

JACINTO, A. C.; SOUSA, M. M.; CAMPOS, A. C. R. M. Desenvolvimento de aplicativo para localização de orgânicos. In: ENCONTRO COMPETÊNCIAS DIGITAIS PARA AGRICULTURA FAMILIAR, 3., 2016, Tupã, Presidente Prudente, Adamantina. **Anais eletrônicos...** Tupã: CoDAF, 2016. p. 79-90 . Disponível em: <> . Acesso em:

DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO PARA LOCALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS

Aline Cristina Jacinto[1]
Michelly Mendonça de Sousa[2]
Ana Carolina Ribeiro Menescal Campos[3]

Resumo: A agricultura orgânica ainda é inexpressiva no Brasil. Ainda assim, tem-se destacado como uma das alternativas de renda para os pequenos agricultores, devido à crescente demanda por alimentos mais saudáveis. Deve-se atentar, entretanto, sobre os diferentes fatores que podem contribuir para o sucesso dos pequenos agricultores nessa atividade. Este trabalho faz uma breve abordagem sobre a agricultura alternativa, trazendo uma sugestão de aplicação tecnológica para facilitar o contato entre o produtor orgânico certificado e o consumidor interessado, no território brasileiro, levantando questões como competitividade entre aplicativos, vantagens da utilização do aplicativo e importância da certificação para a cultura orgânica. Por último, apresentam-se algumas sugestões de ações que caberiam ao setor público e aos pequenos agricultores para que a oportunidade da agricultura orgânica possa ser mais bem aproveitada.

Palavras-chave: Agricultura. Orgânico Agricultor Pequeno produtor. Aplicativo. Certificação.

APPLICATION DEVELOPMENT FOR LOCATION OF ORGANIC

Abstract: The Organic agriculture is still inexpressive in Brazil. Still, it is a promising income alternative for small holders, due to an increasing demand for healthy food. However, it is necessary to consider the different factors that can help small holders to succeed in this activity. This paper presents an overview on the alternative agriculture, suggesting a mobile application to ease the contact between the agricultural farmer and the consumer, in Brazilian territory, discussing the competition between other applications for the same purpose, the advantage of using such application and the importance of organic agricultural certification. Finally, some suggestions for actions are made for the public sector and for small holders so that organic agriculture can be a stronger opportunity for this group of farmers.

[1] UNESP – Universidade Estadual Paulista
[2] UNESP – Universidade Estadual Paulista
[3] UNESP – Universidade Estadual Paulista

Key words: Agriculture. Organic. Small holder. Application. Certification.

1 INTRODUÇÃO

A agricultura convencional, que utiliza de substâncias químicas, como os agrotóxicos, apesar de suas vantagens, gera impactos ambientais negativos alarmantes. A agricultura moderna é entendida como superprodutiva e adaptada a um ambiente totalmente controlado com adubos solúveis e agroquímicos para manter esta artificialidade. Esta agricultura gera externalidades negativas, tanto economicamente falando, pelos produtores não incorporarem os impactos ambientais nos preços dos produtos, quanto ambientais, por se ter certo descaso com a degradação e/ou poluição gerada.

Desde 2008, o Brasil ocupa o primeiro lugar no ranking mundial de consumo de agrotóxicos. De acordo com Rossi (2015):

> Segundo o Dossiê Abrasco – um alerta sobre o impacto dos agrotóxicos na saúde, 70% dos alimentos *in natura* consumidos no país estão contaminados por agrotóxicos. Desses, segundo a Anvisa, 28% contêm substâncias não autorizadas.

Nos últimos anos, o Brasil se tornou o principal destino de produtos banidos no exterior (LONDRES, 2012).

A produção alternativa orgânica, por sua vez, surge a partir de movimentos que criticavam os sistemas convencionais de produção de alimentos, principalmente pelos seus danos ambientais. A maioria destes movimentos ocorre na Europa, em países como a Alemanha, Suíça e Inglaterra, demonstrando o avanço europeu no cultivo orgânico.

No Brasil, este cultivo alternativo começa a criar forma a partir da década de 70, quando a revolução verde, o intenso uso de químicos agressivos ao meio ambiente (ROSSI, 2015).

Entre os anos de 2014 e 2015, o Brasil apresentou um crescimento de 51,7% de produtores orgânicos, mas mesmo com o aumento de produtores e da valorização por parte dos consumidores em relação a atributos, como sustentabilidade ambiental e saúde pessoal, além dos preços competitivos, nota-se que há uma dificuldade na comercialização desses produtos, pelo simples fato de consumidores não conseguirem localizar produtores que possuem garantia para vender orgânicos (BRASIL, 2016).

Diante desse contexto, este trabalho tem como objetivo a trazer a descrição e a importância do desenvolvimento de um aplicativo que é um canal de aproximação de produtores com garantia e consumidores interessados nesses produtos.

2 DESENVOLVIMENTO DO TEXTO

2.1 Fundamentação Teórica

2.1.1 Orgânicos

A procura de uma qualidade de vida melhor vem tendo uma demanda crescente, diante disso, os produtos orgânicos ganharam um nicho de mercado, no qual eles garantem essa qualidade.

Para atingir esse mercado, os produtos orgânicos devem atingir certos requisitos, que de acordo com o Ministério da Agricultura, tais produtos devem ser plantados em um ambiente que estime a sustentabilidade social, ambiental e econômica, que valorize a cultura das comunidades rurais e aprecie o uso responsável do solo, da água, do ar e dos demais recursos naturais, respeitando as relações sociais e culturais (BRASIL, 2016).

De acordo com Brasil (2016), na agricultura orgânica não se utiliza agrotóxicos, hormônios, drogas veterinárias, adubos químicos, antibióticos ou transgênicos, dessa forma, o meio ambiente não é agredido. E para tornar as plantas mais resistentes e impedir o alastramento de doenças, são cultivadas plantas alternadas e o rodízio de culturas, assim, tornando as plantas mais fortes e enriquecendo e protegendo o solo realizando dessa forma, o equilíbrio para a criação de alimentos saudáveis.

Por diversas vezes, o alimento orgânico é encontrado com preço alto, mas é possível obtê-los com preços compatíveis, tanto em supermercados ou em feiras livres. O fato dos orgânicos ter um alto valor agregado se deve ao cultivo, no qual ele deve respeitar aspectos ambientais, sociais, culturais e econômicos, o que leva em consideração também o compromisso com a qualidade de vida de seus empregados e do meio ambiente. Nesse ínterim, vale destacar que o Brasil já ocupa posição de destaque na produção mundial de orgânicos (BRASIL, 2016).

2.1.2 Garantia dos Produtos Orgânicos

Para garantir a qualidade do produto orgânico, é preciso que eles tenham vinculação a entidades que garantem a procedência do produto, no qual são separados em três tipos: A Certificação por Auditoria, Certificação por Sistemas Participativos de Garantia ou Controle social. Em que assim, mantém a confiança entre produtor e consumidor e o controle de qualidade.

A Certificação por Auditoria tem a obrigação de avaliar e garantir sob sua responsabilidade a produção orgânica, ela pode ser adquirida tanto para produtor individual, ou em grupo, no qual, o produtor irá receber visitas de inspeção inicial, periódicas e sem aviso prévio às unidades (ao menos uma vez ao ano), e manterá obrigações perante o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) e a certificadora, com custo a ser estabelecido em contrato. Se o produtor descumprir as normas, a certificadora retira seu certificado e informa ao MAPA (BRASIL, 2016).

O produtor que adquire esse tipo de certificação possui por meio das certificadoras a resolução de problemas, atendimento a denúncias e aplicação de sanções administrativas. Com essa certificação em mãos, o produtor pode comercializar seus produtos desde consumidor final até seu produto em feiras, supermercados, lojas, restaurantes, hotéis, indústrias, internet e dentre outros (BRASIL, 2016).

A Certificação por Sistemas Participativos de Garantia (SPG), no qual, deverá estar sob certificação de um Organismo Participativo de Avaliação da Qualidade Orgânica (OPAC). O SPG é formado pela reunião de produtores e outras pessoas interessadas em organizar a sua estrutura básica, no qual é Constituída pelos Membros da OPAC, que pode ser composta por distribuidores, comercializadores, transportadores e armazenadores tanto como pessoas físicas ou jurídicas que possam ajudá-los a dar garantia a seus produtos. Todos tomam conta de todos e se visitam, para garantir a qualidade orgânica (BRASIL, 2016).

O produtor que possui esse tipo de certificação, podem se utilizar do Selo do SisOrg nos rótulos de seus produtos, que garante a procedência do produto orgânico. Além disso, esses produtores podem realizar a comercialização direta ao consumidor, indústrias, processadores, mercados, supermercados, lanchonetes, restaurantes, e até mesmo, exportação (BRASIL, 2016).

De acordo com Brasil (2016), a Organização de Controle Social (OCS), que é a união de produtores rurais, que podem ser tanto um grupo, associação, cooperativa ou consórcio. As OCS são compostas por agricultores familiares legalmente reconhecidos e ativos. A quem está ligado a esse tipo de entidade, visa somente à comercialização de seus produtos direto, sem certificação, no qual, não pode vender para terceiros, só na feira (ou direto ao consumidor) e para as compras do governo (merenda e CONAB).

O produtor que está vinculado a OCS, promove a própria a garantia da qualidade orgânica, acompanhado de perto pela sociedade, eles devem permitir que clientes e órgãos de fiscalização visitem sua propriedade, para que possam verificar o quê é produzido e de qual forma. Os produtores devem possuir formas de controle e registro de informações que sejam

capazes de assegurar a qualidade orgânica dos produtos e identificar claramente que produtor é responsável por cada produto (BRASIL, 2016).

Esse produtor vinculado a essa entidade não possui certificação, desse modo, ele não pode utilizar o selo do Estado o Selo do SisOrg, mas para a comprovação de qualidade ao cliente, ele deve demonstrar sempre que solicitado, um documento chamado Declaração de Cadastro, que apresenta que ele está vinculado a uma OCS, logo, cadastrado no MAPA (BRASIL, 2016).

2.2 Metodologia

Para realização do estudo utilizou-se da pesquisa de natureza exploratória, para a coleta de dados relacionados ao aplicativo, uma vez que tem como objetivo proporcionar uma maior familiaridade com o assunto (GIL, 2002).

Utilizou-se de abordagem qualitativa, que de acordo com Gil (2002), denomina as características observação de um objeto de estudo, sendo analisado a situação atual da relação entre produtores orgânicos e consumidores desse nicho. Para compreensão das temáticas que cercam o desenvolvimento de do aplicativo utilizou-se da pesquisa bibliográfica que auxilia no levantamento de livros e revistas com assuntos de relevância para os autores da pesquisa com o objetivo de colocá-lo em desenvolvimento diante de informações sobre o assunto de interesse (MORESI, 2003).

Assim, após o levantamento de informações buscadas ao longo da pesquisa, iniciaram-se as etapas de análise, a fim de se esclarecer os objetivos deste trabalho. Com a análise finalizada e com base nos dados coletados foi possível a elaboração do aplicativo.

A metodologia utilizada foi o suporte para o objetivo principal deste trabalho, que é auxiliar clientes que buscam orgânicos com a garantia e produtores que vendem orgânicos com garantia. Cumprindo assim com os objetivos específicos que são a descrição e a importância do desenvolvimento de um aplicativo.

3 RESULTADOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO

3.1 Usuários

O aplicativo tem como público o consumidor final de produtos orgânicos, que buscam a garantia de produtores certificados, porém não trará benefícios apenas para o consumidor,

pois nota-se que há 15 mil produtores orgânicos certificados cadastrados na base de dados do Ministério da Agricultura, que investem em suas produções, porém, por vezes não tem um canal de fácil acesso ao consumidor que indique sua localidade e produtos.

Dessa forma o aplicativo servirá como canal no qual, os consumidores poderão encontrar onde estão localizados, quais são os produtos e até possíveis contatos de produtores certificados.

3.2 Aplicativo

O aplicativo desenvolvido é o "Busca Orgânica" é gratuito, desenvolvido para bases móveis, que tenham sistemas IOS, Android e Windows Phone. Tem como objetivos identificar a localização de produtores orgânicos "certificados", fazendo assim a aproximação do produtor com clientes ou possíveis clientes.

A base de dados que fornece as informações necessárias para a criação do aplicativo é a o do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), denominado de "Cadastro Nacional de produtores Orgânicos", onde estão são registrados quase 15 mil produtores de orgânicos no qual ele apresenta a relação de Produtores Orgânicos de todo o Brasil e outros países, política de privacidade da base de dados permite a reprodução dos dados em outras plataformas, nela há a listagem dos organismos que controlam a qualidade orgânica e a listagem de organizações de controle social, que comercializam seus produtos diretamente ao consumidor.

O Aplicativo será "alimentado" com as informações da base de dados, dessa forma poderá ser utilizado de forma "*off-line"*, pois as informações fornecidas vêm todas em formato XML, informações essas que chegam de forma incompleta e complexa para a visualização do usuário quando analisada pelo formato disponível pela base de dados, serão transferidas para o aplicativo em um formato mais dinâmico para compreensão. O usuário necessitará de internet apenas para eventuais atualizações do aplicativo.

A primeira interface do aplicativo terá duas opções, a de "busca" e o "sobre" (Figura 1), no qual no "busca" vai permitir que o usuário faça a filtragem desejada, e o botão "sobre", mostra as informações relevância, que abrange" O que é orgânico?", "Por que consumir", "Garantia de qualidade" que vai demonstrar como cada tipo de garantia de qualidade é adquirida e por quais meios. E o ultima informação que o usuário pode ter acesso é o de "Selos Orgânicos" que vai mostrar os tipos de selo e critérios para adquiri-los (Figura 2).

Como será um aplicativo de busca, terá cinco filtros sendo eles “País”, “Estado”, “Cidade”, “Produto” e “Garantia”, filtros que podendo ser buscado os cinco em conjunto ou apenas um, visando a facilitar a busca do consumidor demonstrado na figura 3.

Dessa forma os filtros que eram na base de dados o “Tipo de Entidade” se tornará “Garantia” e vai apresentar qual tipo de entidade o produtor garante a qualidade de seu produto, que pode ser pela a certificação por Auditoria -CERT, por Certificação por Sistemas Participativos de Garantia -OPAC ou pelas OCS, podendo o consumidor selecionar se ele quer buscar por alguma garantia específica.

Já os filtros “País”, “UF-Estado” e “Cidade” vai distinguir a localização dos produtores certificados. O filtro produto poderá ser pesquisado qualquer produto, porém só gerará resultado de buscas se for um produto de a produção primária vegetal, produção primária animal, extrativismo sustentável orgânico, processamento de produtos de origem animal ou processamento de produtos de origem vegetal. Que são as categorias de produtos que podem ser desenvolvidas por produtores orgânicos.

Depois de selecionado os filtros serão informados o resultado da busca (Figura 4), no qual será indicado onde estão os produtores, com os contatos dos que cadastraram o contato no MAPA e onde está localizado, tendo acoplado junto a essas informações o mapa informando onde estão localizados os produtos, esse quando acionado pode direcionar diretamente para o GPS do aparelho.

A realização de todas as etapas de desenvolvimento do aplicativo será junto a um profissional da área de tecnologia da informação, que realizará a programação, manutenção e principalmente a sincronia das informações da base de dados do MAPA com o aplicativo.

Figura 1 - Interface Primária



Fonte: Elaborado pelas as autoras

Figura 2 - Interface Sobre



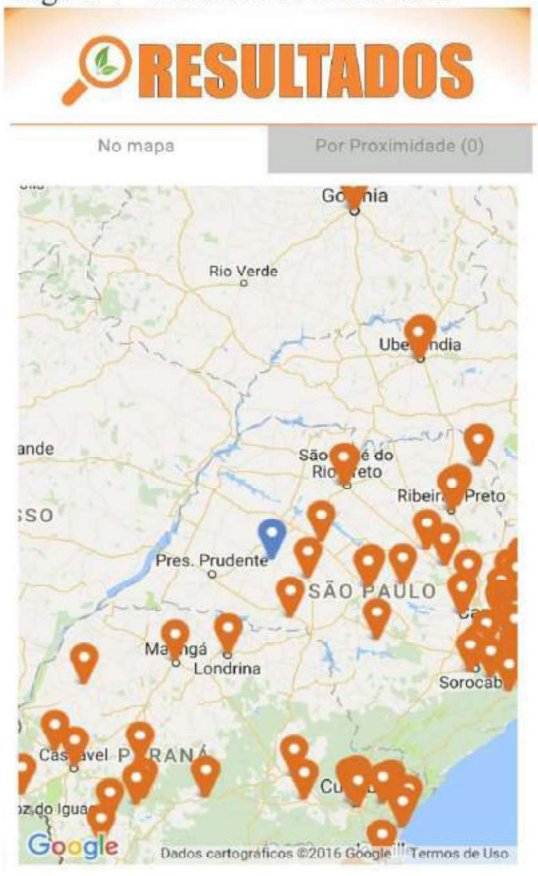
Fonte: Elaborado pelas as autoras

Figura 3 - Interface de Busca



Fonte: Elaborado pelas as autoras

Figura 4 - Interface de Resultados



Fonte: Elaborado pelas as autoras

3. 3 Concorrência

A comercialização de produtos agrícolas se dá, em sua maioria, por meio de feiras, porém, com o avanço da tecnologia, têm-se percebido que a comercialização online consiste numa estratégia competitiva interessante para o produtor e uma diferença interessante, muitas vezes decisiva, para o consumidor na hora de escolher de quem (ou onde) comprar.

Cobra e Ribeiro (2000), ao realizarem inferência sobre as necessidades, atentam para o fato de que os consumidores não compram simplesmente produtos ou serviços, mas sim, satisfazem necessidades. Esta abordagem direciona a organização à compreensão das ações que conduzem o consumidor até a organização para, enfim, consumir (NORMANHA FILHO, 2006). É importante, portanto, compreender as necessidades do consumidor e, também, facilitar o seu acesso para a mercadoria disponibilizada.

De acordo com Bambini, Luchiari-Júnior e Romani (p. 712, 2014), dispositivos eletrônicos denominados celulares ou smartphones, vêm auxiliando no levantamento de informação e conhecimento para produtores de países em desenvolvimento. Segundo os autores:

> Os equipamentos móveis, mais baratos do que computadores de mesa, são mais fáceis de usar e podem ser transportados para outros locais, conforme a conveniência, tornando-se mais acessíveis e podendo se tornar um importante instrumento para tomada de decisão. Os celulares possuem um grande potencial de atuar no sentido de aumentar a qualidade de vida de populações rurais ao prover acesso à informação, serviços e produtos (BAMBINI; LUCHIARI-JÚNIOR; ROMANI, p. 712, 2014).

Existem, portanto, alguns aplicativos ou sites que procuram encurtar a distância entre o produtor orgânico e o consumidor interessado. Porém, o mesmo, até o presente momento, é feito partindo do pressuposto de que o comércio de produtos agrícolas orgânicos é feito apenas em feiras livres. Os aplicativos e/ou sites em questão, utilizam de plataformas de divulgação de feiras orgânicas, divulgando datas, locais e, eventualmente, a marca do produtor.

A proposta do aplicativo em questão é de unir o produtor ao consumidor a qualquer momento, uma vez que se é disponibilizado o contato do produtor. Tanto o produtor quanto o consumidor não ficam à mercê de feiras específicas, e ainda, o consumidor tem a segurança de que está adquirindo um produto certificado, diretamente de um produtor cadastrado no Ministério da Agricultura.

3.4 Vantagens, Impacto e Benefícios

Existem diferentes formas de comercialização de produtos orgânicos, as formas que se destacam, porém, se distinguem em dois grupos distintos. O primeiro grupo é composto pela forma de come

Há diversas formas de comercializar o produto orgânico de forma interna, segundo Campanhola e Valarini (2001, p. 81). No qual se destacam dois grupos dentre estes:

> No primeiro grupo, têm-se as vendas no varejo que consistem de venda via entrega em domicílios, venda direta em feiras livres e em pontos de venda especializados (feiras dos produtores); venda direta a lojas de produtos naturais, restaurantes, lanchonetes e *fast-foods,* e venda direta a mercados institucionais públicos e privados, como por exemplo, aos restaurantes das empresas e às escolas para o preparo de merenda escolar. No segundo grupo estão as vendas no atacado, que consistem da entrega de produtos as distribuidoras de produtos orgânicos e a redes de supermercados.

Para o presente estudo, concentremo-nos no primeiro grupo.

Existe certa dificuldade em se encontrar o produtor agrícola e seu ponto de venda. Em cidades grandes, como São Paulo, existem feiras específicas para a comercialização de produtos agrícolas alternativos como os orgânicos, como a Feira do Produtor Orgânico da Associação da Agricultura Orgânica (AAO), entre outros. Em cidades menores e mais afastadas dos centros, esta comercialização é dificultada e restrita às feiras comuns a todos os agricultores, geralmente tida na frequência de uma ou duas vezes por semana.

Sendo assim, a dificuldade que o produtor tem de comercializar o seu produto diferenciado é grande, visto que, o consumidor não consegue, por muitas vezes, distinguir o produto orgânico dos demais, em feiras comuns. Com isto em mente, o aplicativo sugerido, tem como objetivo unir o produtor ao consumidor, por meio de uma rede social onde o produtor é certificado (OCS, CERT e OPAC) e cadastrado no Ministério da Agricultura.

Desta forma, tanto o consumidor quanto o produtor têm certas vantagens. Do ponto de vista do agricultor, o mesmo não fica à mercê de feiras comuns com outros tipos de agricultura, mas tem contato direto com o consumidor interessado. Além disto, a divulgação de seu trabalho tem maior alcance, uma vez que o aplicativo pode ser utilizado tanto de computadores quanto de aparelhos móveis, com ou sem acesso à internet. Do ponto de vista do consumidor, este encontra os produtos que o interessam com maior facilidade e segurança, uma vez que o aplicativo é alimentado com uma base de dados vinda diretamente do Ministério da Agricultura, assegurando uma compra justa.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças de hábitos alimentares e de responsabilidade ambiental moldam o cenário atual dos produtores orgânicos e seus consumidores, estes por sua vez tem relação de vendedor e consumidor, uma vez que esse nicho ainda apresenta singularidades em sua distribuição. Porém ao decorrer do artigo nota-se que por meio do Busca Orgânica essa relação pode ser facilmente aproximada, fazendo com que o consumidor consiga buscar de forma clara e objetiva o que necessita.

Dessa forma, traz diferenciais de busca práticos para quem procura, como os filtros, fazendo com que a pessoa possa cruzar variável como localidade, produto e garantias, ou apenas buscar apenas o produto de seu interesse. Outro diferencial, dessa vez voltado para o agricultor é que a localidade indicada para a realização da comercialização é a própria propriedade do agricultor ou endereço cadastrado por esse, não sendo indicado feiras ou eventos que tenham alta concorrência.

Nota-se assim que o aplicativo traz vantagens diretas aos seus usuários, que são os consumidores finais e também aos produtores, podendo ser o aplicativo mais um estímulo para mais produtores que não utilizam agrotóxicos buscarem a garantia para comercializar. Benefícios esses que diferem o Busca Orgânica de outros aplicativos e plataformas desse nicho.

Possíveis falhas do aplicativo podem estar vinculadas ao fato de nem todos os produtores terem cadastrado seu contato, dificultando assim um acesso direto e preliminar do produto com o consumidor, porém isso se dá pelo fato de no ato de se cadastrarem no site do MAPA não ser exigido de forma obrigatória esse item. Ainda assim, fica claro que a elaboração do aplicativo Busca Orgânica é necessária, de fácil desenvolvimento e utilização.

Como aplicativo trata de uma temática que tem ligação ao governo, principalmente por utilizar a base de dados do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, podendo ser assim utilizado como uma ferramenta auxiliadora do poder público, vê se a oportunidade de ter o Estado como apoiador de forma financeiro e ou com informações mais completas.

REFERÊNCIAS

BAMBINI, M. D.; LUCHIARI-JÚNIOR, A.; ROMANI, L. A. S. **Mercado de aplicativos móveis (app) para uso na agricultura**. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos>. Acesso em: 19 out. 2016.

CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de ciência & tecnologia,** Brasília, DF, v. 18, n.3, p. 69-101. 2001.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. Trad. Cecília Camargo Bartalotti e Cidd Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2005.

COBRA, M.; RIBEIRO, A. **Marketing**: magia e sedução. São Paulo: Cobra, 2000.

FREITAS, J. C. **Agricultura sustentável**: uma análise comparativa dos fatores de produção entre agricultura orgânica e agricultura convencional. Dissertação (Mestrado em Economia) - Departamento de Economia, Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LONDRES, F. **Agrotóxicos no Brasil**: um guia para ação em defesa da vida. Rio de Janeiro: AS-PTA – Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa, 2012.

MORESI, E. (Org.). **Metodologia da pesquisa**. Brasília, DF: Unisc, 2003

NORMANHA FILHO, M. A. **Marketing, propaganda e publicidade, um estudo da confusão dos termos no Brasil**: aspectos terminológicos e conceituais. Disponível em: <http://www.fecap.com.br/portal/Arquivos/Negocios/Mkt_Prop_Publi.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2006.

ROSSI, M. **O "alarmanta" uso de agrotóxicos no Brasil atinge 70% dos alimentos**. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/29/politica/1430321822_851653.html>. Acesso em: 19 out. 2016.