



Perfil dos consumidores da feira de produtos de transição agroecológica na UFMS, Corumbá-MS, Brasil

The consumer profile from the UFMS fair of agroecological transition products in Corumbá-MS, Brazil

COSTA, Edgar Aparecido da; RODRIGUES, Aguinaldo; SOUZA, Dalton Monteiro de; FÉLIX, Crislaine Gomes Souza; PAULA, Rudney Soares de¹; FEIDEN, Alberto².

¹Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Corumbá, MS, edgarac10@gmail.com; alphatdpg@gmail.com; dalton.seg_trab@hotmail.com; crislainegomez@live.com; rodney_atento@hotmail.com; ²Embrapa Pantanal, Corumbá, MS, alberto.feiden@embrapa.br.

Resumo: O objetivo desta pesquisa foi analisar o perfil dos consumidores da feira de produtos de transição agroecológica na UFMS, em Corumbá-MS. A pesquisa é relevante no sentido de demonstrar se a feira localizada dentro da universidade conseguiu atrair público fora da comunidade acadêmica. Os produtos com apelo de orgânico, mesmo sem a certificação, são capazes de atrair um público consumidor diferenciado. Ainda mais num espaço fronteiro, no qual os bolivianos são produtores e revendedores de hortaliças de cultivo convencional. Utilizou-se como procedimentos, pesquisa bibliográfica e entrevistas semiestruturadas com 30 consumidores da feira. Observou-se que a feira é frequentada em maior número pelos membros da comunidade universitária, porém a presença de membros externos também ocorre em números expressivos. Os frequentadores são adultos, com elevado nível de ensino e procuram a feira em razão de encontrar alimentos saudáveis, sem uso de veneno no processo produtivo.

Palavras-chave: Agroecologia, desenvolvimento territorial, Empreendimentos Econômicos Solidários.

Abstract: The main goal from this research is to analyze the consumer profile from the UFMS fair of agroecological transition products in Corumbá-MS. The research relevance lies in showing if the fact of the fair taking place inside the College campus attracted the public outside the academic community. The organic appealing products, even without a certification, manages to draw a differentiated consuming public. Even more on a border background where the Bolivians are producers and sellers of traditional cultivated vegetables. Has been used as procedure, bibliography research and half-structured interviews with 30 of the fair buyers. It is noticed that the college community mostly attends the fair, but outsider member's presence occurs in expressive numbers. The buyers usually are adults, with high education level and come to the fair looking for healthy food, with no poison in the productive process.

Keywords: Agroecological, territorial development, Solidary Economical Enterprises.

Introdução

A feira de produtos em transição agroecológica no Câmpus do Pantanal (CPAN) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) é fruto da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares do Pantanal e da Fronteira (ITCPPF), no esforço de buscar mecanismos para ampliação da escala de comercialização dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), sob seu apoio organizativo. A realização da feira foi inspirada no modelo criado de feira agroecológica pela ITCP da UFMS, em Campo Grande e teve dois propósitos principais: a) ampliar as possibilidades de renda dos camponeses cadastrados pela Incubadora, eliminando os atravessadores do processo de comercialização; b) oferecer opção de produtos com segurança alimentar para a comunidade acadêmica e do seu entorno.

A feira acontece todas as terças feiras, das 08 às 11 horas e 30 minutos, no saguão da Unidade I do Câmpus do Pantanal da UFMS, em Corumbá-MS (Figura 1). Trata-se de uma das cidades mais antigas do estado. Limita-se territorialmente a Leste com Ladário-MS, pelo lado brasileiro, e a Oeste com Arroyo Concepción, distrito de Puerto Quijarro, da província Germán Busch, Departamento de Santa Cruz, no lado oriental boliviano. Conta com cerca de 100 mil habitantes e fica a 430 km da capital do estado, Campo Grande. Um aspecto diferenciado é que Corumbá e Ladário estão a mais de 200 km da cidade brasileira mais próxima (Miranda-MS), separadas/unidas pelo Pantanal, e a menos de 10 km das cidades bolivianas fronteiriças.

Os EES são definidos pelo Programa Nacional de Incubadoras de Cooperativas Populares - PRONINC como “organizações de caráter associativo que realizam atividades econômicas, cujos participantes sejam trabalhadores do meio urbano ou rural e exerçam democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados” (BRASIL, 2010).

São participantes, como feirantes, apenas os membros dos três Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) cadastrados na ITCPPF, quais sejam: a Associação de Moradores da Comunidade Antônio Maria Coelho (AMC), a Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Assentamento 72 e a Associação dos apicultores da Agricultura Familiar de Corumbá (AAAF/MS) e que participam de forma diversa na feira.

A Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Assentamento 72 é oriunda do assentamento 72, criado em 1999 pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA, a partir da Fazenda Primavera, quando foram assentadas 85 famílias. O assentamento totaliza 2.341,2996 ha, com média de 18,5 ha por lote, estando localizado a 5 km da cidade de Ladário-MS, às margens da baía Negra que se conecta, através de pequenos cursos fluviais, ao rio Paraguai.

- 2º Seminário de Agroecologia da América do Sul
- 1ª Jornada Internacional de Educação do Campo
- 6º Seminário de Agroecologia de Mato Grosso do Sul
- 5º Encontro de Produtores Agroecológicos de Mato Grosso do Sul
- 2º Seminário de Sistemas Agroflorestais em Bases Agroecológicas de Mato Grosso do Sul

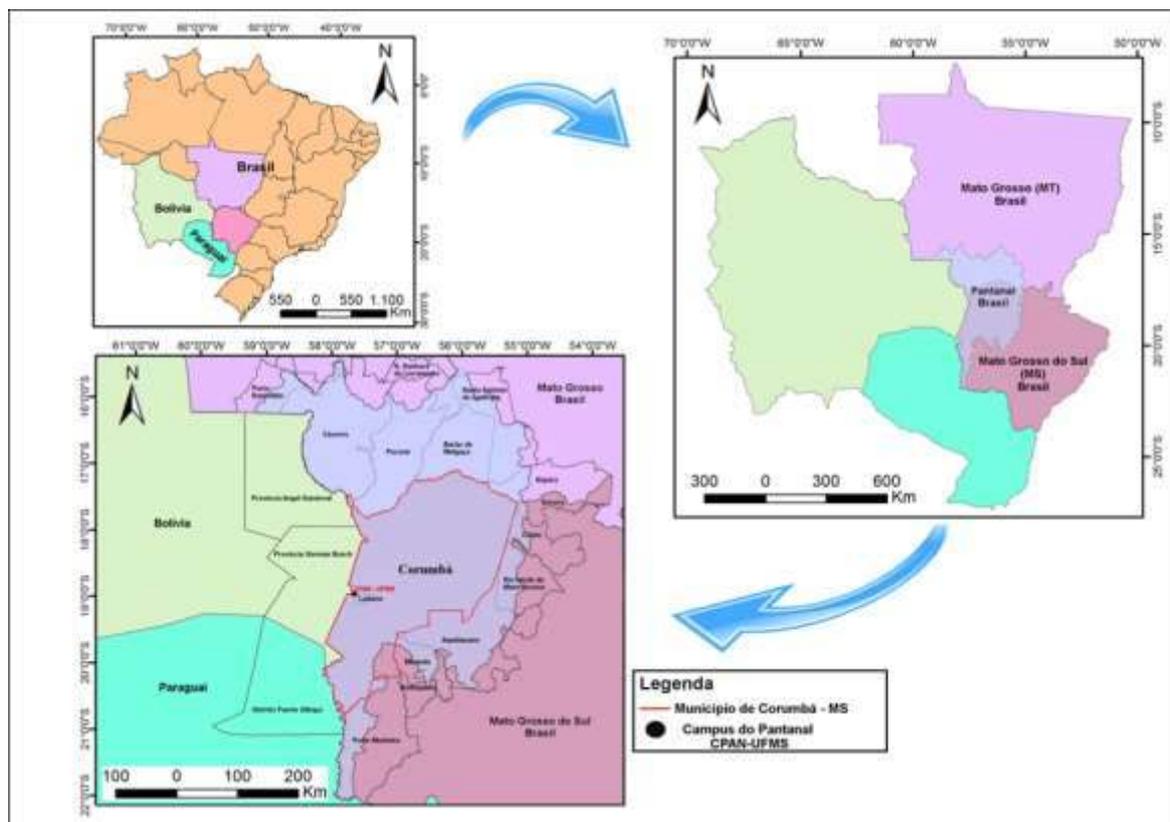


Figura 1 – Localização do município de Corumbá e do Câmpus do Pantanal da UFMS.
Autor: PEREIRA, L.E., 2013. Org. COSTA, E.A., 2013.

Do assentamento 72 os feirantes são membros do Grupo de Agricultores Agroecológicos Bem Estar. Trata-se de um grupo informal de agricultores, fundado em 22 de outubro de 2015, regido por um Acordo de Funcionamento e que tem por objetivo converter a produção de seus associados para Produção Orgânica em Bases Agroecológicas. Busca-se a legalização, inicialmente através de Organismo de Controle Social (OCS) e, posteriormente, pela integração na Rede de Agroecologia APOMS, para certificação por Sistema Participativo de Controle da Qualidade Orgânica. O Grupo foi criado a partir das ações do projeto “Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares do Pantanal e da Fronteira”, com apoio da Prefeitura de Ladário, Sebrae-MS, AGRAER e CNPq. As ações do projeto permitiram o aumento significativo da produção de hortaliças sem o uso de insumos químicos, comercializados em feiras, compras governamentais, entrega direta a consumidores e, em menor escala, para mercearias e mercados. Apenas este grupo está autorizado a vender hortaliças na feira.

A Associação de Moradores da Comunidade Antônio Maria Coelho (AMC) localiza-se a 45 km da sede do município de Corumbá, próximo à Rodovia BR 262, junto à antiga Estação da Rede Ferroviária Federal S/A – Noroeste do Brasil. É uma comunidade centenária onde residem 47 famílias que sobrevivem de trabalhos nas empresas terceirizadas das mineradoras, prestam serviços em balneários, trabalham em



fazendas próximas ou se dedicam ao extrativismo da bocaiuva (REIS et al, 2013). A AMC vende produtos do artesanato e farinha de bocaiuva.

A Associação dos Apicultores da Agricultura Familiar de Corumbá – AAAFC/MS possui sede na comunidade Nossa Senhora de Fátima, localizada no Assentamento Taquaral, lote 257, anexo à Paróquia São João Bosco, na Agrovila II, no município de Corumbá, cerca de 20 km da sede. O assentamento Taquaral está localizado na borda oeste do Pantanal e foi fundado em 1989 por famílias oriundas de diversas regiões de Mato Grosso do Sul e de outros estados do Brasil. Possui área total de 10.426,85 ha, com 394 lotes com de media 15 ha. A AAAFC/MS nasceu em 22 de janeiro de 2011, constituída por filhos e filhas de trabalhadores da agricultura familiar de assentamentos rurais da reforma agrária de Corumbá. A AAAFC/MS comercializa mel de abelha, queijos, farinha, ovos, embutidos e doces.

Frequentemente participam da feira 7 famílias do Grupo Bem Estar, 4 da AAAFC/MS e 2 da AMC. Os agricultores do Assentamento 72 são os que comercializam maior variedade de produtos, destacando-se principalmente, alface, cebolinha, salsa, tomate, mandioca, abóboras de diversos tipos, rúcula, mostarda, pimentão, couve, berinjela, beterraba, rabanete, jiló, repolho, pão caseiro, doces, queijos, bananas, dentre outros (Figura 2).



Figura 2. Feira no Câmpus do Pantanal da UFMS
Fonte: Acervo da ITCPPF, 2016.



O carro chefe da feira é o Grupo Bem Estar, do assentamento 72, que desde 2011 vem experimentando formas de produção sem uso de venenos para hortaliças. Os princípios da agroecologia foram e ainda são insistentemente disseminados e incentivados pelos pesquisadores da Embrapa Pantanal e da UFMS.

Os conceitos basilares do desenvolvimento da feira são os de agroecologia e de desenvolvimento territorial. O primeiro se sustenta na aplicação dos princípios da ecologia ao desenho e construção de agroecossistemas que imitam os ciclos e os processos dos ecossistemas naturais (ALTIERI, 2002; GLIESSMAN, 2001). O princípio mais destacado na construção dos agroecossistemas dos agricultores do Grupo Bem Estar é a construção da biodiversidade funcional nas suas hortas, além de uma grande variedade de hortaliças com fins comerciais, produzidas em consórcios e em rotação de culturas. Ocorre, ainda, a inclusão de grande número de plantas medicinais, aromáticas e condimentares, que em princípio não tem finalidade comercial, sendo utilizadas principalmente para atrair organismos benéficos e repelir pragas. Outras são utilizadas como farmácia caseira pelas famílias ou na produção de caldas para controle de organismos indesejáveis. Embora originalmente elas não tivessem este objetivo, aos poucos, algumas vão encontrando espaço de mercado. Espécies de leguminosas arbustivas e rasteiras estão sendo introduzidas com o objetivo de ajudar no manejo da fertilidade do solo. A bananeira e o mamoeiro estão sendo introduzidas para formar barreiras e criar áreas de sombreamento, além de serem produtos comerciáveis.

O desenvolvimento territorial, por sua natureza sustentável, foi utilizado em conformidade com Costa, Zarate e Macedo (2012) como expressão do processo de empoderamento da comunidade local, materializando formas que denotem a melhoria da qualidade de vida. Os atores sociais locais se tornam protagonistas do seu futuro, planejando sua produção individual e coletivamente, aproveitando as oportunidades deixadas pelos agentes da produção do espaço (instituições, empresas).

A participação de pessoas de fora da comunidade, no caso dos pesquisadores, é mediada pela figura do “animador territorial”, discutido em Costa, Zarate e Macedo (2012) como um agente que apoia e potencializa as ações territoriais, ajuda nas articulações, elabora projetos, avalia e discute avanços e retrocessos. Esse elemento é uma espécie de conselheiro e conciliador, tendo o respeito da maioria dos locais, incentivando o empoderamento do grupo. Os pesquisadores componentes da ITCPPF e seus parceiros são os animadores territoriais, que também podem ser chamados de mediadores exógenos (AVILA, 2001).

A efetivação dos pressupostos teóricos no campo resultou no incremento da produção dos camponeses. Como uma das missões da ITCPPF é abrir canais de comercialização para esse grupo, a feira foi implantada como uma estratégia para o cumprimento dessa missão, partindo-se do princípio de que na UFMS existia um público com perfil para consumo de produtos com apelo agroecológico e que seria



possível atrair pessoas interessadas nesse tipo de produto, uma vez que não existe em Corumbá outro local que venda exclusivamente produtos dessa qualidade.

Com essa finalidade a feira foi inaugurada em maio de 2016 e com três meses de existência já aparentava contemplar um público diverso da comunidade interna da UFMS. Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa foi analisar o perfil dos consumidores da feira de produtos de transição agroecológica na UFMS, em Corumbá-MS.

Metodologia

Para a realização deste trabalho utilizou-se pesquisas bibliográficas, sobre agroecologia e de campo, com 30 consumidores de hortaliças produzidas em bases agroecológicas. Por se tratar de uma amostragem não probabilística, não é possível a generalização dos resultados. A aplicação dos roteiros de entrevista ocorreu nos dias 16 e 23 de agosto de 2016, durante a realização da feira de produtos em transição agroecológica do CPAN/UFMS.

Para coleta de dados primários foi utilizada a técnica da entrevista semiestruturada que, conforme Manzini (1990), está focalizada em um assunto sobre o qual é elaborado um roteiro com as perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas da entrevista. Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre, pois algumas respostas não podem ser condicionadas a uma padronização de alternativas.

As entrevistas semiestruturadas exploraram questões mais diretas, compondo um roteiro constituído de perguntas com as seguintes abordagens: perfil do consumidor (gênero, faixa etária, grau de escolaridade), preferências sobre produtos que gostaria de adquirir, apresentação e aspecto dos produtos da feira, aspecto visual, embalagem, higiene, atendimento e fatores que influenciam no consumo dos produtos agroecológicos (saúde, meio ambiente e preço). Todas as opiniões foram coletadas no local do fluxo de venda.

O instrumento utilizado para a coleta de dados consistiu em um roteiro composto por questões fechadas, abertas, alternativas – sim ou não e escalas de 1 a 5 (1=concordo totalmente; 5=discordo totalmente; ou 1=pouco importante; 5=muito importante). Chizzotti (1991) considera essencial a utilização de um instrumento de coleta de dados com questões pré-elaboradas, sistemática e sequencialmente dispostas em itens para estimular respostas por escrito ou verbalmente sobre o tema central da pesquisa.

As respostas às questões abertas foram anotadas imediatamente no próprio roteiro, nas lacunas destinadas à especificamente à essas questões. Os consumidores foram abordados aleatoriamente e a entrevista foi realizada imediatamente, no caso de



concordância do consumidor. Adotou-se o cuidado de realizar entrevistas apenas com pessoas maiores de 18 anos. Após a coleta dos dados foi realizada a análise e tabulação utilizando o aplicativo Excel, versão 2016.

Resultados e discussões

A maior parte dos consumidores entrevistados da feira são mulheres, que correspondem a 77%. A faixa etária é variável, observando relativa predominância (23,33% cada) para os grupos com 25 a 34 e 35 a 44 anos. Os frequentadores com mais de 55 anos totalizam 13,33%, sendo o menor índice de faixa etária encontrada na feira. Esses resultados são compatíveis aos encontrados por Cerveira e Castro (1998) em estudos realizados na cidade de São Paulo-SP; Darolt (2004), com levantamento feito em Curitiba-PR, Francisco et al (2009), também em São Paulo; Lima et al (2011) que estudaram São Joaquim da Barra-SP e Moraes et al (2014), que analisaram o perfil dos consumidores de produtos orgânicos em Campo Grande-MS.

Em relação à renda familiar, 40% dos entrevistados informaram contar com 1 a 3 salários mínimos, 26,67% entre 4 e 6 salários mínimos e 20% entre 7 e 11 salários mínimos. Apenas um pequeno percentual (6,67%) informou receber menos de um salário mínimo e outro, mais de 11 salários mínimos. A maioria possui grau de escolaridade elevado. Pouco mais de 50% tem o superior completo, seguido com 43,33% com ensino médio completo e superior incompleto. Essa informação chama a atenção, pois se acreditava que fosse predominar absolutamente, como consumidores, os servidores da UFMS que, na sua absoluta maioria, possuem nível superior completo e com rendimentos superiores a 3 salários mínimos.

Darolt (2004) e Lima et al (2011) também encontraram resultados parecidos nas suas pesquisas. Por outro lado, Cerveira e Castro (1998) encontraram a maior concentração de consumidores (52%) com renda superior a 10 salários mínimos. Percentual semelhante (56%) também foi encontrado por Silva et al (2013) quando analisaram uma tradicional feira de produtos orgânicos no bairro da Glória, situada na Praça do Russel, na Zona Sul do Rio de Janeiro.

Dentre os motivos apontados da preferência em comprar na feira da UFMS em relação aos supermercados e outros locais, majoritariamente está a opção pela garantia de se tratar de produtos orgânicos (65,00%), considerado por eles de melhor qualidade e mais saudável. A questão do preço não se mostrou relevante (12,50%), bem como a facilidade de acesso (10%). Uma minoria afirmou que a opção objetiva prestigiar o trabalho dos produtores. A maioria considera o local da feira como apropriado (67%). Dentre os que responderam que o local não é apropriado destaca-se o entendimento que o espaço das barracas é apertado.



É importante ressaltar que os produtos vendidos na feira não podem ser considerados orgânicos, pois não possuem a certificação. Orgânico é todo produto animal ou vegetal, cuja produção ocorre sem a utilização de produtos químicos, de hormônios sintéticos e produtos transgênicos que possam acelerar seu crescimento (BRASIL, 2003). O produto para ser considerado como orgânico precisa ser produzido sob os princípios da agroecologia (CAPORAL; COSTABEBER, 2004). Ou seja, precisa estar atento ao uso responsável dos recursos naturais, cuidar das relações sociais e culturais, tendo como meta a sustentabilidade nas suas múltiplas dimensões e a valorização da cultura das comunidades rurais envolvidas (VÁSQUEZ, et al., 2008).

Os produtos mais buscados e não encontrados (60%) na feira são as frutas. De fato, a maior oferta é de hortaliças. Outro aspecto verificado nas entrevistas é que, por vezes, o produto buscado tinha acabado. Isso se deve à necessidade de ampliar a variedade. Este fato tem sido amplamente cobrado pelos membros da ITCPPF junto aos camponeses que insistem em plantar maiores quantidades de alface em detrimento de outras hortaliças e leguminosas. A justificativa é sempre a boa aceitação e comercialização das variedades cultivadas. Os monocultivos devem ser evitados tanto pelos riscos de super oferta, como pela própria permanência da feira, como canal de comercialização.

São vários fatores que influenciam na decisão de compra das hortaliças produzidas em bases agroecológicas e vendidas na feira. Na pesquisa trabalhou-se com oito variáveis: o preço, o aspecto visual, a higiene, o atendimento, o fato de ser um produto sem veneno, o valor nutritivo, a forma de exposição para venda e a condição de se tratar de produtos frescos. Foi considerada uma escala de 1 a 5, onde 1 indica a menor importância e 5 a maior importância. Duas características se destacaram com elevados indicativos de aprovação, ambas relacionadas com o manejo do produto: a produção sem veneno e o fato de ser retirado a pouco tempo para colocação numa situação de venda. Os preços praticados acompanham as feiras livres que acontecem em Corumbá e Ladário e, por isso, não representam motivações destacadas. Por outro lado, o aspecto visual do produto, a higiene do feirante e as formas como os produtos são expostos nas bancas denotaram os mais baixos índices de aprovação (Figura 3).

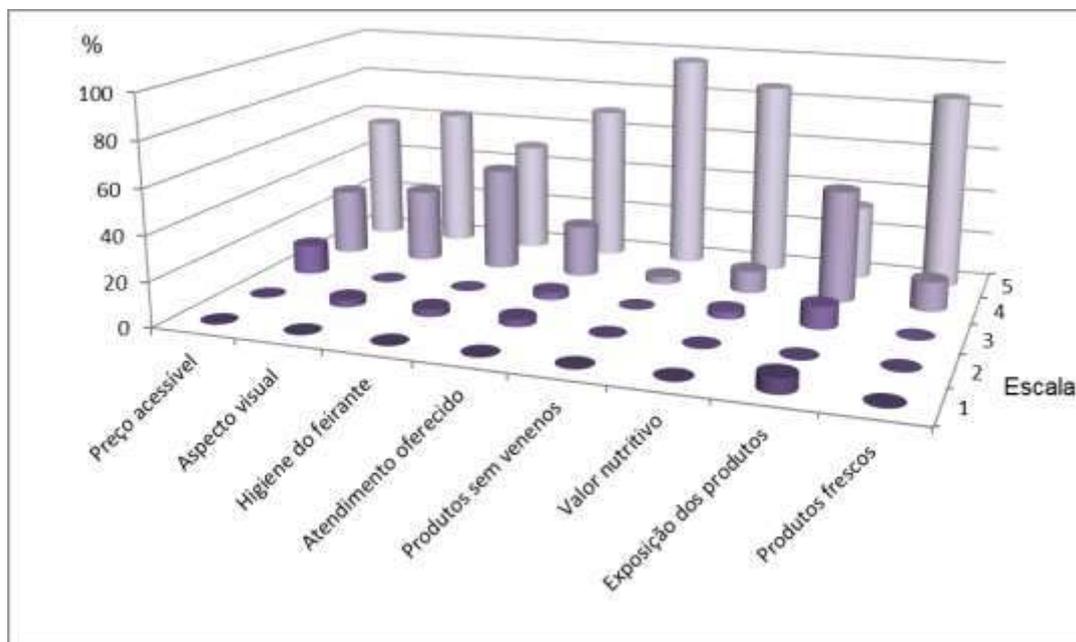


Figura 3. Escala de preferência pela compra na feira da UFMS em acordo com alguns fatores de motivação escolhidos.
Fonte: Pesquisa de campo, agosto de 2016.

Os consumidores souberam da feira de diversas maneiras. Para a comunidade acadêmica, a feira fica no próprio local de trabalho e os servidores foram informados pela via eletrônica do acontecimento da feira. O público externo tomou contato da feira por informações divulgadas na televisão, jornais, internet e através de familiares e amigos. Também foi realizada panfletagem durante a feira da manhã de quinta-feira que ocorre no Bairro Universitário, a 100 metros da UFMS.

Conclusões

A partir da análise do perfil dos consumidores da feira do Câmpus do Pantanal da UFMS é possível concluir que:

- A feira atingiu o objetivo de criar um espaço de comercialização de produtos saudáveis para a comunidade universitária e está atraindo público externo numa proporção crescente ao longo do tempo;
- Como em outros lugares do Brasil, predominam consumidores de média renda que procuram produtos saudáveis e sem venenos e também por serem frescos;
- O preço não foi considerado fator relevante, já que os produtos são vendidos por preços similares aos das feiras convencionais.



- 2º Seminário de Agroecologia da América do Sul
- 1ª Jornada Internacional de Educação do Campo
- 6º Seminário de Agroecologia de Mato Grosso do Sul
- 5º Encontro de Produtores Agroecológicos de Mato Grosso do Sul
- 2º Seminário de Sistemas Agroflorestais em Bases Agroecológicas de Mato Grosso do Sul

Agradecimentos

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq – Brasil, pelo apoio financeiro à pesquisa através do Edital CHAMADA MCTI/SECIS/MTE/SENAES/CNPq Nº 89/2013. Linha B: Apoio à formação e institucionalização de novas incubadoras tecnológicas de economia solidária.

Referências bibliográficas

ALTIERI, M.A. **Agroecologia: Bases Científicas para uma agricultura sustentável**, Guaíba, Agropecuária; AS-PTA, 2002.

ÁVILA, Vicente Fidelis de. **Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos**. Campo Grande: Editora UCDB, 2001.

BRASIL. **Decreto nº 7.357, de 17 de novembro de 2010**. Brasília, DF: Presidência da República, 2010.

BRASIL. **Lei n. 10.831 de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica. Brasília: Diário Oficial, 23 dez. 2003.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A. Agroecologia: Aproximando conceitos com a noção de sustentabilidade. In: RUSCHEINSKY, A. (Org). **Sustentabilidade: uma paixão em movimento**. Porto Alegre: Sulina, 2004, p.46-61.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. **Perfil socioeconômico dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo**. 1998. Disponível em: <http://www.megaagro.com.br/organica/perfil_um.asp>. Acesso em: 15 ago 2016.

CHIZZOTTI, A. **A Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. São Paulo: Cortez, 1991.

COSTA, E. A.; ZARATE, S. S.; MACEDO, H. A. Princípios do desenvolvimento territorial no assentamento rural 72, em Ladário-MS, Brasil. In. SAQUET, M.A.; DANSERO, E.; CANDIOTTO, L.Z.P. [Orgs]. **Geografia da e para a cooperação ao desenvolvimento territorial: experiências brasileiras e italianas**. São Paulo: Outras Expressões, 2012. p. 125-145.

DAROLT, M. R. **O papel do consumidor no mercado de produtos orgânicos**. 2004. Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/trabdarolt1.htm>>. Acesso em: 15 ago 2016.



FRANCISCO, E. S. et al. Comportamento do consumidor na compra de produtos orgânicos. Seminários em Administração, 12, São Paulo/SP, 27 e 28 de agosto de 2009. **Anais...** São Paulo: SEMEAD, 2009.

GLIESSMANN, S.R. **Agroecologia**: processos ecológicos em agricultura sustentável. 2. ed. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2001.

LIMA, P. A. L. et al. Perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra/SP. **Nucleus**, v.8, n.1, p.67-80, 2011.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. São Paulo: Didática, 1990.

MORAES, M. L. et al. Análise do Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Anais... AGROECOL**, 1, 2014, Dourados. Artigos... Dourados, 2014. p.42-53.

REIS, R. C. et al. Visão da distribuição espacial do grupo de mulheres coletoras e extrativistas de bocaiúva e dos moradores da comunidade tradicional Antônio Maria Coelho, Corumbá/MS. **Anais...** Resumo expandido aceito para publicação no I Congresso Brasileiro de Macaúba: Consolidação da Cadeia Produtiva. Patos de Minas, 19 a 21 de novembro de 2013.

VÁSQUEZ, S.F.; BARROS, J.D.S.; SILVA, M.F.P. Agricultura orgânica: caracterização do seu produtor na cidade de Cajazeiras-PB. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v.3, n.2, p. 87-97, 2008.