

Integração do *Business Model Canvas* e do *WhatsApp Business* como ferramentas pedagógicas para ensino do Empreendedorismo Digital, no Centro Juvenil de Ciência e Cultura (Barreiras-BA).

Francinéa da S. B. Cajango. Licenciada em Letras. Especialista em Gestão Escola.
Professora do Centro Juvenil de Ciência e Cultura - Barreiras-
francinea.cajango@enova.educacao.ba.gov.br

Jondina X. de C. Nascimento. Licenciada em Letras. Especialista em Literatura e Língua Portuguesa. Professora do Centro Juvenil de Ciência e Cultura - Barreiras -
jondina.nascimento@enova.educacao.ba.gov.br

Marcos A. V. Silva. Engenheiro Agrônomo. DSc. em Meteorologia Agrícola. Professor da Universidade do Estado da Bahia - maavsilva@uneb.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi apresentar o *Business Model Canvas* (BMC) e *WhatsApp Business*[®] (WAB) como ferramentas pedagógicas no processo de criação de um novo negócio de *m-commerce* (*mobile commerce*) para um público de estudantes do Centro Juvenil de Ciências e Cultura de Barreiras. Os estudantes aprendizes (Empreendedores Juniors – EPjs) são oriundos de duas turmas (matutino e noturno), sendo cinco grupos da turma matutina e três grupos da turma noturna do Projeto da Oficina EMPREENDA. O caminho para cumprir o escopo do trabalho foi particionado em dois momentos: a) Preparação Teórica e b) Oficina de Planejamento com o BMC e WAB. Os resultados mostraram-se satisfatórios à medida em que se constatou o planejamento considerando o BMC e montagem do negócio com o WAB, e o empenho dos EPjs na condução de todas as etapas. A partir das atividades propostas na Oficina EMPREENDA, escopo da presente pesquisa, infere-se que: a) O Perfil de cada EPj influenciou na maneira decisiva quando foi forjada a atividade chave para o negócio (sustentabilidade ambiental e social); b) O BMC é uma ferramenta promissora, quando utilizada de forma didática, e cumpre um papel relevante no planejamento ao criar condições apropriadas da Ideia e do modelo de negócio a serem implementados de forma eficiente e dentro do contexto de cada EPj; c) Ficou patente a contribuição dos recursos de planejamento do BMC integrado ao recurso eletrônico de canal de venda WAB, que permitiram, a priori afirmar a capacidade potencial dos EPjs em conduzir esses processos estruturados com eficácia na realização do empreendedorismo digital, dentro da modalidade de negócio *m-commerce*.

Palavras chaves: plano de negócio; canal de vendas; *mobile commerce*

Integration of Business Model Canvas and WhatsApp Business as pedagogical tools aimed at teaching Digital Entrepreneurship, at the Youth Center of Science and Culture (Barreiras-BA).

ABSTRACT

The objective of this work was to present the Business Model Canvas (BMC) and WhatsApp Business[®] (WAB) as pedagogical tools in the process of creating a new m-commerce business (mobile commerce) for a student audience of the Culture of Barreiras. The student learners (Entrepreneurs Juniors - EPjs) come from two classes

(morning and night): five groups of the morning group and three groups of the night group of the Project of Workshop EMPREENDA. The path to fulfill the scope of work was divided in two moments: a) Theoretical Preparation and b) Planning Workshop with BMC and WAB. The results were satisfactory to the extent that it was verified the planning considering the BMC and assembly of the business with the WAB, and the commitment of the EPjs in the conduction of all the steps. From the activities proposed in the EMPREENDA Workshop, the scope of this research is inferred that: a) The Profile of each EPj influenced in the decisive way when the key business activity was forged (environmental and social sustainability); b) BMC is a promising tool, when used in a didactic way, and plays a relevant role in planning by creating appropriate conditions of the Idea and business model to be implemented efficiently and within the context of each EPj; c) The contribution of the planning resources of the integrated BMC to the electronic resource of the WAB sales channel was evident, which allowed, a priori, to affirm the potential capacity of the EPjs in conducting these structured processes with efficiency in the accomplishment of the digital entrepreneurship, from the modality of m-commerce business

Key words: business plan; sales channel; mobile commerce.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um termo conhecido pela grande maioria das pessoas. Em linhas gerais consiste em realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. Na realidade é assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas.

O empreendedor é aquele que resolve assumir o risco de iniciar uma organização, é o indivíduo que imagina, desenvolve e realiza o que imaginou, é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados (DORNELLAS, 2014).

No modelo convencional de empreendedorismo, a elaboração do plano de negócios é o primeiro passo para qualquer empreitada. Basicamente, trata-se de um documento que busca descrever como determinada oportunidade será explorada. Baseando-se em indicadores e projeções, busca-se prever o sucesso de um empreendimento.

Levando em consideração tais definições, acredita-se que para realizar com sucesso projetos criativos e inovadores, os empreendedores terão que lançar mão de ferramentas bem elaboradas e sistematizadas que visem otimizar o tempo e facilitar a vida dentro do empreendimento, de modo a tornar as informações acessíveis a todos. Sabe-se que há disponível no mercado ferramentas facilitadoras e inovadoras com o objetivo de auxiliar as pessoas a desenvolverem um planejamento estratégico de forma prática e mais seguro. É o caso do *Business Model Canvas* (BMC), mais conhecido como CANVAS. A partir dos nove blocos constitutivos do modelo de negócio de Osterwalder e Pigneur (2011), ampliou-se a forma de representar, desenvolvendo uma ferramenta com “linguagem comum para descrever, visualizar, avaliar e alterar modelos de negócios”, intitulada *Business Model Canvas*, (OSTERWALDER E PIGNEUR, 2011 citado por MACEDO et al., 2013). Dentro do empreendedorismo digital um aplicativo vem revolucionando o mercado empreendedor, no sentido de agilizar e automatizar os negócios nas empresas de pequeno e médio porte, denominado de *WhatsApp Business* (WAB), um aplicativo para dispositivo móvel, que é gratuito para download, e foi desenvolvido para atender as necessidades de uma pequena empresa.

O Relatório *Webshoppers* de 2014 indicou que o *m-commerce* (*mobile commerce*), ou compras eletrônicas realizadas através de dispositivos móveis, atingiu a marca de 7% do volume transacional de junho de 2014, com projeção de atingir os 10% no mês de dezembro de 2014. Sendo assim, os varejistas que não identificaram esta oportunidade de negócio no comércio eletrônico deixaram de vender em torno de R\$ 2,5 bilhões. Reforçando essa assertiva Jetecommerce (2017) divulgou no 36º Relatório *Webshoppers*, em 2017, que o *m-commerce* registrou crescimento bem acima do mercado. O volume de pedidos do mercado cresceu 3,9%, primeiro semestre, quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Somente as vendas via dispositivos móveis, o crescimento chegou a expressivos 35,9%, um *share* de 24,6% de todas as vendas do mercado. Para o Moip (2017), descrevendo dados do mesmo relatório houve um crescimento de consumidores ativos no e-commerce, ou seja, somente no Brasil, 25,5 milhões de consumidores fizeram pelo menos uma compra virtual no primeiro semestre de 2017, representando um aumento de 10,3% se comparado ao ano de 2016.

O empreendedorismo - sendo considerado como um fenômeno global capaz de agregar valor para a sociedade - quando voltado para a área de ensino pode trazer resultados significativos uma vez que prepara os futuros profissionais para os desafios do mundo, aproveitando-se da capacidade de transformação e criação observáveis nas pessoas (DI BARTOLOMEO; STAHL; ELIAS, 2016).

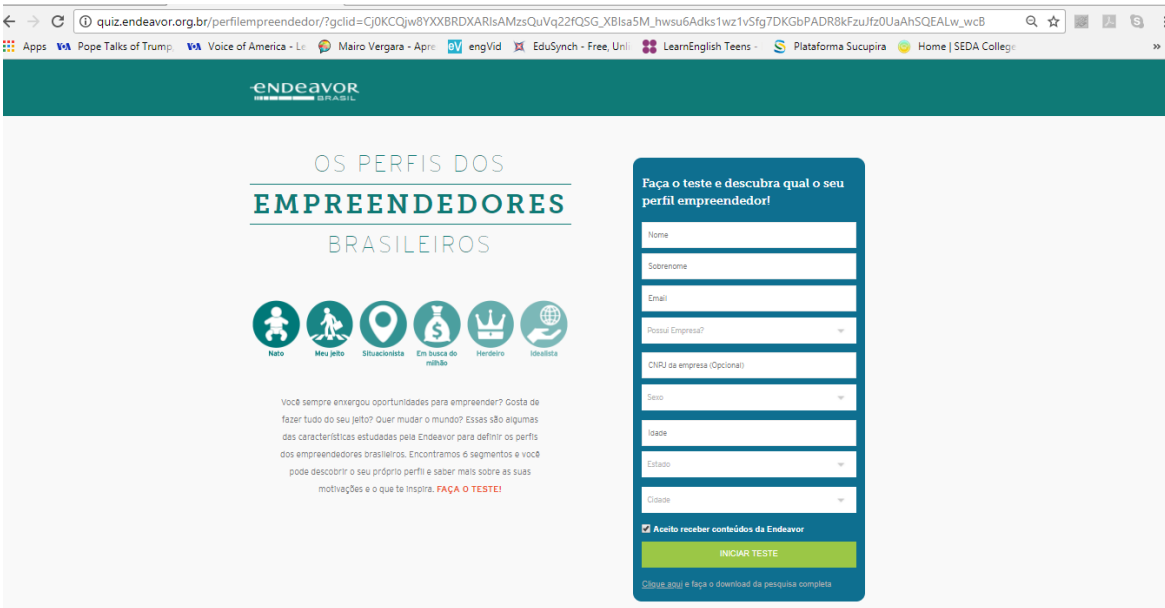
Ao entender o empreendedorismo como ação continuada do ensino, Gomes Neto, Mafrinato e Cessel (2014) propalaram uma informação importante sobre o Projeto de Lei 1673/2011 que propõe acrescentar no currículo do Ensino Fundamental e Médio o tema empreendedorismo. Esse projeto ainda está em análise e a última atualização registrada na Câmara dos Deputados informa que ele foi devolvido à relatoria para análise em 04/05/2016. Apesar disso, em 2015, o Senado Federal (2015) criou um projeto de lei nº 772 que inclui o empreendedorismo na grade escolar da educação básica, como meio de preparar os jovens com eficiência e eficácia para estarem aptos a competir mais e melhor, a tomar decisões, solucionar problemas e adquirir uma visão voltada para o futuro. Diante dessa visão, muito se tem discutido, e pesquisado, sobre formação de professores, a qual pela matiz de conhecimento do tema pode estar relacionada à aquisição de conhecimentos fundamentais, capacidades práticas, atitudes e formas de comportamento que constituem base indispensável para o exercício do processo de ensino. Assim, modelamento de um novo negócio pelo BMC, tem-se mostrado muito eficaz no desenvolvimento de empreendimentos mais inovadores e mais voltados à realidade do mercado atual, de mutações extremamente rápidas, com grande grau de ruptura tecnológica, e em ambiente de grande competitividade (CARRASCO et al., 2014). Isto posto, o objetivo deste trabalho foi apresentar o *Business Model Canvas* (BMC) e *WhatsApp Business*® (WAB) como ferramentas pedagógicas no processo de criação de um novo negócio de *m-commerce* (*mobile commerce*) para um público de estudantes do Centro Juvenil de Ciências e Cultura de Barreiras.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi desenvolvida no Centro Juvenil de Ciência e Cultura Barreiras com os estudantes (doravante denominado empreendedor júnior, EPj), que participam da Oficina EMPREENDA, na qual propõe-se diversas atividades com a temática Empreendedorismo, com vistas a aprimorar e ampliar os conhecimentos dos educandos acerca do tema. O público de EPjs contemplou duas turmas (matutino e noturno), sendo cinco grupos para a turma matutina e três grupos para a turma noturna. O caminho para cumprir o escopo do trabalho foi particionado em dois momentos: a) Preparação Teórica e b) Oficina de Planejamento com o BMC e elaboração do *m-commerce* com o WAB.

a) Preparação Teórica

Foi realizada através de aulas dialogadas a fim de delinear e consolidar nos educandos a importância do empreendedorismo considerando os conceitos básicos do termo por meio das visões de diversos autores, e principalmente sobre empreendedorismo digital. Logo após foi traçado o perfil empreendedor de cada membro usando a ferramenta do site do Instituto Empreender Endeavor, <http://quiz.endeavor.org.br/perfilemprendedor/>, (Figura 1). Ao final do processo da teorização, foi iniciado a preparação para o segundo momento, na qual explicou-se como modelar um negócio utilizando a ferramenta BMC (Canvas), que tem proporcionado aos empreendedores uma forma prática e intuitiva de visualizar os principais componentes de um modelo de negócios.



The image shows a web browser window displaying the Endeavor website. The page title is "OS PERFIS DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS". Below the title, there are six icons representing different entrepreneur profiles: "Nato", "Meu jeito", "Situacionista", "Em busca do milhão", "Herdeiro", and "Idealista". A text block below the icons asks if the user has ever had opportunities to be an entrepreneur and offers to help define their profile. To the right, there is a registration form titled "Faça o teste e descubra qual o seu perfil empreendedor!". The form includes fields for Name, Surname, Email, Current Company (dropdown), CNPJ (Optional), Sex (dropdown), Address, State (dropdown), and City (dropdown). There is a checkbox for "Aceito receber conteúdos da Endeavor" and a green "INICIAR TESTE" button. At the bottom of the form, it says "Clique aqui e faça o download da pesquisa completa".

Figura 1. Interface do site Instituto Empreender *Endeavor* com os perfis do empreendedor (Nato; Meu Jeito; Situacionista; Em Busca do Milhão; Herdeiro e Idealista)

b) Oficina de Planejamento BMC e WAB

Baseado na metodologia de planejamento de negócios BMC (OSTERWALDER, 2011) os EPjs foram instigados a colocarem no papel um quadro de planejamento (Figura 2), dividido em nove blocos de informações sobre o negócio a ser envidado. Esse modelo é didático e eficiente pois facilita a visualização do todo, uma vez que nele consta: o segmento de clientes, a proposta de valor, os canais (comunicação, distribuição e vendas), o relacionamento com os clientes, as fontes de receita, os recursos-chave, as atividades-chave, as parcerias principais e a estrutura de custos. Cada item desses foi devidamente explicado a fim de ser preenchido com os elementos coerentes com a natureza de cada enunciado. Dessa forma, deu-se a abertura de seu próprio negócio, entendendo e compreendendo o passo a passo da montagem de uma empresa.

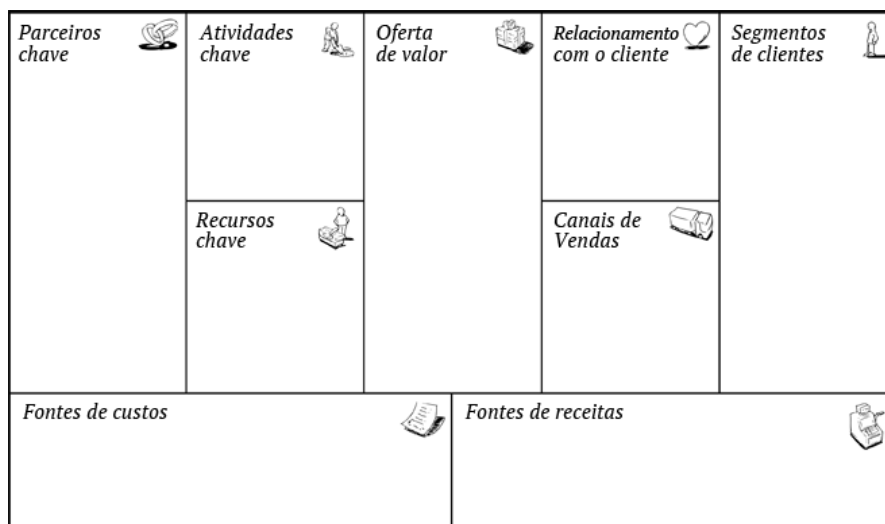


Figura 2. Quadro para o BMC.

Dentro do processo de preenchimento dos blocos, os EPJs foram alertados que o atual modelo sócio econômico não consegue mais absorver todo o potencial criativo da população, ao invés disso substitui aceleradamente mão de obra humana por hardware e software. Assim, após a criação das empresas envidou-se a discussão dos meios para conquistar e fidelizar os clientes. Para tanto foi dialogado os canais de comunicação, com fins de apresentar *WhatsApp Business*[®] no processo o WAB a fim de preencher de dirimir esse entrave, de um modo providencial, por meio de empreendedorismo digital.

Uma vez definido o planejamento via BMC, foi repassado aos EPJs as características do WAB (Quadro 1), segundo Massolar (2018), a fim de contemplar a vertente do Empreendedorismo Digital, por meio do *m-commerce*. Assim, os EPJs foram orientados a baixar o aplicativo WAB no site (Figura 3) e instala-lo para fechar o processo do Canal de Vendas *m-commerce*.

Quadro 1. Caracterização e Identificação do WAB para montar um canal de vendas eletrônico.

Natureza do WAB	Caracterização
Perfil comercial	Permite criar um perfil comercial com informações úteis para os clientes, como o seu endereço físico, descrição da empresa, endereço de e-mail e website. O novo aplicativo suporta verificação e validação da conta para evitar fraudes e que outros usuários, não autorizados, se passem pela empresa
Respostas Rápidas	Com a ferramenta de Respostas Rápidas, pode-se salvar as mensagens que envia com mais frequência, e reutilizá-las para responder às perguntas mais comuns que a sua empresa recebe.
Mensagens Automatizadas	Possibilita mensagens automáticas como saudações personalizadas e avisos de espera para o caso de mensagens enviadas fora do horário de atendimento. Assim os seus clientes serão informados sobre quando receberão uma resposta

Estatísticas do fluxo de mensagens	A plataforma disponibiliza estatísticas mais apuradas como números de mensagens lidas e não lidas, mensagens entregues e assim será possível entender o que está funcionando ou não para a sua empresa
Contato com os clientes	Para que o estabelecimento possa entrar em contato com o cliente, é necessário que a pessoa física forneça o número de celular ou que tenha voluntariamente acionado primeiro a empresa por meio do app. Possibilidade de adicionar quantos agentes desejar para realizar o atendimento da sua empresa

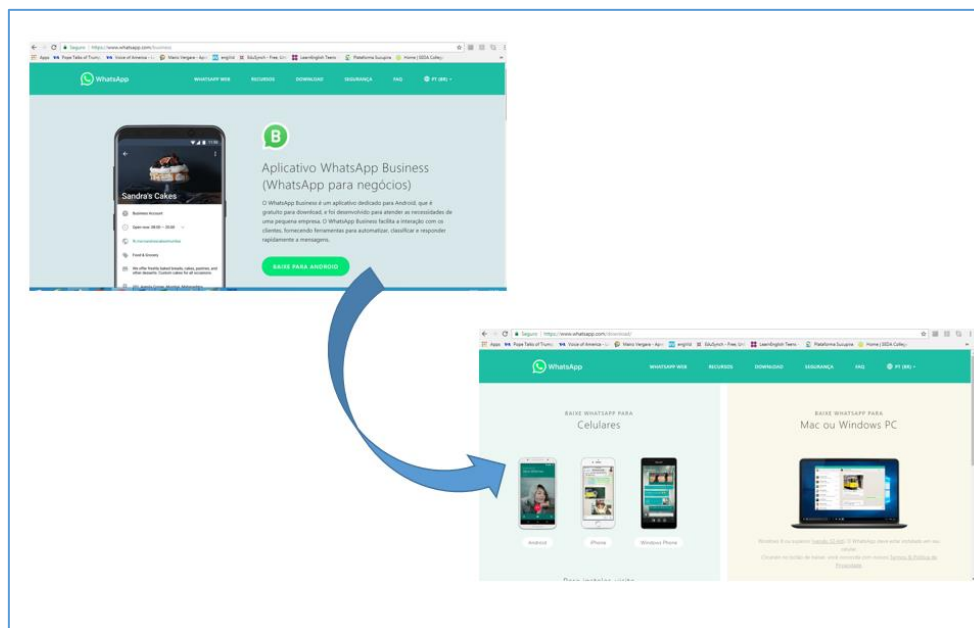


Figura 3. Interfaces do WAB.

Como complemento do processo in(formativo) do WAB, foi orientado que, para se cadastrar, será necessário um número de celular ainda não vinculado ao WhatsApp, ou seja, se o empreendedor júnior” já utiliza o *WhatsApp* na modalidade atual, precisará usar uma linha diferente para se cadastrar na versão Business. Porém, neste caso, segundo Massolar (2018) o escritório do *WhatsApp* no Brasil informou que, se porventura o celular for *dual chip*, o dono poderá manter o *app* regular e o *app Business* funcionando simultaneamente.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Uma vez que ser empreendedor requer uma personalidade muito específica, optou-se inicialmente traçar um perfil de empreendedor de cada membro, para nortear e entender as motivações imbricadas em cada EPj, quando forem preenchidos os nove blocos do BMC. Os resultados encontram-se nas Figuras 4 e 5.

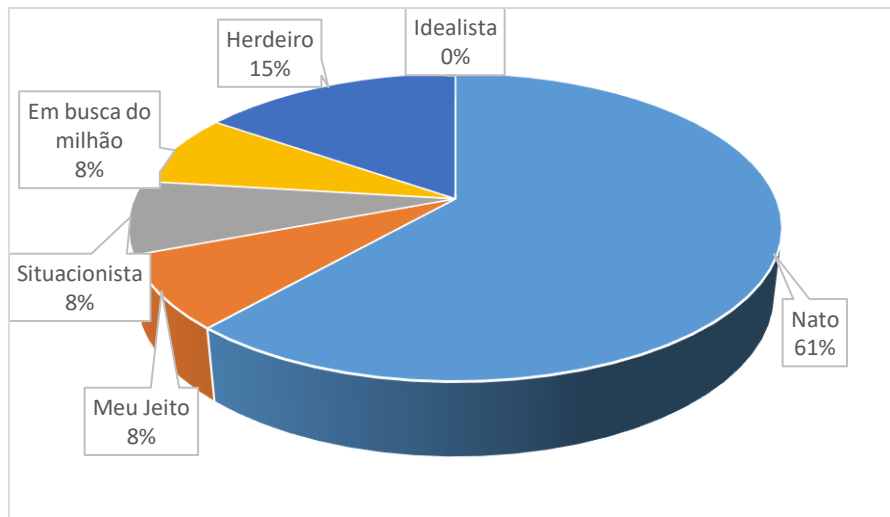


Figura 4. Perfil de Empreendedor dos membros da turma matutina.

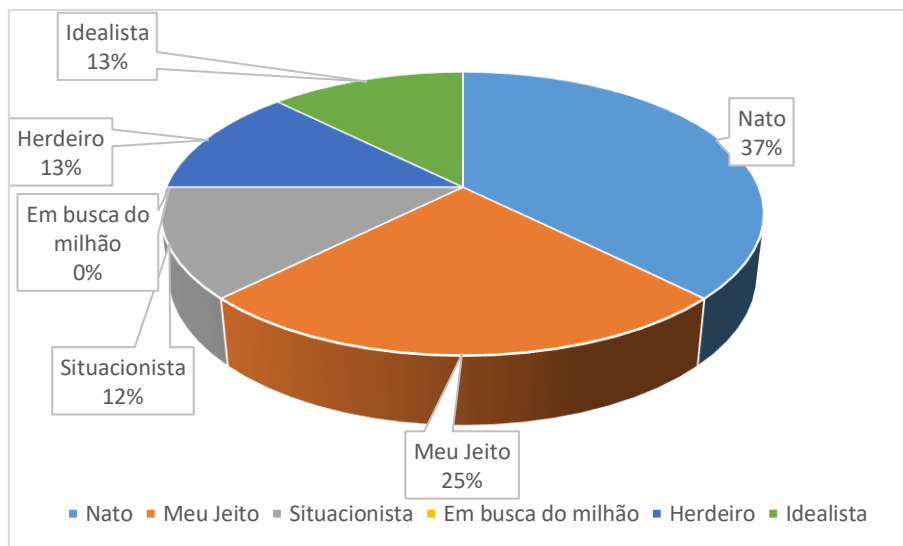


Figura 5. Perfil de Empreendedor dos membros da turma noturna.

A observação pedagógica no momento de discussão (Figura 6.a), ao longo da montagem do negócio, sobretudo, nas linhas “Segmentos de Clientes”, “Atividades Chaves” e “Relacionamento com o Cliente”, para todos os grupos, mostrou o quanto os aspectos comunitários são relevantes na escolha do negócio. Essa consideração é pertinente pois cada EPj buscou fazer leituras abordando os termos solidariedade, redistribuição (de renda) e empoderamento para criar melhorias dos ambientes e pessoas de convívio, a saber, sua comunidade. Destarte, não somente a educação formal, mas também os conhecimentos adquiridos e posto “à baila” num objetivo mais específico (neste caso: a abertura de um negócio), mesmo que inicialmente mostrando-se de caráter didático, tem potencial para oferecer novas perspectivas de engajamento com o mundo-mercado, utilizando as habilidades identificadas nos perfis de empreendedor encontrados na pesquisa vocacional, no site do Instituto Empreender Endeavor. Além do mais, o BMC permite uma visualização do todo, é uma ferramenta de negócios que apresenta interatividade entre os blocos. A apresentação visual: quadro e *postits* coloridos (Figura 6.b), proporciona facilidades para alteração, visto que o mercado inovador a partir das exigências dos clientes, determina essa adaptabilidade, flexibilidade e alterações constantes (CARRASCO et al., 2013).



Figura 6. a) Discussão e preenchimento dos nove blocos do BMC; b) Panorama do blocos preenchidos do BMC com os EPjs.

A partir dos assentados acima, não foi surpreendente a linha das atividades-chaves das oito empresas planejadas, por meio do BMC, onde a sua maioria, notadamente, buscou de forma natural as sustentabilidades: ambiental (Pulseiras LCK, Brindes e Cia., TRECOS & TRECOS, Utilidades DU LAR, EIVTS e Decoradas_ofc.) e social (AdotPet), conforme Quadro 3. Neste sentido pode-se fazer uma avaliação preliminar de que os grupos orientados a planejar empresas com os desafios sócio-ambientais buscaram uma adaptabilidade, bem como um atrelamento com a

empregabilidade, dentro de um mundo em constantes mudanças de cenários envolvendo as problemáticas: ambiental e de emprego. Essa expressão de pensamento foi posta em prática pelo BMC, pois os passos metodológicos abrem para o empreendedor mapear e interagir, numa visão única, os pontos mais importantes de uma abertura de negócio. Neste contexto, tem-se EPJs oriundos de conjuntos de circunstâncias não favoráveis, e o BMC oportunizou encadeamento do discurso do empoderamento onde foi possibilitada a autoprodução utilizando os caminhos empreendedores para construção de um referencial futuro. Essa afirmação concatena com Silva (2015), em que se entende que a ação empreendedora possibilita às pessoas intervirem, inovando e criando, avançando na busca de novos patamares de produção.

Quadro 3. Empresas “abertas” a partir do modelo CANVAS

Empresa	Atividade Chave	TURNO
Pulseiras LCK	Pulseiras Artesanais (Fabricação e Vendas)	Matutino
CUP CAKE e Cia.	CUPCAKE Gourmet (Fabricação e Vendas)	Matutino
Brindes e Cia.	Canetas com linha macramê linha brilhosa (Confecção e Vendas)	Matutino
TRECOS & TRECOS	Confecção de Porta Maquiagem com Material Reciclável	Matutino
Utilidades DU LAR	Confecção de "Descanso" para painéis	Matutino
EIVTS	Produtos Recicláveis	Noturno
Decoradas_ofc.	Canetas decoradas a mão, e estojos personalizados	Noturno
AdotPet	Centro de Adoção de Cães Abandonados	Noturno

Por serem majoritariamente, “Nato” e “Do meu jeito” (Figuras 4 e 5), os EPJs buscaram intuitivamente a potencialidade da ferramenta BMC, que segundo Carrasco et al. (2013), tem-se mostrado eficaz, porquanto desenvolvem empreendimentos mais inovadores e mais voltados à realidade do mercado atual, de mutações extremamente rápidas, com grande grau de ruptura tecnológica, e em ambiente de grande competitividade. Este último aspecto, ainda terá que ser comprovado, pois apenas a empresa “Decoradas_ofc.” evoluiu, efetivamente, do planejamento de abertura para o pronto estabelecimento do empreendimento digital, utilizando as vias do *m-commerce* (Figura 7). Não obstante, essa efetivação do canal de venda usando o WAB, ainda não logrou êxito, na utilização de forma potencial de todos os recursos, pois o “Perfil Comercial” ainda está incipiente, em termos de informações, bem como as Mensagens Automatizadas ainda não foram criadas de forma a dar mais celeridade no processo de vendas.



Figura 7. Interface no WAB da empresa “Decoradas_ofc.”.

De posse dos resultados o próximo passo será o replanejamento da Oficina EMPREENDA para avaliar o andamento das empresas, a fim de acompanhar o cumprimento da migração do planejamento de abertura de negócios, das demais empresas dos EPJs, utilizando o BMC, para a pronta efetivação da dinâmica de vendas com o WAB, tendo neste a pronta utilização de todos os recursos oferecidos para agilizar o processo de comunicação entre o empreendedor e o cliente.

CONCLUSÃO

A partir das atividades propostas na Oficina EMPREENDA, escopo da presente pesquisa, infere-se que:

- a) O Perfil de cada EPj influenciou na maneira decisiva quando foi forjada a atividade chave para o negócio (sustentabilidade ambiental e social);
- b) O BMC é uma ferramenta promissora, quando utilizada de forma didática, e cumpre um papel relevante no planejamento ao criar condições apropriadas da Ideia e do modelo de negócio a serem implementados de forma eficiente e dentro do contexto de cada EPj.
- c) Ficou patente a contribuição dos recursos de planejamento do BMC integrado ao recurso eletrônico de canal de venda WAB, que permitiram, a priori afirmar a capacidade potencial dos EPJs em conduzir esses processos estruturados com eficácia na realização do empreendedorismo digital, dentro da modalidade de negócio *m-commerce*.

REFERÊNCIAS

CARRASCO, L. C. et al. Uma análise da aplicação do business model canvas - BMC a partir da visão de empreendedores que se encontram em diferentes fases do negócio - uma experiência da incubadora de empresas e projetos do INATEL. In: Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas. 24. **Anais ...** Belém-Pará. 2014.

DI BARTOLOMEO, R.; STAHL, F. H.; ELIAS, D. C. A Importância do Ensino de Empreendedorismo para os Gestores de Recursos Humanos. **REPAE - Revista Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia**, São Paulo, v. 1, n. 1, Jan./jun. 2016

DORNELAS, J. C. de A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5a. Ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC. 2014.

GOMES NETO, A. P.; MARINATO, I. B.; CESSER, A. M. **A utilização do aplicativo para dispositivos móveis whatsapp como um canal de vendas e pós vendas no comércio eletrônico**. Disponível em http://fcv.edu.br/admin/assets/repositorio_arquivo/152c7943b5b6cfc443b89a11531bbf18.pdf . Acesso e Acesso em 10 de abril de 2018.

JETECOMMERCE. **36º Webshoppers faz resumo de 2017 e previsão para 2018**. Em <http://blog.jetecommerce.com.br/36o-webshoppers-faz-resumo-de-2017-e-previsao-para-2018/> Acesso em 10 de abril de 2018

MACEDO, et al. M. A. Bussines Model Canvas: a construção do modelo de negócio de uma empresa de móveis. In: Simpósio de Excelência de Gestão e Tecnologia. 10. **Anais** Resende-Rio de Janeiro. 2013.

MASSOLAR, P. **WhatsApp Business: saiba como usar no seu negócio**. Publicado em 22/01/2018. Em <https://publiki.me/whatsapp-business-saiba-como-usar-no-seu-negocio/> . Acesso em 10 de abril de 2018.

MOIP. **Retrospectiva do e-commerce em 2017 e as principais tendências para 2018**. Em <https://moip.com.br/blog/retrospectiva-ecommerce-2017/>. Acesso em 10 de abril de 2018.

OSTERWALDER, A. **Inovação em Modelos de Negócios Business Model Generation** - ED: Alta Book , Rio de Janeiro, 2011.

SENADO FEDERAL. **Projeto de lei do senado nº 772**, de 2015. Disponível em file:///C:/Users/Marcos/Downloads/MATE_TI_184613.pdf. Acesso em 16 de abril de 2018.

SILVA, M. S. S. da. A Filosofia com Crianças como Prática Pedagógica Empreendedora. **Revista Opinião Filosófica**, Porto Alegre, v. 06; n.01, p162-187. 2015.