualitative Meat Traits of the Padovana Breed of Chicken. **International Journal of Poultry Science**, [s. l.], v. 4, ed. 4, p. 233-238, 2005.

EMBRAPA. **Sistema Alternativo de Criação de Galinhas Caipiras - Origem Genealógica e Raças.** Disponível em: <https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Ave/SistemaAlternativoCriacaoGalinhaCaipira/Origemgenealogica.htm>. Acesso em: 1 jul. 2021.

GUERRINI, Alessandro; ALTAFINI, Alberto; RONCADA, Paola. Assessment of Ochratoxin A Exposure in Ornamental and Self-Consumption Backyard Chickens. **Veterinary Sciences**, [s. l.], v. 7, n. 18, p. 1-12, 2020.

GRANEVITZE, Z *et al.* Genetic diversity within chicken populations from different continents and management histories. **Animal Genetics.**, [s. l.], v. 38, p. 576-583, 2007.

HRNČÁR, Cyril *et al.* Egg Traits, Fertility and Hatchability of Brahma, Cochin and Orpington Chicken Breeds. **Animal Science and Biotechnologies**, [s. l.], v. 48, n. 2, p. 137-141, 2015.

IBGE. *In: Agricultura, pecuária e outros.* [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria.html>. Acesso em: 12 jan. 2022.

IPEA. *In: Mercados e Preços Agropecuários.* [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/2021/08/mercados-e-precos-agropecuarios-2/>. Acesso em: 1 jan. 2022.

JORGE, E.C *et al.* Contributions and perspectives of chicken genomics in Brazil: from biological model to export commodity. **World's Poultry Science Journal**, [s. l.], v. 63, p. 597-610, 2007.

NUVEMSHOP. **NuvemCommerce: Relatório anual do e-commerce em 2021 e tendências para 2022.** 7. ed. rev. [S. l.]: NuvemShop, 2021. 43 p. Disponível em: <https://materiais.nuvemshop.com.br/ebooks/nuvemcommerce>. Acesso em: 1 jan. 2022.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (Brasil). Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa nº56/2007.**, 2007. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&act=8&ved=2ahUKEwizhPnI2c31AhUWMbkGHYqeDcsQFnoECAIQAQ&url=http%3A%2F%2Fsistemasweb.agricultura.gov.br%2Fsislegis%2Faction%2FdetalhaAto.do%3Fmethod%3DvisualizarAtoPortalMapa%26chave%3D1152449158&usg=AOvVaw0GpMUWULv2HJCZJLyilmhp>. Acesso em: 1 jan. 2022.

OXFORD LANGUAGES. *In: Ornamental.* [S. l.], 2022. Disponível em: <https://languages.oup.com/>. Acesso em: 1 jan. 2022.

PLATAFORMA BRASIL. *In: Manuais.* [S. l.], 2022. Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/plataforma-brasil-conep?view=default>. Acesso em: 1 jan. 2022.

PRETTO, F.M. **Exodo Urbano**. Disponível em: [https://www.sescsp.org.br/online/artigo/15303\\_EXODO+URBANO](https://www.sescsp.org.br/online/artigo/15303_EXODO+URBANO). Acesso em: 1 jul. 2021.

SUINOCULTURA INDUSTRIAL. **Como o Indio Gigante pode se tornar a primeira raça brasileira**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.suinoculturaindustrial.com.br/imprensa/como-o-indio-gigante-pode-se-tornar-a-primeira-raca-brasileira/20190819-122134-q126>. Acesso em: 1 out. 2021.

SEBRAE. **Como montar um negócio para criação de aves ornamentais**. 2010. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-negocio-para-criacao-de-aves-ornamentais,77487a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 10 jul. 2021.

TSUDZUKI, Masaoki. Japanese Native Chickens. **Laboratory of Animal Breeding and Genetics**, Hiroshima, v. 1, n. 1, p. 91-116, 2003.

KOMIYAMA, Tomoyoshi *et al.* Japanese domesticated chickens have been derived from Shamo traditional fighting cocks. **Molecular Phylogenetics and Evolution**, [s. l.], v. 33, p. 16-21, 2004.

KOMIYAMA, Tomoyoshi; LIN, Mengjie; OGURA, Atsushi. ACGH Analysis to Estimate Genetic Variations among Domesticated Chickens. **BioMed Research International**, Tokyo, v. 2016, p. 1-8, 2016.