

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUC-SP

Robson Amauri Trindade

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA:
PERSPECTIVAS DE PROFISSIONAIS DA ÁREA DE VISAGISMO

**Mestrado em Tecnologias da
Inteligência e Design Digitais –
TIDD.**

São Paulo
2019

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUCSP

Robson Amauri Trindade

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA:
PERSPECTIVAS DE PROFISSIONAIS DA ÁREA DE VISAGISMO

Relatório apresentado à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, redigida sob a orientação do professor Dr. Claudio Fernando André.

São Paulo
2019

Trindade, Robson Amauri

Educação empreendedora: perspectivas de profissionais da área de visagismo

Registro: 2019

Orientador: Claudio Fernando André.

Dissertação de Conclusão de Mestrado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP

TRINDADE, Robson Amauri. Educação empreendedora: perspectivas de profissionais da área de visagismo. Dissertação. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, redigida sob a orientação do Professor Dr. Claudio Fernando André.

Banca Examinadora

Professor Dr. Claudio Fernando André
PUC-SP Orientador

Professora Dra. Ana Maria Di Grado Hessel
PUC-SP

Professora Dra Silvia Trentin Gomes
Convidada

Agradecimento

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001, conforme processo nº 88887.199136/2018-00 – Robson Amauri Trindade, (cf. Art. 3º, do Ato do Pró-Reitor de Pós-Graduação nº 07 - 2018).

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Finance Code 001, conforme processo nº 88887.199136/2018-00 – Robson Amauri Trindade, (cf. Art. 3º, do Ato do Pró-Reitor de Pós-Graduação nº 07 - 2018).

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço a Deus e a meus pais, Terezinha Oliveira Trindade e José Amauri Trindade (In memoriam), por permitir a minha vida.

Em especial, a minha querida e amada esposa Tania Maria Brandão Britts Trindade, aos meus 3 filhos em especial à Thais Trindade (Melro Milhomens) e netos: Nicholas, Laura, Lisa, Jonathan (jojo), Lucas, João (Crisman), Luane e Theo. Que meu esforço faça sentido para eles e que saibam, sempre é tempo de aprender. As tecnologias da inteligência me deram nova vida aos 60 anos, em pleno século 21.

As professoras, Dra. Ana Maria Di Grado Hessel e Dra. Lucia Santaella, por apresentarem caminhos que jamais imaginei passar, sobretudo as experiências vividas durante este tempo de aprendizado, amizade, carinho e colaboração, sem as quais eu jamais teria o êxito necessário nesta jornada do mestrado.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Claudio André, um verdadeiro irmão, que me ensina todos os dias tudo que pode, desde o primeiro dia que o conheci, provei da sua generosidade e conhecimento em potencial. Profunda gratidão por mudar a minha vida.

Meu mais sincero agradecimento aos amigos e parceiros da vida inteira, a guerreira Daniela Oliveira, a melhor e mais sincera pessoa que já conheci, ao filho do coração Rogério Mendes Molina, o homem transparente e verdadeiro. Por último e não menos importante Professor Mestre Sérgio Moliterno, sem palavras para descrever a consideração real e verdadeira.

“Educação não é
uma questão de falar
e ouvir, mas um processo
ativo e construtivo.”

John Dewey

RESUMO

O objetivo geral desta pesquisa é estudar como os profissionais da área de visagismo compreendem os principais conceitos que envolvem a educação empreendedora e as competências empreendedoras do século 21, assim como suas perspectivas em relação a essa temática na respectiva área. O que justifica esta pesquisa é que embora diversos estudiosos entendam que o visagismo pode ser uma ferramenta valiosa de simulação e de construção de novas imagens, há uma escassez de pesquisas acadêmicas sobre a inserção do visagismo na adaptação de imagens construídas no dia-a-dia das pessoas. Diante dos objetivos (geral e específicos) consideramos a seguinte pergunta problematizadora: como os profissionais-professores da área de visagismo compreendem e buscam colocar em prática os principais conceitos relacionados a educação empreendedora e competências empreendedoras do século 21? Esta pesquisa é conduzida de acordo a abordagem exploratória, de natureza qualitativa. Embora muitos pesquisadores façam uma opção em direcionar os trabalhos para uma abordagem mais qualitativa ou quantitativa, outros têm sugerido combinar dois ou mais métodos de investigação.

Palavras-chave:

Educação Empreendedora; Competências Empreendedoras; Aprender a Empreender; Visagismo.

Abstract

The general objective of this research is to study how visagist professionals understand the main concepts involving entrepreneurial education and the entrepreneurial skills of the 21st century, as well as their perspectives in relation to this theme in the respective area. What justifies this research is that although several scholars understand that the visagism can be a valuable tool of simulation and construction of new images, there is a shortage of academic research on the insertion of the visagism in the adaptation of images constructed in the day to day of people. In view of the objectives (general and specific) we consider the following problematizing question: how do teachers of the area of visagism understand and seek to put into practice the main concepts related to entrepreneurial education and entrepreneurial skills of the 21st century? This research is conducted according to the exploratory approach, of a qualitative nature. Although many researchers make an option to direct their work towards a more qualitative or quantitative approach, others have suggested combining two or more research methods.

Key words:

Entrepreneurial Education; Entrepreneurial Skills; Learning to undertake; Visagism.

Sumário de Tabelas

Tabela1: Competências, Objetivos.....	32
---------------------------------------	----

Sumário de Figuras

Figura 1: A razão áurea nos polígonos quadráticos e a sequência de Fibonacc..	54
Figura 2: O homem Vitruviano, de Leonardo Da Vinci.....	55
Figura 3: Esquema da proporção áurea no rosto.....	56
Figura 4: Máscara Marquardt.....	57
Figura 5: Classificação de tipos formatos da face, de acordo com Simon Brown. Atualmente, é consenso que há uma nova formatação dos tipos e subtipos de face, tendo sido essa classificação já expandida.....	58
Figura 6: As três regiões do rosto, de acordo com Simon Brown.....	62

Sumário de Quadros

Quadro 1: Formação dos profissionais-visagistas-professores que atuam na disciplina de empreendedorismo na área de visagismo.....	66
---	----

Lista de Abreviaturas

BNCC	Base Nacional Comum Curricular
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCT	Centro Contemporâneo de Tecnologia
CESAR	Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife
CNI	Confederação Nacional da Indústria
EFEI	Escola Federal de Engenharia de Itajubá
ENE	Escola de Novos Empreendedores
EVP	Educação Visagismo e Projetos
FEA	Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária
FEEC	Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FUMSOFT	Sociedade Mineira de Software
FUMSOFT/MG	Sociedade Mineira de Software/Minas Gerais
GEFEI	Gestão Empresarial de Formação Empreendedora em Itajubá
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GEPE	Grupo de Estudos da Pequena Empresa
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
MBA	Master of Business Administration
MEC	Ministério da Educação
ONU	Organização das Nações Unidas
PPGEP	Programa Pós-Graduação em Engenharia de Produção
PRELAC	Projeto Regional de Educação a América Latina e Caribe
PUCSP	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
SEBRAE-MG	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Minas Gerais
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SOFTEX/CNPQ	Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro

TDIC	Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação
TIC	Tecnologia de Informação e Comunicação
UFCG	Universidade Federal de Campina Grande
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
Objetivo geral da pesquisa	22
Objetivos específicos	22
Questão problematizadora	23
1. METODOLOGIA DA PESQUISA	24
1.1. A elaboração dos instrumentos de coleta de dados	26
1.2. As entrevistas com os participantes da investigação	27
1.3. Os sujeitos da pesquisa	27
1.4. O tratamento dos dados coletados	28
2. CONCEITOS, ESTUDOS ANTERIORES E ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	29
2.1. Educação empreendedora: um pouco de história	29
2.2. Empreendedorismo e formação docente	36
2.3. Competências empreendedoras	37
2.4. Conhecimento para aprender a aprender	39
2.4.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados ao conhecimento para aprender a aprender:	39
2.5. Pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico	41
2.5.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados ao pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico:	42
2.6. Repertório, consciência e expressão cultural	43
2.6.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a competência de repertório, consciência e expressão cultural:	43
2.7. Comunicação na língua materna e na língua estrangeira	44
2.7.1. Comunicação na língua materna	44
2.7.2. Comunicação na língua estrangeira	45
2.8. Cultura e letramento digital	46
2.8.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados ao letramento digital:	47
2.9. Trabalho, projeto de vida e empreendedorismo	48
2.9.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a iniciativa e empreendedorismo:	48
2.10. Competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional	49
2.10.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional	50

3. O EMPREENDEDOR VISAGISTA	52
3.1. A relação entre visagismo, beleza e estética	54
3.2. O visagismo como uma disciplina a partir do século 20	57
3.3. O visagismo como uma área interdisciplinar e seus quatro pilares	61
4. REFLEXÕES SOBRE A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENTENDIMENTO DE PROFISSIONAIS VISAGISTAS.....	74
4.1. As entrevistas e percepções dos profissionais visagistas que atuam como professores de empreendedorismo na área da beleza	74
4.2. Formação dos profissionais-visagistas-professores que lecionam a disciplina de empreendedorismo	75
4.3. O ensino do empreendedorismo nos currículos de cursos na área de visagismo: perspectivas com sua criação. “O visagista hoje precisa saber se comportar como dono da empresa”	77
4.4. Plano de ensino e atividades desenvolvidas. A elaboração do plano de negócios como “o coração da disciplina de empreendedorismo”.	80
4.5. Presença da disciplina de empreendedorismo no currículo: faz pensar coisas que os outros ainda não pensaram.....	86
4.6 “Ser empreendedor depende de querer ser” - metodologia da educação para o empreendedorismo	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS.....	98
APÊNDICES	131

INTRODUÇÃO

Em 1994 recebi os primeiros ensinamentos a respeito do visagismo, vindos da França, trazidos ao Brasil pelo artista plástico e cabeleireiro Jean Claude Juillard. O convite para que este curso fosse ministrado pela primeira vez no Brasil, assim começou a minha vivência no visagismo. Informações importantes, mas na minha visão sem fundamentação e comprovação acadêmica.

Considero que boa parte dos profissionais que atuam no seguimento de beleza, normalmente são apenas repetidores de tarefas.

No início de 2003, foi lançado em São Paulo um livro de visagismo – Visagismo Integrado: identidade, estilo e beleza, de autoria de Philip Hallawell – editora SENAC/SP. Naquele momento percebi que o tema visagismo renascia no Brasil com a força do Senac como escola, sendo que a percepção se deu em virtude das dificuldades que o professor Hélio Sassaki, que ministrava pela primeira vez o curso de visagismo em uma instituição de ensino no Brasil, o SENAC/SP, solicitou a coordenação que o auxiliasse em construir conteúdos mais lúdicos, uma necessidade oriunda da fragilidade dos seus alunos em aprender. E é neste momento que entra em cena o professor de desenho Philip, convocado para tornar alguns conceitos em imagens.

Quando a entrega se deu, a coordenação resolveu publicar o trabalho em um livro. A partir deste momento que desaparece o professor Helio Sassaki, surgindo assim o professor de desenho e artista plástico Philip Hallawell como o pai do visagismo no Brasil, com a tentativa de tornar seu discurso um dogma de fé, sem questionamentos ou indagações a respeito do visagismo. Fui convidado pelo Philip a participar do curso de visagismo – Visagismo Philip Hallawell - 2009. Aceitei e participei intensamente do curso e assim comecei a fazer as devidas considerações com outros profissionais, mas a dúvida pairava sobre quem disse a respeito dos assuntos abordados no curso? Como é possível aprender sem estudarmos juntos e discutir os detalhes do visagismo? É preciso pesquisar,

desenvolver e explorar a respeito do tema visagismo. Alguns anos buscando informações consistentes a respeito do que havia aprendido com as duas oportunidades! O curso de visagismo - La Méthode C. Juillard, ministrado e 5 módulos, o primeiro no Brasil em 1994 – também segui cursando na França os demais 1995, 1996/1 e 1996/2, finalizando em 1998. Praticamente uma década depois, apenas em 2007 as universidades no Brasil perceberam que havia um mercado aberto para ser explorado com relação ao ensino superior, um desejo oculto e latente entre os profissionais da área da beleza.

A Universidade Cruzeiro do Sul, seguida pela Universidade Anhembi Morumbi, lançaram seus cursos de graduação em Visagismo e Terapia Capilar, sendo que a busca foi intensa com aproximadamente 125 alunos por turma e, a cada semestre, uma ampliação na demanda. Ao mesmo tempo as universidades começaram a buscar professores no mercado de beleza e praticamente foi como procurar agulha em um palheiro.

No meu caso, com bacharelado em ciências jurídicas e pós-graduação em marketing e gestão de moda, surgiu a oportunidade para ministrar aulas na Universidade Anhembi Morumbi. Permaneci na Instituição por 6 anos e meio(13 semestres), quando a intensão inicial era passar 2 anos (4 semestres).

Em 2014 criamos a pós-graduação MBA Visagismo & Estética: Gestão Integrada na Imagem Pessoal e Profissional – Universidade Estácio, 2016 (ver apêndice A) - MBA em Visagismo: Projetos e Negócios para Imagem Pessoal e Empresarial – Faculdade Paulista de Pesquisa e Ensino Superior, 2018 (ver apêndice B) – MBA em Visagismo & Empreendedorismo: Recursos para Construção e Elaboração de Imagens - Faculdade Monitor. (ver apêndice C) No momento de construir a grade das disciplinas e escolher os professores notei a necessidade de evoluir como profissional e aprofundar meus conhecimentos científicos sobre educação empreendedora que, a meu ver é um dos caminhos para que pesquisas, artigos, dissertações e teses tornem possíveis a fundamentação que se faz necessário na área de visagismo.

É preciso propor, provocar e empreender em mudanças significativas e fundamentais no mercado de beleza; o compromisso e responsabilidade inicial consiste na mais primária das necessidades culturais dos indivíduos, a educação.

Embora diversos estudiosos entendam que o visagismo pode ser uma ferramenta valiosa de simulação e de construção de novas imagens, há uma escassez de pesquisas acadêmicas sobre a inserção do visagismo na adaptação de imagens construídas no dia-a-dia das pessoas. A imagem produz um discurso eloquente e poderoso, mas silencioso na excelência da percepção (MORIN, 1989) ou como a implementação do visagismo na vida cotidiana dos profissionais de beleza em todas as esferas da imagem real, teatral, cinematográfica, televisiva e mundos.

O foco da educação empreendedora, segundo Vaidya (2004), se concentra principalmente nas respostas que exigem que os indivíduos usem o conhecimento com ampla compreensão de uma determinada realidade e de forma apropriada. Gibb e Cotton (1998) enfatizam que as pessoas devem "sentir" e experimentar o empreendedorismo em seu ambiente de aprendizagem ao invés de aprender apenas de maneira teórica, em ambientes de educação formal.

Na visão de Johnson (1988), Heinonen e Hytti (2010) e O'Connor, 2013), a educação empreendedora é categorizada por três principais abordagens (sobre, para e por meio):

- a) Educar e aprender "sobre" empreendedorismo significa trabalhar com abordagens teóricas e carregadas de conteúdo com o objetivo de dar uma compreensão geral do fenômeno. Segundo Mwasalwiba, (2010) esta é a abordagem mais comum nas instituições educacionais que se propõem a trabalhar com educação e empreendedorismo.
- b) Educar e aprender "para" o empreendedorismo significa uma abordagem mais orientada para o trabalho, tendo como principal

objetivo fornecer aos empresários em desenvolvimento, o conhecimento e as habilidades necessárias.

- c) Educar e aprender "por meio" do empreendedorismo significa uma abordagem em que os sujeitos passam por um processo de vivência empresarial real (KYRÖ, 2005). Esta abordagem geralmente se baseia na definição mais ampla de empreendedorismo e pode ser integrada a outras disciplinas da educação geral, conectando características empresariais, processos e experiências que são conectadas ao assunto principal de determinadas disciplinas.

Embora as abordagens "sobre" e "para" sejam relevantes, principalmente para determinados alunos em nível médio e superior, Smith et al. (2006) e Handscombe et al. (2008) consideram que a abordagem integrada da educação "por meio" do empreendedorismo pode ser relevante para alunos em todos os níveis educacionais.

Na visão de Sánchez (2011), Burgoyne (1989), Kraiger et al. (1993) e Fisher et al. (2008), as competências empreendedoras são definidas como conhecimentos, habilidades e atitudes que afetam a disposição e a capacidade de elaborar e realizar projetos para a criação de valor. Esta definição alinha-se também com a literatura sobre competências em geral, bem como sobre competências empresariais. Por exemplo, as habilidades e competências de marketing podem ser necessárias para uma startup que tem necessidade de comercializar seus produtos recém-desenvolvidos, mas, também, para um aluno que deseja que os colegas de classe se entusiasmem com um projeto empreendedor para que eles contribuam para o seu desenvolvimento.

Farrington et al. (2012), considera que existem muitas semelhanças entre empreendedorismo, habilidades e competências empresariais e o que os pesquisadores denominam de "competências socioemocionais", como por

exemplo a perseverança, a colaboração, as habilidades de aprendizagem e as habilidades sociais.

Uma questão dentro da educação empreendedora que parece nunca sair de moda é: o empreendedorismo pode ser ensinado? Muitos argumentam que há evidências suficientes de que o empreendedorismo pode ser ensinado (KURATKO, 2005; GORMAN ET AL., 1997; PITTAWAY E COPE, 2007A). Outros argumentam que os empreendedores nascem com as devidas competências, não são desenvolvidos ao longo da vida (NICOLAOU E SHANE, 2009). Alguns optam por um meio termo, alegando que certos aspectos do empreendedorismo não podem ser ensinados, como por exemplo autoconfiança e persistência (DE FAOITE ET AL., 2003). Outros ainda afirmam que a dificuldade reside principalmente em avaliar os reais efeitos da educação empreendedora (MARTIN ET AL., 2013, HENRY ET AL., 2005B).

Um consenso entre os estudiosos da educação empreendedora é que a única maneira de se tornar empreendedor é por meio da experiência direta, ou seja, aprender fazendo (RAE E CARSWELL, 2001, RAE, 2005, MINNITI E BYGRAVE, 2001, COPE, 2005, POLITIS, 2005, PITTAWAY E THORPE, 2012).

A premissa dessa pesquisa adota a visão de que tornar-se empreendedor requer experiência direta e explora como o aprender-fazendo pode ser usado na educação por meio de abordagens baseadas em ação, muitas vezes rotuladas como “aprendizagem por meio do empreendedorismo” (O'CONNOR, 2012). Em outras palavras, se as competências empreendedoras podem ser informalmente aprendidas, elas também podem ser formalmente ensinadas (LANGE ET AL., 2011, DRUCKER, 1985).

As competências empreendedoras são, nesta dissertação, definidas como conhecimentos, habilidades e atitudes que afetam a disposição e a capacidade de realizar o trabalho empreendedor de criação de novos valores; que pode ser

avaliado direta ou indiretamente; e que pode ser melhorado por meio de formação e qualificação profissional.

A definição de “empreendedor” usada nesta dissertação é baseada em Bruyat e Julien (2001), propondo que o empreendedorismo pode ser visto como um sistema dialógico consistindo das entidades individuais (sujeitos) e o valor criado (objeto), onde um processo de interação com o ambiente circundante ao longo do tempo altera ambas as entidades.

Objetivo geral da pesquisa

O objetivo geral desta pesquisa é estudar como os profissionais-professores da área de visagismo compreendem os principais conceitos que envolvem a educação empreendedora e as competências empreendedoras do século 21, assim como suas perspectivas em relação a essa temática na respectiva área.

Objetivos específicos

- a) Mapear estudos referente a educação empreendedora e competências empreendedoras do século 21;
- b) Identificar os principais momentos do visagismo na história da humanidade, passando por suas bases históricas, sociológicas e científicas;
- a) Analisar o entendimento que os profissionais-professores tem de educação empreendedora e competências empreendedoras do século 21, tomando como referência as narrativas dos entrevistados participaram do *MBA em Visagismo Projetos e Negócios para Imagem Pessoal e Empresarial*, desde o ano de 2014 e hoje atuam também no ensino superior.

Questão problematizadora

Diante dos objetivos (geral e específicos) consideramos a seguinte pergunta problematizadora: como os profissionais da área de visagismo compreendem e buscam colocar em prática os principais conceitos relacionados a educação empreendedora e competências empreendedoras do século 21?

1. METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa é conduzida de acordo a abordagem exploratória, de natureza qualitativa. Embora muitos pesquisadores façam uma opção em direcionar os trabalhos para uma abordagem mais qualitativa ou quantitativa, outros têm sugerido combinar dois ou mais métodos de investigação. Alves-Mazzotti & Gewandsznajder (1998) consideram que na investigação qualitativa, a principal preocupação é contextualizar o objeto de estudo em uma realidade social dinâmica, intertextualizando relações, interações e implicações advindas de uma situação específica, com o objetivo de uma análise mais profunda e significativa do objeto investigado.

Esse ponto de vista é defendido por vários autores (FILHO & GAMBOA, 2000; LÜDKE & ANDRÉ, 1986; MARCONI & LAKATOS, 2005; MINAYO, 1994) que consideram a investigação qualitativa como expressão legítima de um olhar crítico e pensar contemporâneo e contextualizado.

Na perspectiva de Bogdan & Biklen (1994), na investigação qualitativa o pesquisador precisa se “preocupar com o contexto”, ou seja, entender que “as ações podem ser melhor compreendidas quando são observadas no seu ambiente natural de ocorrência”. Os autores entendem ainda, que “os locais têm de ser entendidos no contexto da história das instituições a que pertencem” e a investigação qualitativa busca um todo maior, no qual várias tipologias são consideradas: investigação etnográfica, estudo de campo, entrevista em profundidade e descritiva. Esta integração de topologias de investigação nos leva então, à pesquisa de campo.

A escolha pela pesquisa de campo ocorre porque o cotidiano investigado é um sistema complexo em que as ações integram diversos componentes repletos de subjetividade, ideologia, política, dimensões valorativas e porque cada circunstância verificada é parte de uma realidade dinâmica que a diferencia de qualquer outra no tempo e no espaço.

Para orientar nossas reflexões, realizamos a revisão de estudos que se ocuparam de discutir a educação empreendedora e visagismo. Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (1998) ressaltam a importância de conhecer contribuições anteriores relacionadas ao tema pesquisado e consideram que cada nova investigação exige,

[...] que o pesquisador se situe nesse processo, analisando criticamente o estado atual de conhecimento em sua área de interesse, comparando e contrastando abordagens teórico-metodológicas utilizadas e avaliando o peso e a confiabilidade de resultados de pesquisa, de modo a identificar pontos de consenso, bem como controvérsias, regiões de sombra e lacunas que merecem ser esclarecidas.

Lüdke e André (1986) destacam que “relacionar as descobertas feitas durante o estudo com o que já existe na literatura é fundamental para que se possa tomar decisões mais seguras sobre as direções em que vale a pena concentrar o esforço e as atenções”.

Para a revisão de estudos anteriores, utilizamos um formulário de mapeamento informacional bibliográfico com o objetivo de ampliar as possibilidades de organização e leitura crítica dos conteúdos selecionados. Esse processo dialógico decorrente das leituras/releituras é importante para refinar o pensamento, porque permitirá ampliar a articulação e interpretação dos dados registrados.

Após catalogar as principais informações das obras selecionadas, fizemos diversas anotações, com destaque para as palavras-chave, indicação de autor e obra, resumos, citações e conceitos que fazem a síntese de uma ideia.

As publicações foram inicialmente cadastradas com referências bibliográficas (autor, título, resumo; local e ano de publicação, editora/instituição, endereço (URL) do site, data de acesso à obra, palavras-chave).

O tratamento e a categorização de cada obra catalogada permitiram realizar diversas leituras e novas aproximações a partir do agrupamento contextualizado de dados diversificados.

Na fase de redação da revisão teórica e estudos relacionados, fizemos a organização geral dos dados coletados selecionando-os para leitura detalhada que viesse atender aos objetivos da pesquisa.

A pesquisa foi realizada com base em materiais recuperados a partir de expressões de busca inseridas em agregadores e bases de dados científicas, assim como no *Google Scholar*.

Procuramos dar sentido mais amplo às respostas encontradas, vinculando-as a outros conhecimentos prévios para fazer uma exposição significativa do conteúdo encontrado em relação aos objetivos propostos e ao tema dessa investigação.

1.1. A elaboração dos instrumentos de coleta de dados

Convém destacar que os questionários foram compostos por perguntas com respostas abertas e identificadas com o nome e sexo dos participantes da investigação. (ver apêndice D) Se, por um lado, as respostas abertas têm aspectos positivos, por outro, dificultam a sistematização e análise dos dados, muitas vezes, devido à amplitude de informações e à não-objetividade das respostas, o que implicará na utilização de um tempo maior para a interpretação e articulação dos resultados.

O objetivo das questões abertas foi oferecer aos participantes da investigação, maior liberdade de expressão sobre a educação empreendedora digital, destacando as interfaces do processo aprendizagem, autoria e resolução de problemas. As questões abertas representarão momentos ricos para a coleta de dados, uma vez que possibilitarão maior liberdade de posicionamento e, a este pesquisador, uma análise mais ampliada.

Para esta pesquisa foram utilizados os seguintes instrumentos de coleta de dados: questionários, entrevistas e observação participante que aconteceram

presencialmente e ou virtualmente com a utilização da internet e computador. Para essa pesquisa utilizamos os seguintes recursos digitais: computador, internet, software de produtividade (Word, Excel, Google Forms, Google Docs e Power Point)

1.2. As entrevistas com os participantes da investigação

Durante a investigação junto aos participantes da investigação, fiz entrevistas e, também, observações como um dos métodos de coleta de dados da investigação qualitativa, o que permitiu a aproximação do fenômeno investigado e apreensão das “perspectivas dos sujeitos”, entendidas, segundo Lüdke e André (1986), enquanto possibilidades de captar concepções e significados que esses sujeitos atribuem às suas ações.

A observação permite que o observador chegue mais perto da 'perspectiva dos sujeitos', um importante alvo nas abordagens qualitativas. Na medida em que o observador acompanha in loco as experiências dos sujeitos, pode tentar apreender a sua visão de mundo, isto é, o significado que eles atribuem à realidade que os cerca e às suas próprias ações.

Os encontros com os participantes da investigação representaram momentos oportunos para a aplicação dos instrumentos elaborados para a coleta de dados. Foram registradas informações em formulários eletrônicos, fotos e comunicação digital desde os primeiros contatos com os sujeitos dessa pesquisa.

O objetivo dos encontros foi qualificar a aplicabilidade dos instrumentos de coleta de dados, com o objetivo de compreender como os sujeitos lidam com iniciativas que envolvem a educação empreendedora na área de visagismo.

1.3. Os sujeitos da pesquisa

Esta investigação é compreendida como uma pesquisa exploratória e o contexto delimitado e aplicação dos instrumentos de coleta de dados aconteceu com ex-alunos já formados pela Universidade Estácio – 2015/2017 - MBA em Visagismo & Estética Gestão Integrada na Imagem Pessoal, atualmente

professores e ex-professores em diferentes instituições, (ver apêndice E) alunos cursando na Faculdade Monitor - 2018/2020 - MBA em Visagismo, Projetos e Negócios para a Imagem Pessoal e Empresarial, (ver apêndice F) alunos que concluíram o curso pela EVP – Educação Visagismo e Projetos / Birô de Visagismo – 2017/2018 - extensão em Visagista Especialista, profissionais gestores de salões pelo Brasil. (ver apêndice G)

1.4. O tratamento dos dados coletados

O tratamento dos dados coletados foi realizado por meio de análises e reflexões a partir dos registros e questionários respondidos pelos participantes da investigação. Fiz a transcrição das informações para softwares de Planilha de Cálculo, Banco de Dados, Processador de Textos e Programas de Apresentação, procedendo ao tratamento por meio da consolidação dos dados, elaboração de gráficos e cruzamento de informações, permitindo, assim, o estudo minucioso de todo processo considerado nessa investigação.

Realizamos a leitura dos dados registrados para identificar os perfis dos sujeitos participantes da investigação, buscando fazer as reflexões articuladas que envolveram o problema proposto, os objetivos da investigação e os resultados obtidos.

2. CONCEITOS, ESTUDOS ANTERIORES E ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

O capítulo apresenta pesquisas e autores que postulam a educação empreendedora e temas relacionados, como, por exemplo, desenvolvimento de competências empreendedoras, cultura empreendedora e formação docente na perspectiva empreendedora.

O tema do empreendedorismo ganhou importância nos últimos tempos e este capítulo tem por finalidade apresentar a relação entre empreendedorismo e educação; compreender como se dá essa articulação, bem como, sua fundamentação, proposição e experiências. Para isso, analisamos um conjunto de autores que estudam e desenvolvem o tema empreendedorismo no campo educacional, por meio de projetos e estratégia nos espaços curriculares.

2.1. Educação empreendedora: um pouco de história

A partir dos anos de 1980, houve grande expansão do empreendedorismo no campo educacional com o desenvolvimento de várias pesquisas (DEGEN, 1989; DRUCKER 1986, FILION 1991, 1999) em diversos países (EUA, Canadá, França), principalmente nas áreas das ciências humanas e gerenciais. Essas pesquisas tratavam de temas, como: características comportamentais de empreendedores, educação empreendedora, pesquisa empreendedora, pedagogia e cultura empreendedora, empreendedorismo e sociedade, empreendedorismo e pequenos negócios, novas oportunidades, desenvolvimento e gerenciamento de negócios, intraempreendedorismo, auto-emprego, entre outros. As pesquisas eram voltadas à busca de estratégias para garantir o sucesso dos novos empreendimentos, com acentuada articulação escola/universidade e empresas. O fato de o empreendedorismo ter sido assumido de modo muito forte pelo campo educacional conduziu, conforme Filion (1999), a uma diversidade de compreensões típicas de cada área do saber, inclusive, com certas confusões ou diferenças conceituais em torno do mesmo.

Também ressalta que o empreendedorismo era trabalhado de forma transversal por diversas disciplinas, não se constituía em uma disciplina.

No caso brasileiro, o ensino de empreendedorismo inicia-se na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas-FGV, em São Paulo, em 1981. Em 1984, a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - FEA da USP oferece o ensino de empreendedorismo. Também em 1984, é ministrado o primeiro curso de empreendedorismo em um Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Em 1992, o Departamento de Informática da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE criou o CESAR - Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife, com objetivo de ser um núcleo de aproveitamento industrial dos resultados acadêmicos. Em 1993, cria-se uma rede de ensino de empreendedorismo por meio do programa SOFTEX/CNPq (Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro) com o núcleo FUMSOFT/MG (Sociedade Mineira de Software/Minas Gerais), com o desenvolvimento de uma metodologia de ensino de empreendedorismo e atingiu mais de 100 departamentos de ensino de informática em 23 estados brasileiros e no Distrito Federal (ARAÚJO, et al, 2005).

Em maio de 1992, é criada a Escola de Novos Empreendedores – ENE, como um programa da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, vinculada à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, com a missão de promover ações de intercâmbio com a sociedade e que resultassem na criação, desenvolvimento e consolidação de uma cultura empreendedora. Segundo Pereira (2001) a ENE visava capacitar às pessoas tanto para gerenciar empresas como para abrir negócio próprio a partir do desenvolvimento de novo perfil comportamental. O resultado da criação da ENE foi expressivo. Em 2001, tinha como resultado a capacitação de mais de 18000 alunos – entre o ensino fundamental, pós-graduação e profissionais da comunidade em geral, tanto na modalidade presencial, como a distância. Em 1998, a ENE criou o Programa de Empreendedorismo em Educação, direcionado ao ensino fundamental, reunindo

profissionais e pesquisadores de múltiplas áreas de conhecimento, docentes e alunos do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina – PPGEPP, tendo por foco o empreendedorismo para as crianças.

Outras experiências de educação para o empreendedorismo foram se consolidando. Em 1995, o EFEI, Escola Federal de Engenharia de Itajubá (MG), criou o GEFEI (Gestão Empresarial de Formação Empreendedora em Itajubá) com objetivo de promover o ensino de empreendedorismo na instituição. Em 1995, acontece a criação do GEPE (Grupo de Estudos da Pequena Empresa) no Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Em 1997, cria-se a Gestão Empresarial de Formação Empreendedora em Itajubá (REUNE), programa instituído com apoio da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Instituto Euvaldo Lodi (IEL), SEBRAE-MG, FUMSOFT, Secretaria do Estado de Ciência e Tecnologia de MG e Fundação João Pinheiro. Em 1999, é criado, na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, o Programa Engenheiro Empreendedor, com o objetivo de oferecer cursos na área de empreendedorismo e de organizar concursos de planos de negócios para alunos das engenharias.

Na Universidade de Campinas – UNICAMP, o empreendedorismo passou a ser oferecido como disciplina, em vários cursos. A justificativa para a criação de disciplina de empreendedorismo surgiu motivada pelo fato do Brasil ser um dos dez países do mundo, onde se criam mais negócios; no entanto, o número de falências ainda é muito alto, o que levou à conclusão sobre a necessidade da universidade preparar os novos empreendedores. A Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação - FEEC da UNICAMP, por exemplo, oferece a disciplina de empreendedorismo tecnológico como parte de sua grade curricular. O professor Paulo Lemos, responsável pelas atividades de empreendedorismo tecnológico e pré-incubação de projetos da Inova UNICAMP oferece suporte nessa área. Segundo Lemos (2007), o curso dá aos alunos noções de empreendedorismo, no contexto do perfil da UNICAMP, que é uma universidade

de pesquisa com grande destaque para a formação em engenharias e ciências. Destaca que a disciplina de empreendedorismo é optativa, mas a procura cresce a cada semestre. O professor também mantém um projeto de ensino em cooperação com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), escola que tem destaque no Brasil no setor de negócios. Para ele, a cooperação é interessante para ambos, pois cada centro de ensino entra com sua experiência.

O Departamento de Sistemas e Computação da Universidade Federal de Campina Grande/PB - UFCG tem no ensino de empreendedorismo um de seus principais temas. Para o professor Robert K. Menezes (2003), coordenador do programa Empreendedor do Centro Contemporâneo de Tecnologia – CCT, o empreendedorismo deve ser tema discutido no meio acadêmico. Segundo o professor, a primeira coisa a se fazer é superar a visão de que as características empreendedoras são inatas e reservadas a poucas pessoas, enquanto os demais devem se submeter ao trabalho assalariado que é mais seguro e dispensa a criatividade e situações de riscos. O professor destaca que a formação de empreendedores, já consagrada mundialmente, está substituindo essa visão e as Universidades são as principais responsáveis por essa mudança. “A universidade é considerada o ponto de partida desse processo, uma vez que é identificada como fonte multiplicadora do saber por excelência. A preocupação com a formação empreendedora é tema prioritário, hoje, em todas as universidades importantes do mundo” (MENEZES, 2003).

Mas nem todos os autores que defendem o empreendedorismo pensam simetricamente em relação ao tema. Para Claudio Nasajon (2004), professor de planejamento de negócios na PUC/RIO e autor de livro sobre empreendedorismo, empreender nem sempre é a melhor opção. Embora o empreendedorismo tenha sido tratado nos últimos tempos como uma força crescente capaz de alavancar o desenvolvimento mediante o aumento da oferta de emprego e da consequente movimentação da economia, chama à atenção para o fato de que essa “onda” não atinge a todos e que, para alguns, o emprego formal ainda é a melhor alternativa.

O professor, porém, deixou de considerar que o emprego formal também não é uma possibilidade facilmente atingida por aqueles que o procuram.

A Global Entrepreneurship Monitor - GEM, que há alguns anos vem estudando a atividade empreendedora em cerca de 150 países, inclusive o Brasil, destaca que o empreendedorismo leva muita gente à falência. A GEM separa o empreendedorismo em dois grupos: o de oportunidade e o de necessidade. Enfatiza que no caso brasileiro o que mais se vê é justamente o empreendedorismo por necessidade, ruim porque o mesmo ocorre como resultado de uma falta de opção do empreendedor e não porque ele tenha visto uma oportunidade real de desenvolvimento ou se sinta capacitado para a função de empresário; o que também não elimina as possibilidades de insucessos em virtude de fatores objetivos, como, por exemplo, a concorrência intercapitalista, momentos de crises, entre outros fatores.

No contexto da América Latina, a manifestação de maior abrangência foi feita pela revista do escritório regional da UNESCO, proposta pelo Projeto Regional de Educação para a América Latina e o Caribe – PRELAC que inclui o quinto pilar, denominado “aprender a empreender”, ao relatório Jacques Delors. A UNESCO manifesta-se preocupada com as políticas e práticas da educação em curso na América Latina e Caribe e propõe mudanças no sentido de garantir o acesso à educação para todos como forma de promoção do desenvolvimento socioeconômico. Isso exige mudanças nos projetos educacionais.

Implica contribuir para discernir qual é o sentido da educação num mundo de incerteza e mudança. É preciso agregar às aptidões que oferece a educação atual, abordagens para o exercício da cidadania e para a construção de uma cultura de paz. Os quatro pilares de aprendizagem do Informe Delors são um guia excelente para interrogar-se sobre os sentidos da educação; aprender a ser, a conhecer, a fazer e a viver juntos. O PRELAC explicita, por sua importância, um pilar adicional: aprender a empreender (UNESCO/PRELAC, 2004, p. 6).

O acréscimo do quinto pilar é justificado, tendo em vista as novas exigências da sociedade atual e futura. “Porque o mundo do futuro exigirá cada vez mais dos graduados universitários a capacidade de gerar empregos e riqueza,

retribuindo, assim, à sociedade que lhes proporcionou educação e lhes permitiu acesso aos postos que ocupam” (UNESCO/PRELAC 1998, p. 6). Além disso, existe a crença professada pela UNESCO de que a educação é a forma para despertar o potencial criativo dos indivíduos e indivíduos bem formados também exercerão bem seus direitos e deveres e construirão uma convivência democrática, de justiça e paz social.

A UNESCO, ao acrescentar o “aprender a empreender” aos pilares do relatório Delors, procura estabelecer as diretrizes para a sua inserção no campo educacional com a missão de gerar empregos e riquezas. A proposta da pedagogia empreendedora, postulada por Fernando Dolabela (2003), parece advir desse quinto pilar proposto pelo PRELAC, visto que há uma aparente simetria entre os mesmos.

Dolabela, considerado uma das maiores referências no assunto, sustenta a necessidade do desenvolvimento da pedagogia empreendedora como forma de trazer novo dinamismo à educação e adequá-la para capacitar as novas gerações. Segundo o site do autor⁵⁵, a partir da criação dos programas de ensino de empreendedorismo para a educação básica e universitária, ela já promoveu a capacitação de diversos professores que desenvolvem projetos, em diversas escolas e regiões do Brasil.

O entusiasmo para com a educação para o empreendedorismo é reforçado por Araujo et al. (2005) que a identifica como a “segunda revolução” das Universidades. Os autores entendem que a primeira revolução aconteceu quando, além do ensino, a pesquisa passou a ser parte da universidade; a segunda refere-se ao fato das universidades estarem voltadas aos interesses de cunho econômico e social. Destacam: “Agora, a Universidade integra o desenvolvimento econômico e social como uma função adicional e tem sido chamada de ‘Universidade Empreendedora’” (ARAÚJO et al., 2005, p. 18). Na Universidade Empreendedora, a ciência e a capitalização do conhecimento são apresentadas como um motor alternativo para o crescimento econômico. No caso, a formação

de empreendedores é apontada como decisiva para o progresso e desenvolvimento dos povos numa economia altamente competitiva e globalizada.

Os autores também consideram que mesmo que, historicamente, as atividades de pesquisa e ensino não estejam muito relacionadas às atividades de natureza comercial, tal realidade tem mudado muito nos últimos anos e que “atividades empreendedoras têm ganhado progressivamente o respeito e a legitimidade aos olhos de autoridades políticas e acadêmicas” (ARAÚJO et al., 2005, p.18). Isso se justifica pelo crescente número de cientistas e estudantes envolvidos com o processo empreendedor, “seja para iniciar uma empresa, escrevendo planos de negócio, levantando financiamentos, selecionando pessoal, etc.” (ARAÚJO et al., 2005, p.18).

Destacam também que essa é uma tendência mundial e, no Brasil, essa tendência é bastante clara. Isso pode ser notado [...] Pela criação de centros de empreendedorismo, incubadoras, parques tecnológicos, “spin-offs” acadêmicos (empresas nascentes geradas a partir de resultados de pesquisas desenvolvidas na Universidade), proteção da propriedade intelectual e transferência de tecnologia para o setor privado. Observa-se um apoio crescente a essas iniciativas por parte das agências de fomento à pesquisa, tais como CNPq, FINEP, Fundações Estaduais de Pesquisa e um incentivo dos governos Federal, Estaduais e Municipais (ARAÚJO et al., 2005, p.18)

Os autores consideram o empreendedorismo como ciência com mais de 80 anos e que tem crescido muito rapidamente no mundo inteiro e desenvolvido forte base empírica e teórica, contando, por exemplo, com mais de 43 periódicos científicos em diversos países. Questionam as razões de ainda não haver na educação a preocupação com conteúdo, incentivo ou forma de apoio que possa despertar o lado empreendedor nos estudantes, visto que, de modo geral, os mesmos estão sendo formados para buscar um emprego no setor público ou privado, e muitos, sem alternativa, ingressam nos programas de pós-graduação para realização do mestrado ou doutorado. Para eles, as Universidades deveriam formar pessoas mais “pró-ativas”, aptas a serem “protagonistas” no processo de desenvolvimento industrial nacional. No caso da formação dos químicos, apontam que seria mais eficaz uma educação que possibilitasse a formação de químicos

capazes de identificar oportunidades de negócios e transformar conhecimento científico na geração de tecnologia, agregando valor, criando empregos e divisas. Na sequência, apresentam-se mais detalhes dos postulados da educação para o empreendedorismo, bem como, algumas análises críticas dessa relação.

2.2. Empreendedorismo e formação docente

Um dos aspectos da educação para o empreendedorismo diz respeito à formação docente. Souza (2001) em sua dissertação de mestrado, junto ao PPGE/UFSC, destaca que se vive hoje num contexto de mudanças políticas, econômicas e sociais, que afeta profundamente as instituições de ensino, exigindo das mesmas novas posturas e respostas, o que requer uma formação para professores numa perspectiva inovadora. As Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) estão, também, alterando as noções de tempo e espaço, promovendo mudanças acentuadas na vida das pessoas, nas formas de trabalho e nos relacionamentos. Decorre daí a necessidade de se apresentar uma abordagem metodológica para educadores, a partir de uma perspectiva empreendedora, considerando ser possível uma sintonia entre o empreendedorismo e a formação docente. A autora também considera que o momento é de revisão da educação escolar, seu papel e o desafio de ser profissional da educação hoje.

Mudar é, então, transformar as informações em conhecimentos, atitudes, comportamentos, na sociedade em que se vive. É adaptar-se. É essa a visão que o educador precisa ter para ser um empreendedor e para se auto-organizar na vida. Ele necessita aprender sempre, não no sentido de reter um amontoado de coisas, mas sim naquele de criar uma rede ou teia de interações dinâmicas que permeiam a aprendizagem (SOUZA, 2001, p. 2).

Souza (2001) destaca também a urgência de se proporcionar uma metodologia para educadores capaz de interligar o seu potencial criador aos ambientes escolares; que seja relacionada às perspectivas empreendedoras e voltada para a capacidade e potencialidade humana, para que os educadores possam atuar como incentivadores do espírito empreendedor e como mediadores

para o desenvolvimento de uma postura criativa e autônoma. Aponta, ainda, para o caminho do desenvolvimento de um projeto educativo empreendedor, no qual a atuação do profissional de educação precisa ter clareza dos objetivos a serem alcançados, da sua intervenção pedagógica, da sua flexibilidade e, ao mesmo tempo, da sua sensibilidade. E, finalmente, indica o fato de que a demanda por ocupações, vinculadas ao emprego autônomo, reflete a necessidade de programas relacionados com o empreendedorismo.

Os educadores têm papel fundamental no trabalho de formar gerações mais empreendedoras. Para isso precisam ser capacitados a partir de uma metodologia adequada a fim de desenvolverem esse perfil. Por outro lado, a abordagem central dos programas de capacitação deveria ser a de “preparar profissionais capazes de organizar situações de aprendizagem, já que para responder aos desafios da transformação dos sistemas educacionais, é necessário que o papel dos professores evolua e seja um processo de produção constante” (SOUZA, 2001, p. 85).

Nota-se a ênfase atribuída pela autora ao processo de capacitação docente como forma de garantir que os professores possam ser os “semeadores” da cultura empreendedora, pois os considera, via de regra, refratários às mudanças e apegados a determinados valores e poucos capazes de acompanhar as mudanças que se processam muito rapidamente no mundo atual. Para operacionalizar os requisitos exigidos pela nova pedagogia da hegemonia, consubstanciados nos postulados da educação para o empreendedorismo, os professores precisam “mudar para não mudar” uma vez que o projeto preconizado é o do melhoramento para a conservação do velho regime

2.3. Competências empreendedoras

Competências são combinações de conhecimentos, habilidades e atitudes apropriadas a cada contexto e cultura. Segundo o MEC/BNCC (2017), ONU (2014), Unesco (2004, 2015), União Europeia (2006), Casel (2013) e

Dolabela (2004), as principais competências são aquelas que todos os indivíduos necessitam para a realização e desenvolvimento pessoal, cidadania ativa, inclusão social e emprego, considerando os aspectos apresentados na tabela a seguir:

Tabela 1: Competências, Objetivos

Item	Competências	Objetivos	Para
01	Conhecimento para aprender a aprender	Valorizar e utilizar os conhecimentos sobre o mundo físico, social, cultural e digital	Entender e explicar a realidade, continuar aprendendo e colaborar com a sociedade
02	Pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico	Exercitar a curiosidade intelectual e utilizar as ciências com criticidade, criatividade e pensamento lógico	Investigar causas, elaborar e testar hipóteses, formular e resolver problemas e criar soluções
03	Repertório, consciência e expressão cultural	Valorizar as diversas manifestações artísticas e culturais	Fruir e participar de práticas diversificadas da produção artístico-cultural
04	Comunicação na língua materna e estrangeira	Utilizar diferentes linguagens e idiomas	Expressar-se e partilhar informações, experiências, ideias, sentimentos e produzir sentidos que levem ao entendimento mútuo
05	Cultura e Letramento Digital	Compreender, utilizar e criar tecnologias de forma crítica, significativa e ética	Comunicar-se, acessar e produzir informações e conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria
06	Trabalho, projeto de vida e empreendedorismo	Valorizar e apropriar-se de conhecimentos e experiências	Entender o mundo do trabalho e empreendedorismo para fazer escolhas alinhadas à cidadania e ao seu projeto de vida com liberdade, autonomia, criticidade e responsabilidade
07	Argumentação	Argumentar com base em fatos, dados e informações confiáveis	Formular, negociar e defender ideias, pontos de vista e decisões comuns, com base em direitos humanos, consciência socioambiental, consumo responsável e ética
08	Autoconhecimento e autocuidado	Conhecer-se, compreender-se na diversidade humana e apreciar-se.	Cuidar de sua saúde física e emocional, reconhecendo suas emoções e as dos outros, com autocrítica e capacidade para

			lidar com elas
09	Empatia, cooperação e atitude socioemocional	Exercitar a empatia, o diálogo, a resolução de conflitos e a cooperação	Fazer-se respeitar e promover o respeito do outro e aos direitos humanos, com acolhimento e valorização da diversidade, sem preconceitos de qualquer natureza
10	Responsabilidade e cidadania	Agir pessoal e coletivamente com autonomia, responsabilidade, flexibilidade, resiliência e determinação	Tomar decisões com base em princípios éticos, democráticos, inclusivos, sustentáveis e solidários.

Fonte: Adaptado de MEC/BNCC (2017), ONU (2014), Unesco (2004, 2015), União Europeia (2006), Casel (2013) e Dolabela (2004)

2.4. Conhecimento para aprender a aprender

Conhecimento para aprender a aprender é a capacidade de buscar e persistir na aprendizagem, organizar o próprio aprendizado, inclusive por meio do gerenciamento efetivo do tempo e da informação, tanto individualmente quanto em grupo. Essa competência inclui a conscientização do processo de aprendizagem e necessidades, identificando oportunidades disponíveis e a capacidade de superar obstáculos para aprender com sucesso. Esta competência significa ainda ganhar, processar e assimilar novos conhecimentos e habilidades, bem como buscar e fazer uso de orientação.

Aprender a aprender envolve contribuir para que os alunos possam desenvolver experiências de aprendizado a fim de usar e aplicar conhecimentos e habilidades em diversos contextos: em casa, no trabalho, na educação e na vida em sociedade. Motivação e confiança são cruciais para a competência de um indivíduo.

2.4.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados ao conhecimento para aprender a aprender:

Onde a aprendizagem é direcionada para objetivos específicos de

trabalho ou carreira, um indivíduo deve ter conhecimento das competências, conhecimentos, habilidades e qualificações requeridas. Em todos os casos, aprender a aprender exige que um indivíduo conheça e compreenda suas estratégias de aprendizado preferidas, os pontos fortes e fracos de suas habilidades e qualificações, e seja capaz de buscar oportunidades de educação e treinamento e orientação e / ou suporte disponível.

Aprender a aprender requer, em primeiro lugar, a aquisição de habilidades básicas, como alfabetização, numeramento e habilidades em Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), que são necessárias para a aprendizagem futura. Com base nessas habilidades, um indivíduo deve ser capaz de acessar, processar e assimilar novos conhecimentos, competências e habilidades. Isto requer uma gestão eficaz da aprendizagem, carreira e padrões de trabalho, e, em particular, a capacidade de perseverar na aprendizagem, concentrar-se durante períodos alargados e refletir criticamente sobre os propósitos e objetivos da aprendizagem.

Os indivíduos devem ser capazes de dedicar tempo para aprender de forma autônoma e com autodisciplina, mas também para trabalhar colaborativamente como parte do processo de aprendizagem, obter os benefícios de um grupo heterogêneo e compartilhar o que aprenderam. Os indivíduos devem ser capazes de organizar sua própria aprendizagem, avaliar seu próprio trabalho e procurar aconselhamento, informação e apoio quando apropriado.

Uma atitude positiva inclui a motivação e confiança para buscar e ter sucesso na aprendizagem ao longo da vida. Uma atitude de resolução de problemas apoia tanto o processo de aprendizagem em si, quanto a capacidade de um indivíduo de lidar com obstáculos e mudanças. O desejo de aplicar experiências prévias de aprendizagem e de vida e a curiosidade de procurar oportunidades para aprender e aplicar a aprendizagem em uma variedade de contextos de vida são elementos essenciais de uma atitude

positiva.

2.5. Pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico

O pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico é a capacidade de desenvolver e aplicar o pensamento matemático para resolver uma série de problemas em situações cotidianas. Com base no sólido domínio da numeracia, a ênfase está no processo e na atividade, bem como no conhecimento. A competência matemática envolve, em diferentes graus, a capacidade e disposição de usar modos matemáticos de pensamento (pensamento lógico e espacial) e apresentação (fórmulas, modelos, tabelas e gráficos).

A competência em matemática contribui para o desenvolvimento de atitudes que os indivíduos devem ter para solucionar problemas e serem críticos para resolver questões simples e complexas do cotidiano, interpretando, analisando e compreendendo numericamente/logicamente o mundo no qual se vive, por meio de práticas que contribuem para o processo de apropriação de usos sociais que se pode fazer da lógica-matemática.

As variadas formas de raciocínio lógico-matemático devem ser exploradas pelos indivíduos de maneira analítica e crítica, desenvolvendo neles a competência na resolução de problemas reais e garantindo a capacidade de planejar, explicitar hipóteses, determinar estratégias e tomar decisões.

A competência em ciência refere-se à capacidade e disposição de usar o corpo de conhecimento e metodologia empregados para explicar o mundo natural, a fim de identificar questões e extrair conclusões baseadas em evidências.

A competência em tecnologia é vista como a aplicação desse

conhecimento e metodologia em resposta às necessidades ou desejos humanos percebidos. A competência em ciência e tecnologia envolve a compreensão das mudanças causadas pela atividade e responsabilidade humanas como cidadão individual.

2.5.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados ao pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico:

O conhecimento necessário ao pensamento científico, crítico, criativo, lógico e tecnológico inclui um conhecimento sólido de números, medidas e estruturas, operações básicas e apresentações matemáticas básicas, uma compreensão de termos e conceitos matemáticos e uma consciência das questões às quais a matemática pode oferecer respostas.

Um indivíduo deve ter as habilidades para aplicar princípios matemáticos básicos e processos em contextos cotidianos em casa e no trabalho, e para acompanhar e avaliar as cadeias de argumentos. Um indivíduo deve ser capaz de raciocinar matematicamente, entender provas matemáticas e se comunicar em linguagem matemática, e usar auxílios apropriados.

Uma atitude positiva na matemática baseia-se no respeito da verdade e na vontade de procurar razões e avaliar sua validade. Para a ciência e tecnologia, o conhecimento essencial compreende os princípios básicos do mundo natural, conceitos científicos fundamentais, princípios e métodos, tecnologia e produtos e processos tecnológicos, bem como uma compreensão do impacto da ciência e da tecnologia no mundo natural. Essas competências devem permitir que os indivíduos compreendam melhor os avanços, limitações e riscos das teorias, aplicações e tecnologias científicas nas sociedades em geral (em relação à tomada de decisões, valores, questões morais, cultura, etc.).

As habilidades incluem a capacidade de usar e manipular ferramentas

tecnológicas e máquinas, bem como dados científicos para alcançar uma meta ou para chegar a uma decisão ou conclusão baseada em evidências. Os indivíduos também devem ser capazes de reconhecer as características essenciais da investigação científica e ter a capacidade de comunicar as conclusões e o raciocínio que os levou.

A competência inclui uma atitude de apreciação crítica e curiosidade, um interesse em questões éticas e respeito pela segurança e sustentabilidade, em particular no que diz respeito ao progresso científico e tecnológico em relação a si mesmo, família, comunidade e questões globais.

2.6. Repertório, consciência e expressão cultural

Sensibilização e expressão cultural refere-se a valorização da importância da expressão criativa de ideias, experiências e emoções em uma variedade de mídias, incluindo música, artes cênicas, literatura e artes visuais.

2.6.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a competência de repertório, consciência e expressão cultural:

Repertório, consciência e expressão cultural incluem uma consciência do patrimônio cultural local, nacional e internacional e o seu lugar no mundo. Abrange um conhecimento básico das principais obras culturais, incluindo a cultura popular contemporânea. É essencial entender a diversidade cultural e linguística em todos os continentes e compreender a necessidade de preservá-las, considerando-se a importância dos fatores estéticos e éticos da vida cotidiana.

As habilidades se relacionam tanto com a apreciação quanto com a expressão: a apreciação e o prazer das obras de arte e performances, bem como a auto-expressão através de uma variedade de meios, usando as capacidades inatas de cada um. As habilidades incluem também a capacidade

de relacionar os próprios pontos de vista criativos e expressivos com as opiniões dos outros e identificar e realizar oportunidades sociais e econômicas na atividade cultural. A expressão cultural é essencial para o desenvolvimento de habilidades criativas, que podem ser transferidas para uma variedade de contextos profissionais.

Uma sólida compreensão da própria cultura e um senso de identidade pode ser a base para uma atitude aberta e de respeito pela diversidade da expressão cultural. Uma atitude positiva também abrange a criatividade e a vontade de cultivar a capacidade estética através da auto-expressão artística e da participação na vida cultural.

2.7. Comunicação na língua materna e na língua estrangeira

2.7.1. Comunicação na língua materna

A comunicação na língua materna é a capacidade de expressar e interpretar conceitos, pensamentos, sentimentos, fatos e opiniões, tanto oralmente como por escrito (ouvir, falar, ler e escrever), e interagir linguisticamente de forma adequada, criativa e completa em uma gama de contextos sociais, culturais, educacionais e profissionais.

A comunicação qualitativa na língua materna promove a compreensão e a produção de conteúdos, em diferentes formatos, de diferentes esferas da atividade humana, sedimentadas em concepções que pressupõem o estudo da língua nas situações em que ela se realiza. Em outras palavras, a comunicação na língua materna permite a criação de ambientes de aprendizagem que promovem e ampliam o letramento dos indivíduos para fazer frente às demandas de seu contexto social e usar essas competências para continuar aprendendo sempre.

2.7.1.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a

comunicação na língua materna:

A competência comunicativa é resultado da aquisição da língua materna, que está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento da capacidade cognitiva de um indivíduo para interpretar o mundo e relacionar-se com os outros. A comunicação na língua materna exige que o indivíduo tenha conhecimento do vocabulário, da gramática funcional e das funções da linguagem. Inclui uma consciência dos principais tipos de interação verbal, uma gama de textos literários e não literários, as principais características de diferentes estilos e registros de linguagem e a variabilidade de linguagem e comunicação em diferentes contextos.

Os indivíduos devem ter as habilidades para se comunicar oralmente e por escrito em uma variedade de situações comunicativas e para monitorar e adaptar sua própria comunicação às exigências da situação. Essa competência também inclui as habilidades para distinguir e usar diferentes tipos de textos, para pesquisar, coletar e processar informações, para usar ajudas e para formular e expressar seus argumentos orais e escritos de uma maneira convincente e apropriada ao contexto.

Uma atitude positiva em relação à comunicação na língua materna envolve uma disposição para o diálogo crítico e construtivo, uma apreciação das qualidades estéticas e uma vontade de lutar por elas, e um interesse na interação com os outros. Isto implica uma consciência do impacto da linguagem nos outros e a necessidade de entender e usar a linguagem de uma maneira positiva e socialmente responsável.

2.7.2. Comunicação na língua estrangeira

A comunicação em línguas estrangeiras compartilha amplamente as principais competências da comunicação na língua materna e baseia-se na capacidade de compreender, expressar e interpretar conceitos, pensamentos,

sentimentos, factos e opiniões, tanto oralmente como por escrito (ouvir, falar, ler e escrita) em uma gama apropriada de contextos sociais e culturais (em educação e treinamento, trabalho, casa e lazer) de acordo com os desejos ou necessidades da pessoa.

A comunicação em línguas estrangeiras também exige habilidades como mediação e compreensão intercultural. O nível de proficiência de um indivíduo varia entre as quatro dimensões (ouvir, falar, ler e escrever) e entre as diferentes línguas e de acordo com o contexto social e cultural, ambiente, necessidades e / ou interesses do indivíduo.

2.7.2.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a competência em línguas estrangeiras:

A competência em línguas estrangeiras requer conhecimento de vocabulário e gramática funcional e uma consciência dos principais tipos de interação verbal e registros de linguagem. O conhecimento das convenções sociais e o aspecto cultural e a variabilidade das línguas é importante.

As habilidades essenciais para a comunicação em línguas estrangeiras consistem na capacidade de compreender mensagens faladas, iniciar, sustentar e concluir conversas e ler, compreender e produzir textos adequados às necessidades do indivíduo. Os indivíduos também devem ser capazes de usar recursos de forma apropriada e aprender idiomas informalmente como parte da aprendizagem ao longo da vida.

Uma atitude positiva envolve a valorização da diversidade cultural e um interesse e curiosidade nas línguas e na comunicação intercultural.

2.8. Cultura e letramento digital

A cultura e letramento digital envolve o uso confiante e crítico das

Tecnologias da Informação e Comunicação (TDIC) para o trabalho, educação, lazer e comunicação. É sustentado por habilidades básicas, como por exemplo: o uso de computadores para recuperar, avaliar, armazenar, produzir, apresentar e trocar informações, e para se comunicar e participar de redes colaborativas através da Internet, entre outros.

A cultura e letramento digital contribui para o desenvolvimento de autoria e criação de projetos apoiados por TDIC, tais como: expressar-se e comunicar-se utilizando diferentes softwares; criar produtos baseados em princípios e conceitos; desenvolver protótipos usando diferentes equipamentos e softwares; publicar em ambientes virtuais respeitando os espaços de convivência de uma sociedade pluralista; compartilhar informações que promovam o bem individual e coletivo.

2.8.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados ao letramento digital:

O letramento digital requer uma sólida compreensão e conhecimento da natureza, papel e oportunidades das TDIC em diversos contextos: na vida pessoal, social e acadêmica, bem como no trabalho. Isso inclui os principais aplicativos de computador, como processamento de texto, planilhas, bancos de dados, armazenamento e gerenciamento de informações e um entendimento das oportunidades e riscos potenciais da Internet e da comunicação via mídia eletrônica (e-mail, ferramentas de rede) para trabalho, lazer e informação. compartilhamento e colaboração de redes, aprendizagem e pesquisa.

Os indivíduos também devem entender como as TDIC podem apoiar a criatividade e a inovação e estar cientes das questões relacionadas à validade e confiabilidade das informações disponíveis e dos princípios legais e éticos envolvidos no uso interativo das TDIC.

As habilidades necessárias incluem a capacidade de pesquisar, coletar e

processar informações e usá-las de maneira crítica e sistemática, avaliando a relevância e distinguindo o real do virtual e reconhecendo os links confiáveis. Os indivíduos devem ter habilidades para usar ferramentas para produzir, apresentar e entender informações complexas e a capacidade de acessar, pesquisar e usar serviços baseados na Internet. Os indivíduos também devem poder usar as TDIC para apoiar o pensamento crítico, a criatividade e a inovação.

O uso das TDIC requer uma atitude crítica e reflexiva em relação à informação disponível e um uso responsável da mídia interativa. Interesse em envolver-se em comunidades e redes para fins culturais, sociais e profissionais.

2.9. Trabalho, projeto de vida e empreendedorismo

Competências para o trabalho, projeto de vida e empreendedorismo referem-se à capacidade do indivíduo transformar ideias em ação. Incluem criar, inovar e correr riscos, bem como a capacidade de planejar e gerenciar projetos para alcançar objetivos pré-definidos, apoiando os indivíduos não apenas em suas vidas cotidianas em casa e na sociedade, mas, também, no local de trabalho. Essas competências envolvem, ainda, a capacidade de aproveitar oportunidades e é a base para habilidades e conhecimentos mais específicos que estabelecem ou contribuem para atividades sociais, culturais, industriais ou comerciais. Isso deve incluir a conscientização dos valores éticos e promover a boa governança.

2.9.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a iniciativa e empreendedorismo:

Inclui a capacidade de identificar oportunidades disponíveis para atividades pessoais, profissionais e/ou de negócios, incluindo visões holísticas de “panoramas maiores” que forneçam o contexto no qual as pessoas vivem,

estudam e trabalham, como uma ampla compreensão do funcionamento da economia e oportunidades e desafios enfrentados por um empregador, empreendedor ou organização. Os indivíduos também devem estar cientes da posição ética das empresas e de como elas podem ser uma força do bem, por exemplo, por meio do comércio justo ou por meio de empreendimentos sociais.

As habilidades se relacionam com o gerenciamento proativo de projetos (envolvendo, por exemplo, a capacidade de planejar, organizar, gerenciar, liderar e delegar, analisar, comunicar, analisar, avaliar e registrar), representação e negociação eficazes e a capacidade de trabalhar tanto como individual e colaborativa em equipes. A capacidade de julgar e identificar os pontos fortes e fracos, avaliar e assumir riscos conforme e quando justificado, é essencial.

Uma atitude empreendedora é caracterizada pela iniciativa, proatividade, independência e inovação na vida pessoal e social, tanto quanto no trabalho. Também inclui motivação e determinação para atingir objetivos, objetivos pessoais ou objetivos comuns a outros, inclusive no trabalho.

2.10. Competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional

Incluem competências pessoais, interpessoais e interculturais e abrangem todas as formas de comportamento que equipam os indivíduos para participarem de uma forma eficaz e construtiva na vida social e laboral e, em particular, em sociedades cada vez mais diversificadas, e para resolver conflitos onde necessário. As competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional preparam os indivíduos para participarem plenamente da vida em sociedade, baseada no conhecimento de conceitos e estruturas sociais e políticas e no compromisso com a participação ativa e democrática.

2.10.1. Conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais relacionados a competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional

As competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional estão ligadas ao bem-estar pessoal e social, que requerem uma compreensão de como os indivíduos podem garantir uma saúde física e mental ótima, inclusive como um recurso para si e para a família e o ambiente social onde vive. Também considera o conhecimento de como um estilo de vida saudável pode contribuir para o bem-estar. Para uma participação interpessoal e social bem-sucedida, é essencial compreender os códigos de conduta e as maneiras geralmente aceitas em diferentes sociedades e ambientes (por exemplo, no trabalho). É igualmente importante ter consciência dos conceitos básicos relativos a indivíduos, grupos, organizações de trabalho, igualdade de gênero e não discriminação, sociedade e cultura. Compreender as dimensões multiculturais e socioeconômicas das diversas sociedades e como a identidade cultural nacional interage com as culturas de outros países.

As competências de empatia, cooperação e atitude socioemocional e cidadãs incluem a capacidade de se comunicar de maneira construtiva em diferentes ambientes, de mostrar tolerância, expressar e compreender diferentes pontos de vista, de negociar com a capacidade de criar confiança e de sentir empatia. Os indivíduos devem ser capazes de lidar com o estresse e a frustração, expressando-os de maneira construtiva e também devem distinguir entre as esferas pessoal, social, educacional e profissional.

As competências socioemocionais são baseadas em atitudes de colaboração, assertividade e integridade. Os indivíduos devem ter interesse no desenvolvimento socioeconômico e na comunicação intercultural e devem valorizar a diversidade e respeitar os outros, e estar preparados tanto para superar preconceitos, quanto para conviver pacificamente com as diferenças.

A competência cidadã baseia-se no conhecimento dos conceitos de

democracia, justiça, igualdade e direitos civis, incluindo a forma como são expressos na Constituição de cada nação e nas declarações internacionais e como são aplicadas por várias instituições a nível local, municipal, estadual, regional, nacional e internacional. Inclui o conhecimento de eventos contemporâneos, bem como as principais tendências da história nacional e mundial. Além disso, deve-se desenvolver uma consciência dos objetivos e valores dos movimentos sociais e políticos.

As habilidades para a competência cidadã estão relacionadas à capacidade de se envolver efetivamente com outras pessoas no domínio público e demonstrar solidariedade e interesse na solução de problemas que afetam a comunidade local e a comunidade em geral. Isto envolve uma reflexão crítica e criativa e uma participação construtiva nas atividades da comunidade ou da vizinhança, bem como na tomada de decisões a todos os níveis, do nível local ao nível nacional e mundial.

O pleno respeito pelos direitos humanos, incluindo a igualdade como base para a democracia, a apreciação e compreensão das diferenças entre os sistemas de valores de diferentes grupos religiosos ou étnicos, cria as bases para uma atitude positiva. Isto significa mostrar tanto um sentimento de pertença à própria localidade, país, e para o mundo, como a vontade de participar na tomada de decisões democráticas a todos os níveis. Também inclui demonstrar um senso de responsabilidade, bem como demonstrar compreensão e respeito pelos valores compartilhados que são necessários para garantir a coesão da comunidade, como o respeito pelos princípios democráticos. A participação construtiva também envolve atividades cívicas, apoio à diversidade social e à coesão e desenvolvimento sustentável, além de disposição para respeitar os valores e a privacidade dos outros.

3. O EMPREENDEDOR VISAGISTA

Quando o maquiador e cabeleireiro francês Fernand Aubry cunhou o termo “visagisme” em 1936 (um neologismo para a palavra francesa “visage”, que significa face), deu à sua criação etimológica a natureza de um conceito, tal como o das outras expressões artísticas do mesmo período. Naquele momento, a Europa atravessava um período de renovação nas artes e na tecnologia – e na cultura de forma geral. Foi o tempo dos “ismos” (HOBBSAWM, 2003): muitos movimentos artísticos dentro do “modernismo”, que incorporavam as novidades tecnológicas e lidavam com um mundo em transformação. Aubry provavelmente viu nesse momento a necessidade de incorporar ao trabalho com os instrumentais da beleza uma ampliação de significados, não mais atrelados aos modelos oriundos do século 19, mas a elaboração das expectativas a partir das necessidades das identidades – tudo isso mediado pela consolidação das artes visuais imagéticas, sobretudo o cinema.

Atualmente, o visagismo pode ser definido como o estudo da identidade e do estilo de um indivíduo, dos seus traços emanando além de sua beleza e comunicação com o exterior, também sua estrutura. (ver apêndice H) Essa elaboração mais aprofundada em 2D – Máscara Facetada, do conceito do visagismo deu-se ao longo do século 20, com o desenvolvimento da semiótica, ganhando força como área de conhecimento mais científico e acadêmico só no fim do século passado.

Mais do que uma técnica de utilização de linhas e cores para evidenciar traços, o visagismo perpassa outros elementos, da Fisiognomia (uma ciência com antigas origens, consolidada no Renascimento e ressignificada no final do século 19 pela Medicina e, mais presentemente, pelo próprio visagismo) ao estudo dos líquidos e humores de Hipócrates e Galeno para comunicar uma identidade que se quer construir a partir da imagem pessoal.

O visagismo busca personalizar a imagem, e não padronizar um entendimento único da beleza (e encaixá-lo para todas as pessoas). É justamente o contrário. A individuação de uma imagem construída sobre a plataforma da aparência real e verdadeira, que também está ligada ao momento cultural da psicologia do século 20 (notadamente a psicologia analítica e o estudo por essa dos arquétipos), influenciou e foi influenciada pela conceituação do visagismo. Jean Claude Juillard (que atua em parceria marca L'Oreal, em curso livres) popularizou a aplicação da técnica visagista através da realização de cursos – Le Méthode C. Juillard, e assim ajudou a garantir que o conceito de visagismo fosse amplamente conhecido na europa e no Brasil. Hoje, mais do que somente um conjunto de técnicas, compreende uma área do conhecimento, multidisciplinar, integrando vários saberes e estudos transformadores na identificação de identidades:

O alcance e atuação do Visagismo na cultura, tem crescido e se solidificado por meio das propostas em torná-lo área de conhecimento científico, criando-se desde cursos de caráter técnico-profissionalizante a cursos de formação universitária e acadêmica, como pode-se verificar no ensino superior privado, em todo Brasil, especialmente na cidade de São Paulo (NUNES, 2018, p. 80).

Assim, o visagismo demanda o exercício da criatividade, pois não é somente uma técnica – como veremos ao longo desse capítulo. E, apesar de combinar análises de critério físico e matemático (teoria das cores, geometria, etc.), não consiste em uma gama de modelos prontos a serem aplicados. Também veremos que o visagismo não é guiado apenas pela intuição. (ver apêndice I) Há uma simbologia de arquétipos (formados por cor, forma e estrutura) em toda imagem, e com o rosto e o corpo não é diferente.

A interpretação das imagens (não apenas as estáticas, todas elas, inclusive as que são representadas tridimensionalmente pelo corpo em movimento) pode ser objeto de estudo a partir de uma perspectiva visagista. A partir do início do século 20 essa relação com as imagens fica ainda mais forte, como veremos adiante. O corpo comunica, de dentro para fora uma série de símbolos e significados, pois as estruturas contêm um (ou vários) sentido(s), encontrados na

sede da identidade o rosto (ver apêndice J). Com as possibilidades de análise oriundas do visagismo, a compreensão desses sentidos pode ser ampliada:

De fato, a utilização das imagens se generaliza e, contemplando-as (aparência) ou fabricando-as (imagem), todos os dias acabamos sendo levados a utilizá-las, decifrá-las, interpretá-las. Um dos motivos pelos quais elas podem parecer ameaçadoras é que estamos no centro de um paradoxo curioso: por um lado vemos as imagens de uma maneira que no parece totalmente “natural”, que, aparentemente não exige qualquer aprendizado e, por outro temos a impressão de estar sofrendo de maneira mais inconsciente do que consciente a ciência de certos iniciados que conseguem nos “manipular”, afogando-nos com imagens em códigos secretos que zombam de nossa ingenuidade (JOLY, 1996, p. 10).

Mas, como afirma a autora, a análise sociológica e semiótica das imagens nos permite perceber que sim, somos culturalmente iniciados na interpretação das imagens. A comunicação contemporânea está imbuída dessa interpretação imagética. O visagismo é, nessa perspectiva, um importante elemento de análise semiótica e simbólica das imagens, daquilo que os seres humanos exteriorizam através das concepções das formas – e daquilo que é possível transformar através de uma elaboração mais harmônica e equilibrada dessas mesmas formas. Forma e função, dois aspectos tão caros à arquitetura e ao design no século 20, se integram para a elaboração conceitual do visagismo até o final deste século, a partir do século 21, não faz mais sentido a forma seguir a função. Sobretudo, as diversas possibilidades se materializam, com a conexão cabeça e corpo.

O presente capítulo tem por objetivo fundamentar os quatro pilares do visagismo contemporâneo (formas geométricas – matemática, proporção áurea, etc. –, cores, tons de pele e traços de personalidade), a partir do entendimento da sua relação com a beleza e a estética, passando antes por sua fundamentação sociológica e histórica. Dessa forma, procuramos aqui explorar o conceito do visagismo, justificando sua natureza multidisciplinar.

3.1. A relação entre visagismo, beleza e estética

Se o belo é transposição e apresentação sensível do verdadeiro (interno), a filosofia deve ir ao essencial e negligenciar o secundário (externo). O sensível é um objecto ontologicamente indigno e a beleza está algures, mas não nas coisas. A estética

entendida como reflexão sobre a *aisthêsis* e a beleza sensível não tem nenhuma hipódissertações. Esta metafísica do belo constitui um obstáculo à estética. (TALON-HUGON, 2009, p. 27).

Desde tempos imemoriais da criação e do pensamento humanos, a apreciação da beleza está presente nas relações sociais. A sistematização da estética como uma disciplina a partir do século 18, possibilitou a formalização dessa área do conhecimento dentro da perspectiva iluminista – temporariamente quando Alexander Gottlieb Baumgarten iniciou o estudo filosófico do belo na arte e o publicou na obra intitulada *Aesthetica* (TALON-HUGON, 2009). A compreensão da estética é, no entanto, bastante anterior a esse momento.

Quando os gregos formularam a expressão *aísthesis* (que pode ser traduzida como sensação e/ou sentimento), sua filosofia unia-se ao entendimento da lógica e da ética. Para a interpretação desse termo gravaram a *Poética* (assim associada retroativamente, pelos pensadores iluministas). Sabemos, pelos registros que para a posteridade ficaram, que os gregos possuíam na elaboração de suas artes uma preocupação que depois foi grafada como estética, porque centrada no belo: estavam os gregos preocupados com a metafísica do belo.

A estética, naquele momento, mais do que a valorização daquilo que era considerado belo aos olhos humanos, era a disciplina filosófica dedicada ao estudo dos símbolos e sua interpretação pelos sentidos humanos. No entanto, antes do século 18 não pode ser considerada um método de análise, pois apenas no Iluminismo é que se deu sua sistematização:

Entretanto, definir a estética como um método e um campo de objectos ainda não é suficiente. De facto, o termo “estética” não aparece senão no século 18, pela pena de Baumgarten que, primeiro, propõe o substantivo em latim (*aesthetica*) nas suas *Meditações Filosóficas* (1735), e depois em alemão (*die Aesthetik*) no seu *Aesthetica*, em 1750. Mas a invenção do nome não significa a invenção da disciplina. (TALON-HUGON, 2009, p. 9).

Como podemos depreender da afirmação acima, de Carole Talon-Hugon, mesmo o estabelecimento do conceito de estética na filosofia do século 18 não a forjou como uma disciplina estabelecida. Apenas na contemporaneidade podemos

afirmar que tal conceito ganhou os significados que ainda contém. Muitas foram as apreensões do belo ao longo da história das ideias na humanidade:

(...) que é exactamente a estética? É crítica do gosto como pensava o século 18 francês e inglês? Teoria do sensível como queria Baumgarten? Ou filosofia da arte como afirma amplamente o século 19? Será pensamento do ser como diz a fenomenologia, ou elucidação crítica dos conceitos estéticos como quer a filosofia analítica? (TALON-HUGON, 2009, p. 11).

Mesmo que ao longo da história humana a conceituação filosófica da estética tenha passado por diferentes definições, todas elas têm algo em comum: a interpretação de símbolos. E essa dimensão permanece e foi ainda mais aprofundada pela semiótica.

Ao longo do século 20 essa compreensão da estética desenvolveu-se sobre o entendimento do que é a beleza e sua valorização. A aparência sempre contou, e na contemporaneidade (e na sociedade do consumo), passou a contar ainda mais como base de apoio as possíveis construções.

O visagismo é, assim, uma das possibilidades no mundo contemporâneo de trazer à luz a beleza, ou imagem desejada de cada pessoa, a partir de si mesma, e não de um referencial externo. A beleza é, nos tempos contemporâneos, uma dimensão importante da autoestima. A combinação de características físicas e psicológicas, que dão estrutura ao self (tão amplamente estudado no século 20 pela psicologia analítica, tendo como precursor fundamental dessa teoria o psicólogo Carl Jung) é objeto de estudo do visagismo. Não apenas a imagem e a harmonização dessa no sentido de alcançar uma beleza, mas também e principalmente a evidenciação das características físicas e psicológicas, pois a beleza está ali, pois: “O visagismo é uma técnica que consiste em aplicar fundamentos da beleza para criar uma imagem pessoal adequada à personalidade do indivíduo, analisando os componentes do seu rosto” (ver apêndice K). (KAMIZATO, 2014, p. 35).

A evidenciação da beleza no sentido da estética do século 20 passa pela aplicação dos conceitos e de técnicas próprias do visagismo (que combina a

análise das linhas do rosto com forme objetivo, as cores e a personalidade, como veremos adiante nesse texto) e pela individualização da identidade, através da linguagem verbo visual.

A seguir, apresentamos a relação do visagismo com o século 20, pois ainda que a preocupação dos seres humanos com a evidenciação da beleza tenha origens desde tempos imemoriais das sociedades humanas – e que a beleza tenha sempre sido importante em alguma medida na própria configuração dessas relações –, o visagismo tal como foi nomeado por Aubry é um conceito intimamente relacionado ao século 20.

Portanto, para que possamos definir o visagismo em sua completude, é necessário de antemão entender sua relação histórica e sociológica com o século 20, tendo em vista não apenas o momento histórico de sua conceituação, mas também as novas apreensões da beleza e de sua relação com a tecnologia na sociologia do século 20 .(ver apêndice L).

E, posteriormente, nos debruçaremos na fundamentação teórica do conceito do visagismo e seus quatro pilares, que o caracterizam mais do que um conjunto de técnicas aplicados pelos profissionais da área da beleza, uma área multidisciplinar de conhecimento que busca individualizar identidades, elevando a autoestima do sujeito e evidenciar estruturas como objetivo e a beleza o equilíbrio .(ver apêndice M).

3.2. O visagismo como uma disciplina a partir do século 20

Em dezembro de 1895 os irmãos Lumière apresentaram ao mundo, em uma sessão realizada na França, sua invenção de um equipamento conhecido como cinematógrafo, na depois famosa exibição de um trem chegando à uma estação. Não foram eles os precursores da técnica – outros tantos inventores já tinham conseguido apresentar imagens animadas, em teatros de variedades e

feiras por diversos locais na Europa e nos Estados Unidos. No entanto, ficou para a posteridade essa sessão como o nascimento do cinema.

Desde a invenção das primeiras máquinas fotográficas e até mesmo antes, com os antigos daguerreótipos ainda na primeira metade do século 19, os seres humanos passaram a ter outra relação com suas próprias imagens. O cinema, no entanto, transformou definitivamente essa relação. E não apenas porque o encanto com a fotografia foi exacerbado com as imagens animadas, mas também porque o momento histórico da invenção do cinema foi também o de inúmeras outras invenções, o que revelou para a humanidade o poder da tecnologia. O encurtamento das distâncias, através dos telégrafos, telefones, motores elétricos e automóveis – além do encantamento com as possibilidades da fotografia – trazia às pessoas o maravilhamento com todo o avanço tecnológico vivenciado no período.

O crescimento e desenvolvimento das cidades, o aumento da circulação das pessoas num mundo que se consolidava cada vez mais como um espaço das mercadorias e do consumo, da produção em série favoreceram ainda mais a ampliação das tecnologias, que encontravam nesse lugar um ambiente propício ao seu melhoramento. Muitas novas experiências sensoriais estavam presentes nesse momento.

Igualmente o mundo das artes não ficaria de fora dessas transformações. A música, a literatura, as artes plásticas, a arquitetura, todas as formas de expressão artística foram influenciadas. Era o tempo dos modernismos:

Em 1914, praticamente tudo que se pode chamar pelo amplo e meio indefinido termo de 'modernismo' já se achava a postos: cubismo, expressionismo; abstracionismo puro na pintura; funcionalismo e ausência de ornamentos na arquitetura; o abandono da tonalidade na música; o rompimento com a tradição na literatura (HOBBSAWM, 2003, p. 178).

Mas não apenas arte pela arte – pelo menos não em todas as expressões. O auge do funcionalismo e a necessidade do amplo aproveitamento do tempo levaram ao desenvolvimento do design. A mais importante escola, no sentido de um movimento artístico cultural, para o design foi a Bauhaus:

Sua influência se baseava não só nesses talentos [Gropius e Mies van der Rohe, Lyonel Feininger, Paul Klee e Wassily Kandinsky, Malevich, El Lissitzky e outros], mas – a partir de 1921 – num deliberado afastamento da velha tradição de artes e ofícios e belas artes (de vanguarda) em direção a designs de uso prático e produção industrial: carrocerias de carro (de Gropius), poltronas de aviões, arte gráfica e publicitária (uma paixão do construtivista russo El Lissitzky), além do desenho das cédulas de 1 e 2 milhões de marcos durante a grande hiperinflação alemã de 1923 (HOBSEAWM, 2003, 185).

A Bauhaus, portanto, foi a mais importante influência no desenvolvimento do design no início do século 20. Fundada na Alemanha em 1919, pregava pela funcionalidade, sem descuidar do apuro estético, no sentido do século 20. As formas, proporcionais e harmônicas, deviam também serem funcionais. Forma e função integradas: “exercício puro do racionalismo funcional”. Essa gênese do design industrial no século 20 foi transportada também para o visagismo.

Ao longo de toda a história a humanidade, desde que passou a se organizar em grupos sociais, deu valor para a representação simbólica e a comunicação através de adereços, formas, cores, vestimentas. Os códigos semióticos sempre estiveram intermediando as relações sociais, sendo a compreensão do belo uma parte fundamental das relações – e este podia estar expresso tanto naquilo que era agradável aos olhos para cada cultura, como nos símbolos de poder, autoridade ou vínculos sociais.

No entanto, foi no século 20 que o conceito de visagismo se estabeleceu mais sistematicamente, fruto de um momento histórico específico da contemporaneidade e associado à uma nova compreensão das artes e da beleza, influenciado pelo modernismo em voga quando da teorização do conceito por Fernand Aubry.

Houve, assim, precursores ao tema e outros profissionais associados à elaboração desse novo modo artístico de pensar a beleza no século 20, que une campos aparentemente distantes como arte, tecnologia e psicologia. Porém, o século 20 esteve aí para nos mostrar que não seria diferente a união desses

campos, cada um com sua importante contribuição para a formulação desse conceito.

A criação de uma imagem pessoal, característica fundamental do visagismo, associada à valorização do rosto (ver apêndice N), são preocupações presentes nas sociedades humanas desde tempos imemoriais. Povos de diferentes localidades e oriundos de diferentes culturas estiveram dedicados a isso, tal como os chineses do período das antigas dinastias, que se debruçaram sobre o estudo das formas do rosto, como os egípcios dos tempos faraônicos e os gregos da cultura clássica, cuja preocupação com a beleza e a representação visual dessa é de maior conhecimento no mundo ocidental – tal como atestam os muitos vestígios materiais que chegaram até o nosso tempo.

Dos gregos dos períodos clássico e helenístico, são importantes influências na conceituação do visagismo a teoria dos humores do filósofo e médico Hipócrates e a matemática das proporções, iniciada por Pitágoras e desenvolvida por outros matemáticos antigos. Desenvolveremos mais detidamente esses tópicos adiante, ao tratarmos dos quatro pilares do visagismo.

A união da arte com a técnica, pois o século 20 é notadamente tecnológico, é notadamente uma característica presente na conceituação do visagismo. A sua consolidação como uma área do conhecimento também está relacionada à ascensão do capitalismo como sistema hegemônico no século 20. Assim, essa união da tecnologia com a produção econômica e o estímulo ao consumo, possibilitados pelo surgimento de muitas marcas dos segmentos de cosmética foram ao encontro da busca pelo aprimoramento da imagem pessoal. As ciências nascidas e/ou mais profundamente desenvolvidas no século 20 foram fundamentais para a formação do visagismo. Seus quatro pilares fundamentais, apesar de estarem presentes no exercício desse conhecimento desde antes mesmo da Grécia Antiga, tiveram com a medicina, a psicologia, o design e toda a ciência do século 20 seu pelo desenvolvimento conceitual e teórico.

3.3. O visagismo como uma área interdisciplinar e seus quatro pilares

O Visagismo parte de princípios componentes de diversas outras linguagens como: o design, a linguagem verbo visual, a estética do corpo humano, proporção e simetria, cores, características psicológicas de personalidade e estrutura das formas geométricas; possibilitando leituras a partir do que pode ser entendido como uma sintaxe visual aplicada à imagem do corpo humano. Pelo fato de as imagens, enquanto signos, constituírem os textos da cultura, estruturando artisticamente a informação captada do ambiente, tornam-se modelos semiotizados geradores de novas linguagens e significações no processo de interação entre o homem e a cultura, tornado a imagem humana um medium para a comunicação (NUNES, 2015, p. 12).

A partir do exposto anteriormente, portanto, podemos definir conceitualmente o visagismo como a um saber que associa a linguagem verbo visual a técnicas de maquiagem, corte de cabelo, coloração pessoal, estilo, etc. Para poder comunicar e trazer à luz a identidade ou a máscara de cada pessoa, valorizando esteticamente as belezas individuais (NUNES, 2015).

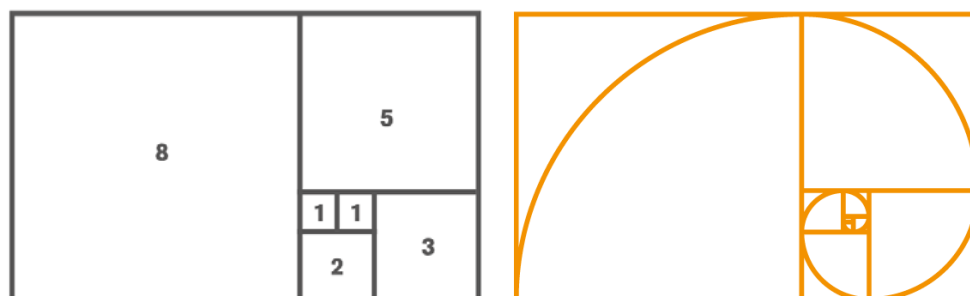
Para explorar as potencialidades desses recursos visuais, o profissional visagista domina empiricamente algumas áreas do conhecimento que perpassam a matemática (notadamente a geometria e a proporção áurea), a física (o estudo das cores), a psicologia (e o domínio dos diferentes tipos de personalidade) e os saberes da antiga medicina tradicional (que analisa os tipos de temperamento e personalidade).

A influência da proporção áurea no sentido atribuído pelos humanos à beleza já foi bastante explorada pelos estudos que tratam do tema. Construções da antiguidade clássica se utilizaram dessa razão matemática para composições de fachadas e toda sorte de produções artísticas (ANDRADE FILHO, s/ data).

A proporção áurea está presente na natureza, determinando padrão, harmonia e equilíbrio na forma dos corpos e dos elementos naturais. Também chamado de número de ouro (precisamente 1,618...), consiste na proporção entre dois segmentos de reta, em que um está contido no outro. Era (e ainda é) utilizado para a elaboração de polígonos, compondo figuras em que círculos, quadrados,

retângulos e triângulos são combinados (TRINDADE e TRINDADE, 2015).(ver apêndice O) Desde o século 13, quando Leonardo Fibonacci descreveu sua sequência com os inéditos – para os europeus – numerais indo-arábicos, a matemática preocupa-se em estudar esse número irracional. A sequência de Fibonacci também expressa a razão áurea, e por meio dela é possível compreender não apenas a composição com linhas geométricas, como também a formação de espirais. Todos esses elementos estão presentes na natureza e nas formas humanas. Não seria diferente com as linhas dos nossos rostos.

Figura 1 – A razão áurea nos polígonos quadráticos e a sequência de Fibonacci.



Fonte: TRINDADE e TRINDADE, 2015

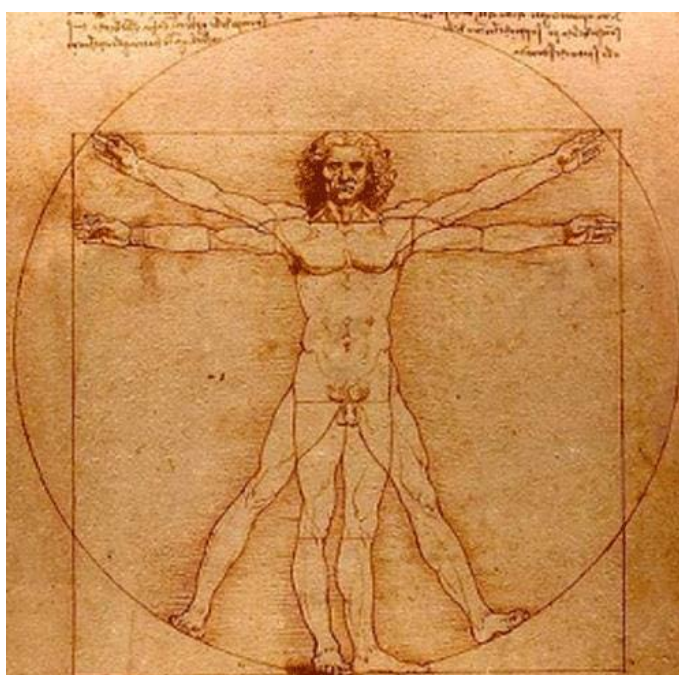
A razão áurea é, portanto, utilizada para estabelecer a harmonias entre as proporções para que essas se aproximassem mais do belo, proporção e equilíbrio entre as partes do todo. Desde os pensadores gregos (primeiro com a matemática de Pitágoras e depois com a filosofia de Platão) (ver apêndice P) a beleza estaria na proporção geométrica e na concepção matemática do universo (ECO, 2010).

O icônico desenho do Homem Vitruviano, de Leonardo Da Vinci, por exemplo, uma obra do século 15, contém na sua composição a proporção áurea na expressão das partes do corpo (todo). Inspirado no trabalho do arquiteto Marcus Vitruvius Pollio, Da Vinci demonstra no belo desenho de Vitruvius, como a natureza das formas humanas estão imbuídas da proporção áurea, e essa orienta nossos olhos na definição daquilo que os seres humanos interpretam como o belo. Não apenas nos corpos humanos, mas em toda a natureza está expressa essa proporção, como fica claro na sequência de Fibonacci. A formação de uma

linguagem visual passa, portanto, pela apreciação das proporções na fisionomia humana. No rosto temos a seguinte proporção:

A proporção áurea aplicada ao rosto humano estuda três partes importantes: a área da testa, a área entre a testa e a base do nariz e a área entre a base do nariz e o queixo, podendo, então, ser aplicada essa proporção a outras áreas do rosto, que são relacionadas ao 'intelecto'(razão), 'emoção' e 'intuição', respectivamente. A preocupação do Visagismo é manter o equilíbrio entre essas três áreas do rosto com base no conhecimento dos pontos áureos, predominando a harmonia deste (BIEHL e LIMA, 2018, 21).

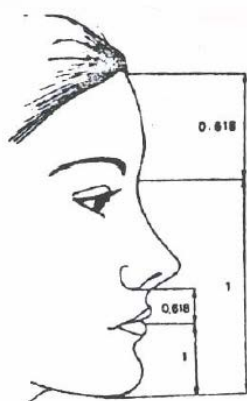
Figura 2 – O Homem Vitruviano, de Leonardo Da Vinci.



Fonte: BIEHL e LIMA, 2018

Portanto, como se depreende do trecho acima, utilizando a proporção áurea que temos nas nossas formas anatômicas, o visagismo pode ser aplicado no sentido de aproximar (com o uso de maquiagem, corte de cabelo, coloração pessoal e estilo por exemplo) as medidas para o equilíbrio entre as medidas, mantendo-as o mais próximo possível dessa proporção.

Figura 3 – Esquema da proporção áurea no rosto



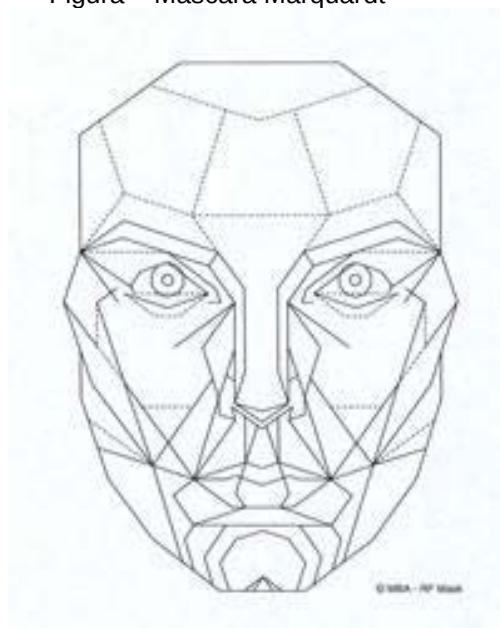
Fonte: BIEHL e LIMA, 2018

A utilização da proporção áurea no estudo sobre as formas do rosto, ou seja, o emprego dos instrumentos da matemática e geometria é tão consolidado no mundo das artes desde os primórdios das civilizações humanas e tão presente na conceituação do visagismo a partir da primeira metade do século 20 também está presente na elaboração da Máscara Marquardt. De acordo com Biehl e Lima:

(...) o cirurgião plástico chamado Steven Marquardt ficou mundialmente conhecido e, hoje, faz parte da Sociedade de Cirurgiões Bucomaxilofaciais dos Estados Unidos, por desenvolver um trabalho que deu origem a uma Máscara baseada em sequências matemáticas que contém o arquétipo da beleza, com o objetivo central de mostrar às pessoas os padrões necessários para que a beleza ideal seja alcançada (BIEHL e LIMA, 2018, 22).

Construída em pentágonos áureos, a Máscara Marquardt é utilizada sobrepondo-se ao rosto estudado, para assim, através da análise das proporções entre as figuras geométricas, determinar quais áreas do rosto podem ser modificadas (permanentemente ou não) para trazer à tona uma maior proximidade com as formas proporcionais, de acordo com a compreensão de beleza seja, simétrica ou assimétrica. Utilizado de medidas proporcionais entre a distância da testa ao nariz, Marquardt criou a “fórmula da beleza” e, a partir da proporção entre essas medidas, baseadas na razão áurea, criou a Máscara.

Figura – Máscara Marquardt



Fonte: Biehl e Lima, 2018

Esse estudo baseado nas proporções áureas do rosto permitiu a classificação das fisionomias em alguns tipos de formatos geométricos. Mais do que padronizar os rostos, encaixando a beleza de cada pessoa em modelos pré-determinados, a classificação em tipos geométricos permite ao visagismo fundamentar seus pressupostos técnicos. Essa classificação recebe o nome de Antropometria:

(...) a respeito das questões em torno da proporção áurea em crânios humanos, a geometria facial utiliza-se da aplicação dessas proporções e de formas geométricas como quadrado, triângulos e retângulos para avaliar pontos craniométricos e faciais. Essa área também ficou conhecida como Antropometria (NUNES, 2018, p. 39).

Ter o formato do rosto avaliado como um dos sete formatos primários, circular ou redondo, quadrado, retângulo de base alta ou alto, retângulo de base baixa ou baixo, triângulo de base alta ou alto, triângulo de base baixa ou baixo (simplesmente triângulo) e losango (e todas as variações possíveis entre esses tipos, sendo a partir daqui os secundários e terciários) possibilita a análise das linhas gerais que formam a fisionomia. É possível, também, analisar todos os elementos do rosto (nariz, olhos, boca, maxilar e as hemifaces) com base em

figuras geométricas, numa composição de triângulos e circunferências que, observados e esquadrinhados juntos ao formato geral da fisionomia (tanto do rosto interno como do rosto externo) permite compreender as proporções, utilizando o Visagismo para auxiliar na compreensão e expressão da identidade (triângulo da vida).

Figura – Classificação de tipos formatos de face, de acordo com Simon Brown. Atualmente, é consenso que há mais subtipos de formatos de face, tendo sido essa classificação já expandida.



Fonte: BROWN, 2001.

Dessa forma, percebemos a relação entre a matemática, geometria e o visagismo, sendo essa um dos pilares fundamentais desse conceito. Não apenas na engenharia das adaptações visuais, aprendida pelos cabeleireiros, maquiadores, esteticistas, design de sobrancelhas, consultores de imagem, etc; para o desenvolvimento das suas atividades profissionais, mas também no estudo individualizado das linhas do rosto, a partir da aplicação do visagismo, a matemática e a geometria estão presentes como importantes instrumentos na conceituação da beleza.

Outro pilar fundamental na conceituação do visagismo é o estudo e a aplicação da teoria das cores (e da iluminação em geral). Tal como um artista plástico, o visagista utiliza as cores, o volume e a iluminação para trabalhar sua obra. Mas, diferente da primeira que é trabalhada na superfície plana e o visagismo trabalha na sua texturizada, sua criação deve respeitar os desejos e anseios e a identidade das pessoas, apenas revelando as estruturas já contidas ali, individualmente.

O trabalho do visagista é sobre as harmonias (e nisso a proporção áurea explicado anteriormente é um dos elementos fundamentais, por exemplo). O estudo das características cromáticas da pele está associado a valorização do indivíduo como pessoa única e individual. Sobre esses nos debruçaremos adiante. Antes, explicaremos como as cores (e, portanto, a luz) integram a leitura a ser feita pelo visagismo.

Os tipos cromáticos são estabelecidos na análise de cor da pele e classificados de acordo com as quatro estações do ano. Os tons são classificados em quente ou frio (temperaturas da pele) e o exame da cor predominante (e dos reflexos de luz) é realizado com tecidos de cor que contrastam ou combinam com a cor natural da pele:

Existe a classificação entre cores frias e quentes. Esta é a classificação mais importante da cor para a análise da cor da pele. Algumas cores dão a sensação de proximidade, outras de distância. Chamamos de cores frias o azul, o magenta, o verde e o roxo, as cores quentes são o amarelo, o laranja, e o vermelho. As cores quentes parecem nos transmitir proximidade, calor, densidade, opacidade, segura, além de serem estimulantes. Por outro lado, as cores frias parecem distantes, frias, leves, transparentes, úmidas, aéreas e são calmantes (HELLER, 2012, p. 42).

Essa análise pode ser utilizada tanto para as cores a serem utilizadas na maquiagem como na cor do cabelo e na composição da cartela de coloração pessoal. A análise cromática tem por fundamento respeitar as características

naturais da pele e evidenciar a identidade já existente, apenas proporcionando maior harmonia e equilíbrio para estética da beleza individual:

Coloração pessoal pode ser quente ou fria, dependendo da quantidade dos três pigmentos. A pele tem uma tonalidade de base, que é azulada (fria) ou dourada (quente), é uma intensidade que vai do claro ao escuro (...). Quando a pessoa usa a cor que se harmoniza com sua coloração, a aparência se torna mais iluminada, saudável, rejuvenescida, caso contrário, a pessoa vai aparentar cansaço, envelhecimento e se torna apagada. A fim de encontrar as cores que harmonizam com a coloração pessoal, é necessário que a pessoa passe por uma análise (HELLER, 2012, p. 48).

Portanto, a análise cromática e da composição dos elementos na fisionomia comunica uma simbologia que é lida pelas pessoas arquetipicamente. Para além de uma identidade em si, através do visagismo temos uma identidade para fora, e essa é naturalmente comunicativa. A revelação dessa estrutura perpassa esses elementos de linguagem verbo visual e estão sedimentadas nos indivíduos, refletidos nesses elementos visuais.

Nas medicinas tradicionais, a teoria dos humores tem diferenças nas denominações, a depender da cultura estudada. No entanto, a mais detidamente elaborada (e conhecida) é a de Hipócrates, patrono da medicina ocidental, e depois aprofundada por Galeno. Hipócrates, médico grego da antiguidade clássica, estabeleceu quatro diferentes tipos de temperamento: fleumático, colérico, melancólico e sanguíneo.

Mas não apenas a medicina tradicional se debruçou na relação entre os líquidos corporais e a expressão das características físicas, sucumbidas nos anos noventa, em virtude do avanço da medicina estética. No século 19 médicos como Nicola Pende, Allendy, Sigaud e Mac Auliffe procuraram estabelecer relações entre as morfologias externas e as características do corpo, trazendo assim para a ciência positivista do século 19 as influências da medicina da antiguidade clássica.

A descrição dos corpos e rostos humanos a partir das medidas entre as partes que os compõem foi denominada pela ciência como Fisiognomonia. Ela tem origem no estudo das artes que se preocupavam em expressar nas feições desenhadas traços de personalidade, especialmente quando as artes tornaram-se mais anatomicamente realistas (notadamente a partir do século 15).

Com base na leitura e medida desses elementos, de acordo com essa abordagem, é possível estabelecer parâmetros de personalidade e comportamento. Desde o período medieval (tendo sido, no entanto, mais desenvolvida a partir do século 18) a filosofia e a medicina praticam a Fisiognomonia. A partir dela, e sobretudo no século 20, com um maior aprofundamento da semiótica, essa para a análise de imagens associou-se à Fisiognomonia e influenciaram a conceituação do visagismo.

Para a Fisiognomonia, os temperamentos (baseados nas hipódissertações de Hipócrates e depois, de Galeno), classificados em melancólico, colérico, fleumático e sanguíneo, se expressam nas características físicas e decorrem das diferenças entre os seres humanos, apesar de esses terem os mesmos órgãos e composição física, variando entre si a depender do indivíduo, e da ação de fatores externos e incontrolláveis. Contribuem para essa diferenciação a quantidade em cada um de nós de três fluidos corporais predominantes: a bile, a linfa e o sangue. A depender da composição entre esses fluidos, algum dos quatro tipos predomina e isso se reflete nas características físicas:

As hipódissertações formuladas por tais pensadores da relação entre imagem humanas versus comportamento no ambiente contribuíram para a disseminação e constante interesse pelo tema, a ponto de fazerem surgir outras propostas de tradução signica para o conceito de imagem humana na cultura, como podemos constatar pelo Visagismo, adotado muito tempo depois (NUNES, 2018, p. 34).

O visagismo pode ser definido, assim, como uma construção cultural complexa, na qual a análise de imagens através de um processo semiótico também passa pela contribuição da Fisiognomonia.

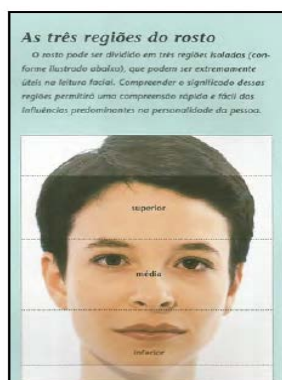
No século 20 (precisamente em 1937) com o desenvolvimento da Morfopsicologia pelo médico francês Louis Corman, a análise das características psicológicas por meio dos traços do rosto foi aprofundada. Ou seja, para a Morfopsicologia, é possível estabelecer relações entre as linhas formadas pelos ossos faciais e a psique humana e afirmar que a beleza formada por esses traços é uma exacerbação de características interiores.

Ainda que de gênese distinta da ciência europeia da Morfopsicologia, a Leitura Facial admite pressupostos semelhantes. A análise dos lados esquerdo e direito do rosto, atribuindo-lhes características da psicologia interna e da exteriorização social proposta pela Leitura Facial (BROWN, 2001) e que é uma prática bastante antiga em diversas culturas, também fundamenta a Morfopsicologia. Esses paradigmas estão na base da conceituação do Visagismo e, de acordo com Brown:

O formato da face de uma pessoa pode fornecer informações vitais sobre sua personalidade, dizendo se ela é mais yin ou yang. Se encontrar dificuldade em decidir o formato do rosto de uma pessoa, observe particularmente a testa e a linha do queixo (BROWN, 2001, p. 24).

Complementa a análise do rosto entre as lateralidades a observação e três segmentos horizontais: superior (testa), média (nariz e maçãs do rosto) e inferior (queixo). De acordo com a técnica da Leitura Facial descrita por Brown, a proeminência da região da testa indica maior tendência à intelectualidade e, ao contrário, do queixo, maior tendência à intuição.

Figura 6 – As três regiões do rosto, de acordo com Simon Brown.



Fonte: BROWN, 2001.

Por meio da análise dos tipos de fluidos, pode-se concomitantemente à análise de cor, estabelecer tipos de beleza. E, a partir da evidenciação de cada tipo de beleza, individualizar a harmonização dos traços, respeitando a coloração da pele e de cada pessoa. Os traços psicológicos estão contidos na análise conjunta desses elementos:

O aprendizado da linguagem verbo visual habilita o profissional a criar uma imagem conscientemente. Ele aprende o que as formas, linhas e cores expressam os princípios de harmonia, estética e equilíbrio, a teoria da cor, e como a luz funciona e como utilizá-la para criar volume. Essa linguagem não é baseada em regras ou em preferências culturais, mas na física ótica, na matemática, na geometria e na ciência cognitiva, que estuda como o ser humano processa imagens no cérebro e como funciona a percepção visual. Com esse conhecimento, uma pessoa pode criar uma imagem que expressa um conceito, ou ideia (KAMIZATO, 2014, p. 15).

Dessa forma, podemos concluir que a linguagem verbo visual de uma pessoa perpassa muitos elementos possíveis de serem analisados observando-se acuradamente os traços e linhas tanto aqueles que formam a estrutura óssea como o rosto externo, sobre os ossos, e que configuram a geometria facial. Somada à ela, a análise proposta pela metodologia da Leitura Facial, combinada às cores que emanam de cada indivíduo, e que valorizam os tons naturais de cada um, na busca por uma análise da melhor harmonia e equilíbrio da expressão da imagem.

No todo que constitui o corpo de cada indivíduo, sobressai à face, tida como “cartão de visita” de cada um. A face é a parte do corpo que mantém um relacionamento mais direto com o mundo e a partir do qual se dá o primeiro contato interpessoal. É através da face que o ser humano expressa sentimentos e emoções tais como felicidade, raiva, tristeza, preocupação, entre outras. Por ser a face o segmento do corpo mais representativo e valorizado do ser humano, é natural que nela se concentrem esforços de promoção e conservação de estética e beleza (KAMIZATO, 2014, p. 73).

Ao longo do presente texto vimos como o visagismo se conceituou na história da humanidade, passando por suas bases históricas, sociológicas e científicas. O visagismo é compreendido, atualmente, como uma área multidisciplinar do conhecimento preocupada em revelar e valorizar as identidades

individuais. Para tanto, utiliza-se de vários saberes desenvolvidos por diferentes sociedades ao longo de séculos.

A (pouca) bibliografia existente sobre o assunto convencionou atestar o nascimento desse conceito em 1936, com o vernáculo criado por Aubry, em francês, “visagisme”. No entanto, mais do que a etimologia da palavra em si, diversos profissionais da área da beleza e outras artes apropriaram-se de conceitos oriundos das mais diversas áreas e construíram, ao longo do século 20, o Visagismo conceitualmente como conhecemos hoje.

O visagismo tem como principal objeto de preocupação revelar as qualidades interiores dos indivíduos, por meio de uma análise pormenorizada de vários elementos, discutidos no presente texto. O estudo das imagens, tanto bi como tridimensionais é aprofundado a partir da utilização de elementos de exame semiótico e integram o visagismo em sua gênese. Desde os primórdios dessa área esteve, e está, no seu cerne a valorização da imagem como recurso de beleza.

Não foi somente a partir do século 20 que a apreciação de sentidos e significados advinda das imagens se manifestou. Mas, com o advento da fotografia e, principalmente, do cinema, a preocupação com a atribuição de novas perspectivas colocou o mundo da beleza e da estética em geral sob os holofotes.

Mesmo a estética, como vimos, no seu sentido filosófico, desde a antiguidade clássica, mas sobretudo desde o período do Iluminismo, ainda é o território de análise dos sentidos e significados. Os pensadores da humanidade sempre estiveram preocupados em entender e explicar o belo, buscando por vezes fórmulas para expressá-lo mais explicitamente, exaltando a racionalidade humana na atribuição desses significados.

Assim, diante do exposto anteriormente, podemos afirmar que a busca de uma harmonia faz parte do estudo e da revelação da beleza. Tal como

manifestado na razão áurea, que vai das estruturas da natureza à sua mimetização pelos seres humanos na construção de edifícios e objetos, o visagismo busca aplicar essa compreensão também na análise das feições dos rostos humanos, evidenciando a beleza que ali está – ou ainda harmonizando-a.

O visagismo integra, também, conhecimento oriundos da psicologia analítica, sobretudo na teorização dos arquétipos. Por meio da Leitura Facial – prática consolidada em várias culturas ao longo da história da humanidade –, é possível apreciar as características que as estruturas faciais exteriorizam nas imagens que enxergamos e, através da interpretação dos significados e símbolos, lemos e comunicamos. A linguagem verbo visual é, portanto, parte fundamental do visagismo.

Por fim, pudemos compreender que o visagismo é uma construção cultural complexa, que por meio da concatenação entre quatro pilares fundamentais que o formam (formas geométricas – matemática, proporção áurea, etc. –, cores e traços de personalidade) e seus aprofundamentos específicos trabalhados ao longo desse capítulo, pode ser definido conceitualmente com essa área do conhecimento multidisciplinar que busca atribuir identidade, valorização as individualidades e compreendendo a beleza que emana das estruturas. Beleza interior, diferente de beleza “contaminada”.

4. REFLEXÕES SOBRE A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENTENDIMENTO DE PROFISSIONAIS VISAGISTAS

Este capítulo propõe-se a refletir sobre as percepções que os profissionais visagistas formados pelo MBA em Visagismo: Projetos e Negócios Para Imagem Pessoal e Empresarial, estão atuando como professores de empreendedorismo, em cursos na área da beleza.

Em consonância com o exposto no segundo capítulo deste trabalho, a educação para o empreendedorismo no Brasil está sendo pensada e praticada em todos os níveis e modalidades educacionais, mas, para recorte de estudo, escolhemos nove (09) ex-alunos, professores e ex-professores do MBA em Visagismo: Projetos e Negócios Para Imagem Pessoal e Empresarial, desde o ano de 2017.

4.1. As entrevistas e percepções dos profissionais visagistas que atuam como professores de empreendedorismo na área da beleza

Após a realização do levantamento e leitura de fontes de autores e pesquisas que tratam do empreendedorismo e de sua relação com a educação, apresentadas no capítulo 2, bem como, da análise dos dados da pesquisa exploratória, montou-se o roteiro de questões para a realização da entrevista semiestruturada com (09) ex-alunos, professores e ex-professores do *MBA em Visagismo: Projetos e Negócios Para Imagem Pessoal e Empresarial* que trabalham a disciplina de empreendedorismo em suas respectivas instituições de ensino. As entrevistas tinham por intuito compreender as implicações epistemológicas e práticas relacionadas à educação para o empreendedorismo na área de visagismo.

A seguir, apresentamos a análise dos dados obtidos por meio das entrevistas realizadas com nove profissionais-visagistas-professores que lecionam a disciplina de empreendedorismo em suas respectivas instituições de ensino superior.

4.2. Formação dos profissionais-visagistas-professores que lecionam a disciplina de empreendedorismo

No Brasil não há o mestrado ou doutorado em visagismo. Na falta de professores mestres ou doutores para atuar no visagismo, as disciplinas de empreendedorismo visagista nas instituições educacionais procuram encontrar especialistas das mais diversas áreas do conhecimento para ministrarem aulas. Normalmente são profissionais-professores que têm alguma formação na área ou que desenvolvem projetos empreendedores (são ou foram empresários) ou que têm ou tiveram contatos com empresas juniores, incubadora de empresas ou algo similar, conforme frisa um dos entrevistados.

Eu fui convidado para trabalhar com a disciplina de empreendedorismo visagista porque eu montei um negócio na área da beleza que deu certo e mostrei ter características empreendedoras que instituição precisa desenvolver em seus alunos, pois eles precisam de ajuda. O importante é diminuir a diferença entre o saber e o fazer. A instituição ensina muita teoria, mas o importante é saber levar isso para a prática e a minha prática diminui a distância entre o saber e o fazer. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 9)

Diversos profissionais-visagistas-professores afirmaram que o critério para trabalhar com a disciplina onde foram contratados era o de ter algum tipo de formação para o empreendedorismo e disponibilidade de carga horária. “Numa reunião de área, disseram que eu ministraria essa disciplina porque eu fiz o MBA em Visagismo, que envolve um pouco de empreendedorismo”, diz o Profissional-Visagista-Professor 3. Outros afirmaram que trabalham em diversos cursos e em diversos departamentos, tanto nos cursos técnicos de nível médio, como na graduação, por gostarem do tema e terem alguma formação. O Quadro 4.1 apresenta dados referentes à formação dos profissionais-visagistas-professores que ministram aulas de empreendedorismo em suas respectivas instituições de ensino superior.

Quadro 1. - Formação dos profissionais-visagistas-professores que atuam na disciplina de empreendedorismo na área de visagismo

Identificação	Formação na Graduação	Formação na Especialização	Formação no Mestrado	Formação no Doutorado
Profissional-Visagista-Professor 1	Engenharia Mecânica de Produção	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 2	Zootecnia e Engenharia de Alimentos	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 3	Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 4	Odontologia	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 5	Visagismo e Terapia Capilar	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 6	Jornalismo	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 7	Estética e Imagem Pessoal	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 8	Psicologia	Visagismo	Não	Não
Profissional-Visagista-Professor 9	Design de Moda	Visagismo	Não	Não

Todos os entrevistados trabalharam em cursos de graduação nos quais ocupam cadeiras de empreendedorismo. Os entrevistados 5, 6 e 7 relataram que tiveram formação e atuaram em diversas instituições. Nessas outras instituições tiveram diversas experiências de formação que auxiliaram no trabalho que desenvolvem atualmente.

Há casos de profissionais-visagistas-professores que trabalham com a disciplina de empreendedorismo, sem ter feito formação específica e ensinam o que aprenderam com a prática e leituras e cursos de curta duração, como por exemplo do SEBRAE.

Não fiz nenhum tipo de formação, foi pela experiência mesmo. Inclusive, quando estou dando aula, eu falo para os alunos: quem não sabe nada, uma coisa que eu sugiro é fazer o que eu fiz. Quando fui montar minha empresa, fiz um curso no SEBRAE, que inclusive muito

dos slides que eu uso é de cursos do SEBRAE, pois tenho amigos do SEBRAE e eles me passaram. Então eu passo desde o conceito da disciplina, porque é importante a disciplina para eles e o que me torna apto para dar aquela disciplina para eles a partir de minha experiência de vida. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8)

A opinião de que a experiência é a melhor formação para atuar como professor de empreendedorismo é reforçada por outro professor: “A formação na verdade já advém da minha própria experiência, já assessorei a abertura de quatro empresas [...] todo trabalho de pesquisa de mercado, implantação do local, onde seria implantada a empresa, foi tudo ideia minha, muitas delas continuaram e eu saí e acabei indo para outro local e agora estou numa experiência de abrir uma quinta empresa” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 5).

4.3. O ensino do empreendedorismo nos currículos de cursos na área de visagismo: perspectivas com sua criação. “O visagista hoje precisa saber se comportar como dono da empresa”

Para o Profissional-Visagista-Professor 9, a disciplina de empreendedorismo surgiu como uma necessidade, pois “a escola sempre esteve preocupada em preparar alunos para serem funcionários de salão de beleza, empregados, mas acontece que os postos de trabalho já não existem mais” e diante disso muitos alunos, quando concluíam os cursos, passaram a montar pequenos negócios na área da beleza, mas não tinham experiência e logo fechavam. Diante desse quadro, percebeu-se que era necessário fazer algo e procuraram ajuda externa.

Surgiu a necessidade de se procurar órgãos, como o SEBRAE, porque não havia uma disciplina de empreendedorismo que ensinasse um pouco de gestão, o que é ser empreendedor, o que é um plano de negócio, o que é ter uma ideia e como levá-la à prática. Enfim, como se planeja, como se define uma visão, uma estratégia. Então, criamos a disciplina de empreendedorismo, há uns 2 anos. Depois que criamos a disciplina de empreendedorismo, muito nos alegra ver o aluno abrir um negócio e ter sucesso, pois ele passou a ter uma visão melhor de administração e o número de fracasso diminuiu muito. Essa iniciativa contou com o apoio de alguns professores, da coordenação do curso da época e da direção que perceberam claramente o empreendedorismo como uma necessidade. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR, 9)

A perspectiva com a criação da disciplina de empreendedorismo revelou posicionamentos diferentes entre os professores. Mesmo que para alguns professores entrevistados o ensino do empreendedorismo visa a desenvolver a criatividade, organização, iniciativa dos alunos e não perspectiva de o aluno ser empresário, abrir negócio; houve os que afirmaram justamente ser esta a razão: “A perspectiva foi com que o aluno tivesse condições de sair daqui e não depender de um emprego, que ele pudesse ser um empregador” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 2). A opinião é reforçada pelos entrevistados 3, 5, 7 e 9: “A perspectiva era a de preparar os alunos para serem empreendedores. Como trabalhamos com cursos técnicos, esses alunos poderão ser empreendedores” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR, 3).

O Profissional-Visagista-Professor 9 exprime muito bem a perspectiva daqueles que associam a disciplina de empreendedorismo ao mundo empresarial e à necessidade de formar um novo perfil de trabalhador.

A disciplina serve para que o aluno conheça o que é uma empresa. No início, ele acha um pouco chato, pois é uma parte mais teórica, mas no final, quando ele escreve um plano de negócios, ele passa a entender melhor o que é uma empresa – pois, muitas vezes, o aluno nem sabe o que é, nem como se portar numa empresa. Muitas vezes, na escola, o aluno estuda somente a teoria, mas não sabe como aquilo se dá na prática. Essa disciplina contribui muito para isso. Mesmo ele trabalhando como funcionário, ele precisa saber o que é uma empresa e com essa disciplina ele fica sabendo o que é um balanço patrimonial, o que é uma Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), um organograma de empresa, os vários departamentos, enfim o aluno passa ter uma visão ampla do que é uma empresa. O aluno, o técnico, começa na empresa como técnico, mas termina como administrador, na medida em que vai crescendo, vai chefiando. Essa é a contribuição que a disciplina auxilia. O trabalhador hoje precisa saber se comportar como dono da empresa. Hoje em dia, essa gurizada se diferencia quando tem essa atitude: trabalhando como se fosse dono, lutando para que a empresa cresça, porque com isso ele também vai crescer. Não aquele comportamento de ir lá e fazer certas tarefas, cumprir horário, mas fazer algo a mais, realmente se sentir dono. Isso é um assunto muito discutido na disciplina e é isso que todo empresário quer: ter uma equipe em que cada um se sinta dono daquilo, então é o modelo que ensino e que todo empresário quer ver implantado em sua empresa. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR, 9)

Por outro lado, os entrevistados 1 e 4 argumentaram que era necessário criar a cadeira de empreendedorismo justamente para quebrar a visão do empreendedor/empresário e desenvolver e fortalecer certas características empreendedoras no aluno, no profissional.

O Profissional-Visagista-Professor 4 ainda afirma que, “na verdade, não era a intenção de se criar uma disciplina de empreendedorismo, mas sim que fosse um conteúdo transversal às várias unidades curriculares”. A ideia de se trabalhar o empreendedorismo surgiu por parte dos professores que haviam estudado o tema, nas parcerias em trabalhos de extensão com o SEBRAE. Influenciaram as comissões de estruturação dos cursos, mas não houve ninguém que explicitamente se opusesse à ideia, pelo contrário, houve louvores por parte de alguns professores que há mais tempo queriam ter o empreendedorismo como componente curricular. Apenas um dos professores relatou que houve resistência em relação à forma como o empreendedorismo foi posto na matriz curricular de forma obrigatória, mas, se não fosse assim, segundo ele, não aconteceria. “Como foi imposto, obrigado, isso gerou uma certa discussão, mas se viu que era importante para a formação do perfil do profissional” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 1). O Profissional-Visagista-Professor 3 afirmou que foi uma decisão institucional trabalhar com a disciplina de empreendedorismo e, como tal, deveria ser assumida por todos.

Os relatos dos entrevistados revelam que a disciplina de empreendedorismo tem muito da perspectiva da administração, principalmente aspectos relativos a como pensar, montar e administrar (gestão) um empreendimento. Mas, também há enfoques de conteúdos da área da psicologia, da autoajuda, conforme afirma o Profissional-Visagista-Professor 5: “Na verdade o que eu fiz foi seguir o processo empreendedor, fazer as pessoas se conhecerem, ver qualidades e suas carências, construir com eles naquilo em que mostram fraquezas, motivá-los para depois eles poderem escrever seus planos de negócios”. A disciplina foi criada para poder oferecer alguma coisa mais prática aos alunos, diz o Profissional-Visagista-Professor 8.

4.4. Plano de ensino e atividades desenvolvidas. A elaboração do plano de negócios como “o coração da disciplina de empreendedorismo”.

O ensino do empreendedorismo foi e está se consolidando aos poucos e, antes da formalização da criação da unidade curricular, houve o trabalho de difusão da necessidade do empreendedorismo ser trabalhado dentro da instituição. Esse trabalho foi realizado notadamente por parte de alguns profissionais que fizeram estudos sobre o tema, ou mesmo, trabalharam com consultorias junto a órgãos de fomento como o SEBRAE. Havia o consentimento das direções da instituição e, em alguns casos, até apoio para a realização do trabalho; mas também é verdade que sempre existiu e existe um grupo de profissionais que criticaram e criticam essa relação direta da instituição com os interesses imediatos do mercado. Realizada essa tarefa, alguns professores começaram a ensinar noções de empreendedorismo nas diversas cadeiras, onde atuavam, até que se criou a disciplina de empreendedorismo. Cada professor foi elaborando o seu plano de ensino próprio com o que gostava de trabalhar. Os planos de ensino eram focados na construção do plano de negócios.

No entanto, o Profissional-Visagista-Professor 4 relatou que percebeu que o plano de ensino precisava ser modificado e ter mais enfoque na formação de atitudes empreendedoras do que, propriamente, na construção de um plano de negócios; e relata que passou a trabalhar com a disciplina de empreendedorismo em diversos cursos e, aos poucos, foi mudando o enfoque e quem o substituíam acabava seguindo essa sua orientação. “Então eu reestruturei a disciplina, porque quem iniciou a disciplina trabalhava nessa visão de composição de plano de negócio e aí quem me sucedeu começou a trabalhar também com essa nova orientação: de conduta e postura” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4).

A unidade curricular de empreendedorismo surgiu inicialmente nos cursos técnicos de nível médio e, posteriormente, nos Cursos Superiores de Tecnologia, e a construção dos planos de ensino sofre as influências das perspectivas que os

professores têm em relação à mesma. Nesse sentido, pode-se falar que o plano de ensino da unidade curricular, baseado na construção de um plano de negócio, parte, inicialmente, de noções do que é o empreendedorismo, intraempreendedorismo, os vários tipos de empresas e noções de gestão, planejamento e princípios de administração. “Tudo isso para deixar o aluno bem consciente”, destaca o Profissional-Visagista-Professor 9 que complementa:

Para se chegar à elaboração de um plano de negócios, o aluno precisa ter uma visão do todo. A elaboração do plano de negócios é o coração da disciplina de empreendedorismo. Numa disciplina dessas, o aluno tem que terminar defendendo um plano de negócios, é a avaliação final dele. Em síntese, ter uma ideia, fazer um estudo de sua viabilidade, construir o plano de negócios e defendê-lo. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 9)

Esse foco da disciplina e elaboração do plano de negócios ainda permanecem como prioritário para a maioria dos professores, mas, ao longo do tempo, essa compreensão tem sido modificada. O Profissional-Visagista-Professor 7 afirma que além de saber elaborar um plano de negócios, o empreendedorismo deve ajudar o aluno a empreender a sua carreira. Pensar formas de se preparar adequadamente, segundo as tendências e exigências do mercado.

O empreendedorismo não é exclusivamente uma iniciativa de montar sua própria empresa ou negócio e trabalhar com plano de negócio. Empreender a carreira para mim, como profissional trabalhador assalariado, também é uma atividade de empreendedorismo. O aluno precisa aprender essas duas opções dele, que partem dos mesmos pressupostos de inovação, atualização, de olho no mercado e nas tendências. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 7)

Outros profissionais-visagistas-professores que consideram a educação para o empreendedorismo com objetivos mais amplos, voltados ao desenvolvimento de atitudes comportamentais, e não somente aprender a montar um negócio próprio, enfatizam que o plano de ensino da disciplina deve procurar, em primeiro lugar, desenvolver a postura empreendedora, características de comportamento empreendedor dos alunos, para depois dar uma orientação mais específica no que diz respeito à composição de um plano de negócio. O plano de negócio faz parte do programa e é um elemento que integra o conteúdo, mas não é o objetivo final ou principal da disciplina. “O empreendedorismo deve ser visto de uma forma mais ampla. Relacionado ao comportamento, postura, do indivíduo

como agente do seu próprio desenvolvimento. Pode também estar relacionado à atuação profissional do indivíduo dentro de uma empresa ou criar um produto, criar uma inovação tecnológica, que possa levar à criação de um novo negócio” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4).

Os profissionais-visagistas-professores também relataram que buscaram algumas ementas da cadeira de empreendedorismo de outros cursos, dentro e fora da instituição, para servirem de base na montagem de seus planos de ensino; e há relato de professor que recebeu o plano de ensino pronto do professor que o antecedeu; mas, como os cursos passam sistematicamente por reestruturações, a disciplina é permanentemente reformulada.

Em alguns cursos, a disciplina de empreendedorismo inicia no quinto módulo. É o momento em que os alunos começam a trabalhar a parte da gestão; no módulo seguinte, a disciplina trabalha mais a relação com a parte de gestão da produção. Já, o módulo final, tem mais relação com a parte de ciência, tecnologia e sociedade e também com a administração da produção, relata o Profissional-Visagista-Professor 6 que também destaca que “o empreendedorismo é a disciplina que dá início ao aluno a pensar um pouco fora da área técnica e pensar mais na área das ciências sociais da administração, é o pontapé inicial eu diria assim” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 6).

Alguns cursos têm a disciplina de empreendedorismo regularmente na matriz curricular; em outros o empreendedorismo aparece como tema para ser trabalhado de forma transversal e acaba sendo reduzido a poucas horas e é abordado de forma muito rápida.

Como dito, os planos de ensino dos entrevistados foram elaborados conforme suas perspectivas com a disciplina, e isso está relacionado às fontes, aos documentos em que se baseiam para a elaboração dos mesmos. Os professores que visam ao empreendedorismo como caminho para o aluno montar o seu próprio negócio (empresarial) trabalham basicamente com a elaboração de

um plano de negócios, que, por sua vez, foi pensada por empresas de fomento como o SEBRAE ou outros profissionais que dominam esse campo, conforme o relato a seguir.

O plano de ensino foi construído por mim mesmo, me foi dado o livro do professor e gostei desse livro e falei é muito bom. E eu sempre me baseei nas minhas informações e em coisas que eu pegava do SEBRAE, eu sempre gostei muito do SEBRAE, para poder me orientar. Então, hoje as aulas de empreendedorismo são dadas com base nas informações do SEBRAE, de plano e negócio e as informações do Dornelas para mostrar o processo empreendedor. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR, 5)

Outros entrevistados buscam outras formas de trabalho mais voltadas para o desenvolvimento das características empreendedoras ou atitudes empreendedoras, conforme relato abaixo.

Eu tenho plano de ensino que elaborei e posso disponibilizá-lo. Eu realizo uma série de atividades. Numa primeira parte do trabalho, é o reconhecimento desses conceitos. Primeiro entender a diferença entre empreendedor e empresário que é um ponto importante, pois a Maioria confunde essa visão, inclusive eu normalmente peço que eles façam uma entrevista com pessoas da comunidade e do próprio IF-SC alunos, professores para fazer essa análise, depois a gente discute as várias visões a respeito do empreendedorismo; então entra o empreendedor de negócios que é o empresário, o empreendedor que trabalha dentro de uma organização que é o intraempreendedor e o empreendedor que atua junto a ações sociais, ao voluntariado que é o empreendedor social. Aí a gente procura entender uma característica comum dentro dessas várias possibilidades de ação empreendedora. Esse é o primeiro trabalho. Eles fazem depois um reconhecimento junto ao ambiente de como funcionam as empresas para a gente entender como as pessoas trabalham dentro das organizações, as relações que estabelecem entre a pessoa que coordena o trabalho, que lidera uma equipe, que atua numa organização e tento sempre fazer um paralelo com a forma com que cada um vive a sua vida. Esse é o trabalho que a gente faz. A gente trabalha também com textos, analisa alguns autores como Filion, com autores na área da administração, com autores na área da psicologia, da filosofia. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4)

A maioria dos entrevistados reforçou que a experiência pessoal foi decisiva para a elaboração do plano de ensino, mas sem deixar de consultar outras fontes como o SEBRAE, programas de outros cursos e autores considerados basilares para o ensino do empreendedorismo como, por exemplo, Dornellas (2001), Filion (1991, 1999) e Chiavenato (2004).

A gente construiu a emenda baseada em outras emendas de outros cursos, mas também de alguns livros que eu usava/usei no meu

Mestrado como referência, tanto é que os livros que a gente citou na referência, são livros que foram adquiridos pela biblioteca posteriormente, então é até uma literatura mais nova. Eu uso o Dornellas, Chiavenato, entre outros. A gente se baseou também em programas de outras instituições, a gente procurou em instituições que tinha área de automação mecatrônica, e como era tratado o empreendedorismo dentro dessa área, a gente procurou em outros Institutos, na época era o CEFET e também nas universidades aqui do sul. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 6)

Os documentos e fontes citados para a elaboração do plano de ensino foram os que a instituição disponibilizou, consultas a planos de ensino de outros cursos de outras instituições, documentos da biblioteca do SEBRAE, além de professores que são autores de obras destinadas ao ensino do empreendedorismo, como, por exemplo, Dornelas. O Profissional-Visagista-Professor 7 reforça muito a experiência pessoal articulada ao mundo dos negócios e identidade com o tema basilar para a elaboração do plano de ensino.

Eu elaborei o plano de acordo com a minha experiência de vida, sempre gostei dessa questão de a pessoa ser sujeito daquilo que está executando, então se você é um trabalhador, falando especificamente na área de formação profissional, você tem que ser sujeito da sua carreira, então você tem que saber administrá-la, fomentá-la e desenvolvê-la, então ninguém vai construir uma carreira pra você; como trabalhador, você mesmo é que deve fazer isso. Tem que construir como se tivesse construindo uma empresa, administrando a carreira. Daí foi um pulo fácil para a questão empresarial, porque os conceitos que valem são bidirecionais, claro que especificidade de empresa que exige outros conhecimentos além daqueles que servem para empreender uma carreira profissional. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 7)

O Profissional-Visagista-Professor 8 comentou que se tornou professor em virtude de dar palestras para turmas de outro professor de empreendedorismo que o procurava em virtude de ele ser dono de empresa. “Eu montei uma empresa do zero, tive uma empresa durante nove anos, trabalhei nessa empresa e falava sobre ela com os alunos; depois fui convidado para assumir a disciplina no lugar do professor”. Quanto ao programa da disciplina, o Profissional-Visagista-Professor 8 comentou que trabalha com o que foi repassado, mas fez algumas mudanças.

Trabalhei com o programa que o professor me repassou e coloquei mais coisas, mas não participei da construção do programa. Eu tenho amigos na área de gestão que dão aula aí fora; então peguei alguma

coisa com amigos meus. Alguns até dão aula de empreendedorismo. Eu costumo pegar dados recentes, por exemplo, uma questão que é algo mais recente que está associado ao empreendedorismo é o endoempreendedorismo. O que é o empreendedorismo? É aquela história de você montar seu negócio ou ampliar. O Endoempreendedorismo é o que está associado às empresas, contrário ao que vinha acontecendo, que as empresas identificavam empregados que trabalhavam com eles e incentivavam eles a montar uma empresa para criar a tal da terceirização, que anda muito na moda. Abre-se um gabinete dentro da empresa, descobrem-se os talentos e incentiva a montar empresa e ele vai prestar serviço, diminui muito os gastos com ações trabalhistas. Hoje as empresas estão procurando dentro do seu quadro ou trazer para dentro do seu quadro pessoas que tenham essa capacidade de empreendedor, não para abrir empresa, mas trabalhar dentro da própria empresa. E isso se denomina endoempreendedorismo (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8)

Como visto, as atividades desenvolvidas e propostas estão relacionadas às perspectivas que cada professor tem em relação à disciplina, e o que ficou mais evidenciado foi o de ensinar aspectos de gestão de negócios, visando ao sucesso daqueles que pretendem empreender. Para parte considerável dos professores entrevistados, a principal atividade desenvolvida com os alunos na disciplina de empreendedorismo é a elaboração do plano de negócios e tudo o que está a ele relacionado¹⁸¹. Além disso, os professores trabalham com dinâmica de leitura e debate de textos que abordam a introdução e parte conceitual do empreendedorismo, intraempreendedorismo, motivação, planejamento e gestão de negócios. Também, oferecem palestras com pessoas ligadas ao setor empresarial e realizam visitas às empresas.

O Profissional-Visagista-Professor 7 destaca que o diferencial da disciplina deve estar na sua abordagem, uma vez que não tem aquelas características das disciplinas técnicas. “Importante nessa disciplina é que ela precisa ter um dinamismo muito grande, a meninada está muito ligada àquela coisa das disciplinas técnicas e eles têm um perfil mais voltados a assuntos técnicos, quando tu vens com assunto desse tem que torná-lo agradável e interessante até para captar a atenção deles” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 7).

O Profissional-Visagista-Professor 9 afirma que o professor deve estar atento ao perfil da turma e o programa da disciplina tem que ser dinâmico e se

mover de acordo com as características da turma. “Tem turmas, principalmente as da noite, em que os alunos não têm tanto tempo, pois trabalham durante o dia, o trabalho tem que ser mais simplificado; para as turmas do período diurno o plano pode ser mais avançado. Tudo de acordo com a capacidade da turma” (PROFESSOR 9). Mas, o tema pode e deve ser trabalhado com todos os alunos, dizem os professores, precisando apenas adaptar a abordagem a cada situação, principalmente, aos aspectos relativos à linguagem. Percebe-se que mesmo pretendendo apontar outros horizontes para a educação para o empreendedorismo, os professores demonstram, contudo, que ela sempre tem vínculos estreitos com o mundo dos negócios, das empresas (organizações).

4.5. Presença da disciplina de empreendedorismo no currículo: faz pensar coisas que os outros ainda não pensaram

O empreendedorismo é considerado pelos entrevistados como disciplina humanística em meio às disciplinas “técnicas” e foi e ainda é, segundo relato dos professores, de fundamental importância para os cursos. É consensual, contudo, nos depoimentos, a ideia de que os objetivos foram parcialmente atingidos e houve e há problemas diversos, a começar por aspectos metodológicos.

Os cursos criaram uma disciplina de empreendedorismo e não vincularam o trabalho com as várias unidades curriculares e agora depende muito da ação do professor que está ministrando essa disciplina, como ele faz a articulação dos conteúdos, das bases tecnológicas relacionadas com o empreendedorismo, com aquele curso no qual ele está desenvolvendo essa atividade. Então, tem alguns que seguem basicamente o que está determinado no programa que é de ensinar o aluno a fazer um plano de negócios. Isso absolutamente não foi proposta inicial do trabalho. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4)

O Profissional-Visagista-Professor 4 ainda comenta que o ensino do empreendedorismo, em relação ao conjunto da matriz curricular do curso, necessita ser transversal; ele hoje ainda não está sendo compreendido como disciplina, por um problema de estrutura de acompanhamento pedagógico do curso; precisa ser aprimorado como um todo e ser constante sobre a formação do profissional daquela área. Ele precisa ser transversal, porque necessita de ser

trabalhado em conjunto com os demais professores, buscando a interdisciplinaridade. “Por exemplo, uma modificação que está sendo estabelecida no curso em que estou trabalhando com essa disciplina atualmente é a busca de um projeto integrador no qual entra muito forte a presença de competências e habilidades empreendedoras” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4).

Existe o consenso, entre os entrevistados, de que a disciplina de empreendedorismo é o grande diferencial dos cursos e que a mesma encontra-se articulada aos objetivos dos mesmos e da instituição, apesar de alguns contratempos apontados, principalmente pelo Profissional-Visagista-Professor 4, anteriormente exposto. Pelo fato de os cursos serem técnicos – seja de nível médio ou superior - alguns professores afirmam que os alunos demonstram relativa surpresa, quando iniciam a disciplina, mas logo passam a entender o seu significado. “Então a primeira coisa que a gente coloca, e que na verdade a gente quer mostrar para eles é abrir mais o leque, não é nem de opções, é de conhecimento deles, de visão de mundo deles sobre o que é uma empresa”, afirma o professor 8 que é complementado pelo profissionais-visagistas-professores 6.

Nossos alunos são muito técnicos, estão muitas vezes preocupados com a técnica. E o empreendedorismo busca trazer essa questão de ele ter outra possibilidade de formação, de ele não ser o técnico empregado, mas ele pode ser o técnico empreendedor. Então a gente trabalha muito essa questão de ele ter condições de ser empreendedor. Ele tem duas opções: tem conhecimento técnico que ajuda muito na área, se ele for trabalhar de empregado ou abrir uma empresa na área. Seria uma espécie de possibilidade a mais para o campo de trabalho. A gente tenta inserir essa questão que pode ser um empreendedor, ele não precisa ser empregado a vida inteira. Agora, nem todos querem ser empreendedores. Tem os dois perfis. Tanto é que nas primeiras aulas eu trabalho com essa questão de mostrar para eles, que aqui a gente vai tratar de empreendedorismo, abertura de um novo negócio, mas que a gente não está obrigando todos a serem empresários, mas como é uma disciplina todo mundo tem que fazer, tem essas regras. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 6)

O Profissional-Visagista-Professor 5 destaca que o aluno na área técnica aprende apenas a técnica e não é preparado para as dificuldades que vai encontrar lá fora no mundo do trabalho. Para ele, o ensino do empreendedorismo está preenchendo essa lacuna e os depoimentos que os alunos dão a ele

comprovam isso. O ensino do empreendedorismo oferece ao aluno a possibilidade de ele sair daqui e não apenas procurar emprego, mas também poder abrir um negócio próprio.

Eu coloquei qual é função do plano negócio, uma das respostas de um aluno foi exatamente esta: analisar o negócio é identificar coisa que o pessoal não tinha pensado ainda, que o produto poderia ter ou não ter. E quais dificuldades vão ter pela frente. Isso é importante porque em qualquer outra matéria ele vai ter apenas a parte técnica, mas essa parte pessoal de conhecer dificuldades ou aonde pode chegar, isso não tinha, então é fundamental ter empreendedorismo dentro de um curso (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 5)

Existem cursos em que o empreendedorismo é ensinado como eixo transversal, com uma carga horária muito baixa, dez horas/aula, destinadas a ensinar “princípios de economia e empreendedorismo”. O impacto, as mudanças causadas por essa carga horária tão reduzida são muito baixas em relação a um curso que disponibiliza, por exemplo, 40 horas/aula ou mais horas/ aula, como comenta um professor.

Para os cursos técnicos, eu acho que dificilmente aquela experiência provoque alguma mudança significativa a não ser pela vontade dos alunos, pois o tempo é muito curto. Acho muito difícil que aquele tipo de experiência seja capaz de abrir um horizonte novo para a gurizada e se alguém sai dali com alguma coisa é porque chegou com alguma coisa também, ou seja, já chegou com volume, aquilo ali pode ter dado um suporte para ele continuar. No curso de Radiologia, tiveram uma experiência bem mais densa [...]. Então quando você tem uma disciplina de um semestre com um encontro semanal dá para você fazer um trabalho mais continuado de motivação. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 7)

O Profissional-Visagista-Professor 4 aproxima a contribuição da disciplina de empreendedorismo às competências dos cursos e aponta outras mudanças mais relacionadas a atitudes comportamentais dos alunos, e não tanto às questões empresariais.

Eu penso que o empreendedorismo oferece em primeiro lugar uma possibilidade de autoavaliação, para que o aluno encontre algumas virtudes, voltadas à questão da competência empreendedora, e, a partir dali, ele possa aprimorar essa prática em algumas características que julga serem valores importantes a serem cultivados no seu dia-a-dia. Então isso é um ponto de referência importante nessa questão do empreendedorismo. E o outro aspecto, penso que é mais importante, sobre o ponto de vista da formação, é a conscientização que faz parte da própria exegese do empreendedorismo, você governar a si mesmo. Então o aluno poderá, a partir desse novo referencial,

entender que ele é quem vai definir os caminhos de sua vida; que precisa definir os Caminhos para sua vida. Ele precisa ter consciência do que está fazendo, qual é a direção das atividades que realiza, que objetivos estão levando a essa atividade, são objetivos válidos. Então essa é a grande discussão que a gente faz ao longo da disciplina. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4)

No tocante à relação entre os objetivos/metasp do curso e o ensino do empreendedorismo, os professores afirmaram que o empreendedorismo encontra-se muito bem sintonizado com os objetivos do curso, mas insistiram que a ideia não é somente garantir uma disciplina de empreendedorismo.

O Profissional-Visagista-Professor 7, avalia que a disciplina de empreendedorismo, pelo fato de não ser uma disciplina específica do curso técnico, acaba sendo considerada apenas como coadjuvante, como acessório e não recebe a devida consideração, tanto de professores como de alunos e não é vista como um conhecimento de valor. Mesmo assim, o professor considera que um técnico, com boa formação na área e bom conhecimento de gestão e empreendedorismo, é um profissional diferente. O conhecimento técnico aliado ao empreendedorismo possibilita ao aluno desenvolver, desde o período de formação, um diferencial, e existem postos de trabalho que valorizam profissionais com esse perfil, pois “o empreendedorismo torna o sujeito mais arrojado, aquele cara que vai, trabalha doze horas por dia, e vai para frente e só o conhecimento técnico não o capacita para isso. Por isso, a escola tem que valorizar e incentivar o empreendedorismo; tem que ter incubadora para dar vazão para aquele aluno que se interessa e se destaca” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 7).

4.6 “Ser empreendedor depende de querer ser” - metodologia da educação para o empreendedorismo

A necessidade de se educar para o empreendedorismo, assim como a sua possibilidade, é vista quase que de forma unânime pelos professores. É consenso que o empreendedorismo deve ser abordado na escola; o que se notou de diferente foram aspectos relativos à metodologia.

A metodologia apareceu como de fundamental importância, e a pedagogia empreendedora é aquela que permite ao aluno construir o conhecimento a partir de uma situação problema, de um desafio em que ele seja capaz de construir uma solução. Com este objetivo de construir e sedimentar conhecimento é utilizado durante os processos a metodologia de jogos humanizados. (ver apêndice R)

“[...] Apresentar soluções de forma organizada, de planejar e não querer atropelar as etapas e fazer com que as coisas vão sendo construídas dentro de um tempo planejado, dentro da limitação da sala de aula, com os recursos que ele tem. Mostrar que atividade empreendedora está na pedagogia, na forma do professor atuar de maneira empreendedora” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 2).

A opinião é reforçada por outro Profissional-Visagista-Professor que sustenta existir uma pedagogia empreendedora, já no ato de se estabelecer objetivos educacionais. “Você precisa saber problematizar, saber problematizar significa saber reconhecer como o aluno está em relação àquela temática que você quer trabalhar e entender de que forma você pode criar atividade para que ele desenvolva uma postura empreendedora que é diferente de você passar um conceito sobre empreendedorismo” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4).

Outros entrevistados (7 e 8) afirmaram que é preciso mais cautela, e em alguns cursos, é muito incipiente e insuficiente para se afirmar que se está educando para o empreendedorismo.

Eu falo de minha experiência, ensino noções introdutórias, vou conseguir com isso transformar alguém em empreendedor? Não. Não com uma unidade curricular que está ali é e transversal, de dez créditos. Seria muita pretensão. Por isso que eu vejo a disciplina como algo que vai abrir os horizontes, outras perspectivas. Eu acho muito difícil, e mesmo que ela fosse uma disciplina com quarenta horas, você passar conceitos, você vai passar características, você pode fazer um trabalho, mas ensinar a se empreendedor, não. Não acredito em algo assim. Também não sou daqueles que acha que a pessoa nasce empreendedora, a gente pode despertar, mas ser empreendedor depende do querer, ter objetivos, isso que é legal. Uma coisa que eu digo para eles: quer montar uma empresa porque quer ficar rico? Esse objetivo está errado. Já começou errado, pois empreender é uma forma de trabalho e o ficar rico é consequência que pode ou não acontecer, pois o que mais acontece é a pessoa falir. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8)

A fala do Profissional-Visagista-Professor 8 revela o movimento contraditório do ato de empreender como possibilidade de trabalho, busca de acúmulo de riqueza ou risco de ruir de vez com a possibilidade mais latente que é a da falência. O mesmo Profissional-Visagista-Professor aprofunda a crítica em relação à educação para o empreendedorismo, afirmando que a instituição onde trabalha embarca em qualquer modismo, sem muita reflexão, e sem medir as consequências; e o que está acontecendo com a educação para o empreendedorismo é exemplar, da mesma forma que outros projetos em que a escola firma compromissos sem preparar o quadro de professores.

O Profissional-Visagista-Professor 8 também considera como demagogia a instituição oferecer algumas aulas de empreendedorismo e dizer que forma alunos para serem empreendedores ou empresários, já que os alunos não buscam os cursos para esse fim. Destacou que os alunos procuram a instituição para se formarem num curso e não necessariamente para criar seu próprio negócio.

A grande maioria deles vem com a intenção de buscar algo para trabalhar, para até dar um *upgrade*, em termos de conhecimento e até poder ganhar mais ou conseguir um emprego. Mas, nenhum deles até hoje veio pra cá para adquirir conhecimento para montar empresa, eu até hoje não percebi isso. E nem é a disciplina de empreendedorismo que faz despertar nele a condição de ser empreendedor. Nossa formação é na área técnica e o empreendedorismo exige conhecimentos de administração, contabilidade, finanças e gestão, para que o aluno possa dizer: eu vou montar uma empresa porque fiz esse curso. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8)

O Profissional-Visagista-Professor 8, o curso da instituição onde atua não oferece formação para o empreendedorismo de forma mais consistente porque esse não é o foco dos cursos técnicos, continua o professor.

“O curso oferece as condições técnicas para o trabalho na área e não tem essa questão de torná-lo um administrador, um empreendedor. Quem quer ser empreendedor, esse não é o curso, então que ele faça administração ou procure o SEBRAE” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8).

Mesmo fazendo cursos para ser empreendedor, o Profissional-Visagista-Professor 8 afirma que é preciso ter muito cuidado, “porque as chances de dar errado é muito grande e passar a fazer parte daqueles 66% de empresas que

antes do segundo ano já estão fechadas, 80% fecham até o quinto”, conclui o Profissional-Visagista-Professor 8. Mas, tenta se explicar, pois é professor de empreendedorismo e afirma que nem incentiva, nem “desincentiva” os alunos a serem empreendedores; somente faz uma reflexão acerca do assunto. Também julga ser necessário criticar essa onda de educação para o empreendedorismo como solução para os problemas de emprego dos jovens.

Sinceramente, nós não temos condições de educar para o empreendedorismo. Se você quer educar para o empreendedorismo, então coloca algumas disciplinas - algumas não, tem que ser bem mais. Se eu quero que o aluno saia daqui focado no empreendedorismo, então ele tem que ter a mesma carga horária da área técnica na área de gestão para ele poder abrir uma empresa, entender o seu funcionamento e mantê-la e com isso, acabar com essa história de aprender depois que monta uma empresa, aí pode ser tarde e é por isso que a empresa morre. O índice de mortalidade de empresas é alta no primeiro e no segundo ano. Não dá, nós não temos condições. Isso é uma panaceia. Talvez as pessoas que falam isso não entendem as coisas, não sabem e não têm formação e querem criar curso e dar formação e acham que aquilo tem que ter. Mas, não é assim, isso não existe. Eu penso que tem que ser incentivado o empreendedorismo, mas não dessa forma. Eu sei o que é uma empresa e de que necessita para funcionar, eu tive uma empresa durante nove anos, desde o zero, ela não tinha nada. Até ela ter nove anos eu cheguei a ter setenta funcionários. A empresa estava bem, mas larguei porque cansei. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8)

O Profissional-Visagista-Professor 8 entende também que a melhor forma de uma empresa ter sucesso é iniciá-la de forma incubada e descreve que o sucesso que teve foi por meio da assessoria que recebeu. No caso dos alunos, a preparação para o empreendedorismo poderia ser desenvolvida por meio da criação de empresa júnior. No entanto, comenta que a empresa júnior não pode funcionar sem um curso de administração ou de gestão; por outro lado, isso exige gente formada, capaz de dar suporte aos alunos e questiona quem fará isso na instituição, visto que não é uma área em que a instituição tem tradição. “Eu trabalhei nove anos com isso, então a gente tem que tomar muito cuidado. Vamos evoluir, mas evoluir para algo que seja de nosso ambiente e que tenha gente para isso” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 8).

Outros entrevistados sustentam a necessidade da educação para o empreendedorismo. O Profissional-Visagista-Professor 4 relaciona a necessidade

da educação para o empreendedorismo como parte constituinte do que denomina formação cidadã que deve começar desde o ensino fundamental, conforme tem sido demonstrado em diversas pesquisas e experiências.

Na minha percepção, eu acho que nós precisamos entender que a questão do empreendedorismo faz parte da formação cidadã e tem que começar desde a formação do ensino fundamental. O aluno do ensino fundamental precisa entender que ele é agente de transformação da sua própria realidade, que ele não está lá para repetir os conhecimentos. Pedagogia empreendedora trabalha um pouco desses elementos. [...] Conheço projetos maravilhosos que trabalham justamente a instrumentalização da ação do professor, desde a creche até o ensino fundamental para uma prática empreendedora com os alunos. Para que os alunos tenham a prática empreendedora como resultado dessa atividade. Então, eu entendo que o empreendedorismo deve ser uma apropriação no modo de vida das pessoas, tem que fazer parte da formação. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4)

Para o Profissional-Visagista-Professor 5, a educação para o empreendedorismo é condição necessária para a existência de empreendedores, uma vez que ela trabalha com o autoconhecimento da pessoa e indica onde ela pode atuar, além de ajudar a pessoa a perceber os seus limites e buscar formas de superá-los. Considera que a abordagem do tema precisa ser tratada de forma diferenciada para cada público. Os alunos do nível médio, por exemplo, demoram muito para entender a importância do tema, ao passo que os alunos dos cursos superiores, por serem mais maduros, estarem mais motivados, assimilam melhor a proposta.

Também para o Profissional-Visagista-Professor 6, a educação para o empreendedorismo é algo decisivo e considera um mito a ideia de que as pessoas já nascem com dom empreendedor. O tema deve ser assumido de forma profissional, com planejamento e estratégias, tanto para formar empreendedores, como trabalhadores com perfil empreendedor.

Nossa estratégia é de formar empreendedores e a educação para o empreendedorismo hoje é forte e está presente em todos os lugares; consolidou-se como uma prática, não só da administração. [...] Eu sempre comento que a gente está ali planejando um negócio, está desenvolvendo um negócio, mas nem todos querem ser empresários, mas podem aproveitar dentro da carreira deles para serem mais proativos, participativos e saberem o que está acontecendo na empresa. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 6)

O Profissional-Visagista-Professor 9 considera que a educação ou a formação para o empreendedorismo é que possibilitará a todos poderem ser empreendedores, pois é ela que desperta a pessoa para essa realidade.

“Tem pessoas que nasceram para estudar, ser cientistas, mas a maioria poderia empreender desde que fossem despertados, e a disciplina consegue fazer isso e tenho exemplos disso. Vários ex-alunos que fizeram seus planos de negócios, hoje são empresários bem sucedidos” (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 9).

O Profissional-Visagista-Professor 9 considera o empreendedorismo como algo necessário e a disciplina de empreendedorismo deveria ser obrigatória em todos os cursos, pois foi muito bem aceita na instituição onde trabalha, mas não pode ser ministrada por pessoas puramente acadêmicas; tem que ser uma pessoa que tenha uma vivência prática.

Os benefícios da educação para o empreendedorismo são apontados pelos professores o desenvolvimento das características empreendedoras nos alunos, como a criatividade, iniciativa, espírito de liderança e ousadia. Estimulados através do jogo Visagismo Humanizado – Quebra-Cabeça. (ver apêndice S) Isso torna os alunos melhores, com mais autoconfiança, mais autônomos e com segurança frente aos desafios, além de ampliar os seus conhecimentos. O maior benefício é a formação do indivíduo para a cidadania. Na visão dos entrevistados, o aluno sai mais preparado para a pró-atividade, para ser alguém que governe a sua vida, como gestor do seu próprio destino, isso é fundamental e a educação tem esse papel, frisa o Profissional-Visagista-Professor 4.

Quando eu foco uma ação educativa numa unidade curricular, numa disciplina que vai dar de repente um preparo específico para ele ser um empresário, isso pode ser uma consequência do que se faz com o trabalho. As instituições de ensino superior têm por natureza uma condição de estar mais próximo da necessidade do mercado, porque em termos de solução tecnológica e por decorrência disso o aluno tem a possibilidade de encontrar um produto, uma nova solução que resolva o problema e aí ele pode criar um negócio. Mas, ele vai estar preparado para fazer isso na medida em que ele comece a ter uma postura crítica perante as coisas que passam na vida dele. Tornar-se um empresário está na decorrência de ele ser um cidadão pró-ativo que é onde entra a educação. Absolutamente, não tenho nenhuma preocupação, só vai trazer benefícios. Mas, é preciso que o professor se aproprie de uma

postura empreendedora, uma ação docente empreendedora, isso por decorrência vai dar ao aluno uma aprendizagem empreendedora. (PROFISSIONAL-VISAGISTA-PROFESSOR 4)

Quanto a possíveis preocupações em associar empreendedorismo e educação, os professores manifestaram que ela não existe, pelo contrário, entendem que a educação receberia novo dinamismo. A preocupação manifestada pelos professores é que o empreendedorismo não recebe a devida atenção na educação; segundo os mesmos, o tema deveria ser trabalhado desde o ensino fundamental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A educação para o empreendedorismo, para todos os níveis e modalidades de ensino, vem se difundindo rapidamente, tanto por meio de pesquisas, como por meio de realização de projetos práticos que legitimam o modo capitalista de produção e intentam atender as suas demandas. Nesse sentido, o esforço realizado nesta pesquisa buscou compreender todo esse movimento em curso e provocar a reflexão acerca das implicações da absorção acrítica das proposições que se articulam em torno do tema do empreendedorismo tendo como referencial metodológico os princípios do materialismo histórico e dialético.

Isso nos desafiou a realizar um trabalho, tomando por base uma metodologia que permitiu, pensar a educação e a escola, do ponto de vista da emancipação dos trabalhadores e apontar a utilização de ferramentas de análise que permitam compreender a realidade na busca da superação da exploração dos trabalhadores.

Conforme Moraes (2001) destaca, vivemos tempos de recuo da teoria e operacionalização efetiva da ideologização da ciência pela classe dominante, além do crescimento de abordagens centradas em premissas pragmáticas, utilitaristas e funcionais de abordagens individualistas e subjetivistas contrárias a uma proposição centrada numa práxis revolucionária.

A tese apresentada é a de que a educação para o empreendedorismo se propõe a formar o homem trabalhador de novo tipo: o trabalhador/empreendedor e a construir um novo modelo de escola: a escola empreendedora. Os dados e a análise apresentados mostram que a educação para o empreendedorismo contribui para formar o trabalhador/empreendedor com competências adaptáveis às novas situações de mercado de trabalho globalizado, no qual ele tanto pode vender sua flexível força de trabalho ou saber gerir um negócio próprio por meio da criação de um empreendimento. Como trabalhador de uma empresa, o trabalhador/empreendedor poderá agir como intraempreendedor a serviço da

organização, mas galgando melhores posições na hierarquia organizacional. A escola empreendedora, por sua vez, é aquela que busca mecanismos de auto-sustentação da instituição e constrói a cultura empreendedora que consiste em moldar o indivíduo pelo desenvolvimento de um perfil empreendedor, marcado por atitudes proativas por meio do desenvolvimento de projetos escolares práticos (aprender fazendo) o que revela uma concepção pragmática de educação.

A metodologia e técnicas utilizadas contribuíram para se atingir os objetivos desta pesquisa de compreender as implicações epistemológicas, políticas e práticas decorrentes da incorporação do empreendedorismo pelo campo educacional, expondo seu caráter ideológico, principalmente, na formação de um novo perfil de trabalhador – a do trabalhador/empreendedor. Mostraram-se as origens e pressupostos do empreendedorismo e sua vinculação com a educação, particularmente na educação profissional ofertada em diversos projetos associados à pedagogia empreendedora.

Os autores, de modo geral, sustentam que a escola deve educar para o empreendedorismo, tendo em vista as necessidades emanadas do atual mercado de trabalho que não oferece emprego formal para todos. Outra opção é desenvolver competências que lhes permitam criar seu próprio trabalho, agindo como trabalhador/empreendedor. Percebe-se que essa proposição parece tocar no problema crucial do momento que é o desemprego e em todas as suas consequências sociais. A ideia do desenvolvimento do perfil empreendedor como necessário à empregabilidade passou a ser assimilado e naturalizado e assumido dentro do projeto político pedagógico de muitas escolas

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Paulo. (coord.) Currículo Nacional do Ensino Básico. Competências essenciais. Lisboa: Ministério da Educação, 2001.

ABRANTES, P. et al. Reorganização curricular do ensino básico. Ministério da Educação. Departamento da Educação Básica: Lisboa, 2002.

ACANDA, Jorge Luis. Sociedade civil e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ACÚRCIO, Marina R. B.; ANDRADE, Rosamaria C. de (Org.). O empreendedorismo na escola. Porto Alegre/Belo Horizonte: Artmed/Rede Pitágoras, 2005.

ALMEIDA, Alcides Vieira de. Dos aprendizes artífices ao CEFET/SC: resenha histórica. Florianópolis: Agnus, 2002.

_____. Da escola de aprendizes artífices ao Instituto Federal de Santa Catarina. Florianópolis: Publicação do IF-SC, 2010.

ALMEIDA, Edson Pacheco de; PEREIRA, Rosângela Saldanha. Críticas à teoria do capital humano (uma contribuição à análise de políticas públicas em educação). Revista de educação pública, Cuiabá: v. 9, n. 15, p. 53-70, jan./jun., 2000.

ALONSO, Luisa. Referencial de competências-chave. Educação e formação de adultos. Lisboa: Anefa, 2000.

ALTHUSSER, Louis. P. Aparelhos ideológicos de estado. 7ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

AMARAL, Luís Mira. Projeto GEM. Portugal, 2007. Disponível em: <www.empreendedorismo.pt/portal-emp/?s=article&o>. Acesso em 06 jan. 2018.

ANDRADE FILHO, Antônio Bezerra de. A matemática da beleza. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Matemática, Universidade Católica de Brasília, Brasília.

ANDRADE, Renato Fonseca de. Empreendedorismo em instituições de ensino superior: a concepção de mestres e docentes do 467

Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos. 2003. 164 f.. Dissertação (mestrado em Engenharia de produção) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, 2003.

AGLIETTA, Michel. Régulation et crises du capitalisme. Paris: Éditions Odile Jacob, 1997.

ANJE. Formação ANJE. Disponível em: <<http://www.anje.pt/formacao/default.asp>>. Acesso em 20 dez. 2018.

ANTONIO, Clésio Acilino. Política educacional neoliberal: a década de 90 como marco histórico para compreender o ideário da “pedagogia empreendedora” na atualidade. Disponível em: <Sistema.assesoar.org.br/arquivos/TAP000181.htm>. Acesso em 15 nov. 2018.

_____. “Por uma educação do campo”: um movimento popular de base política e pedagógica para a educação do campo no Brasil. 2010, 234 f..Tese (doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Educação, Porto Alegre/RS, 2010.

ANTUNES, Celso. Um método para o ensino fundamental: o projeto. 4. ed. Petrópolis, R.J: Vozes, 2003.

ANTUNES, Fátima. Políticas educativas para Portugal anos 80/90: o debate acerca do ensino profissional na escola pública. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional, 1998.

_____. Políticas educativas nacionais e globalização: novas instituições e processos educativos; o subsistema de escolas profissionais em Portugal (1987-1998). 1ª edição. CIED/IEP/UMINHO. Braga, 2004.

_____. Recensão da obra “A Regulação das Políticas Públicas de Educação: espaços, dinâmicas e atores”, de João Barroso (org. 2006). Lisboa: Educa/Ui&dCE. Sísifo. Revista de Ciências da Educação, pp. 113-116, n. 04, set/dez 2007. Disponível em: <<http://sisifo.fpce.ul.pt>>. Acesso em 01 jun. 2018.

_____. A nova ordem educacional. Coimbra: Edições Almedina, 2008.
468

ANTUNES, Fátima. Políticas Educativas II. Relatório da Disciplina. Universidade do Minho, Braga, 2009.

ANTUNES, Ricardo. Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez/Editora da Unicamp, 1995.

_____. Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2002.

ARAÚJO, Ana Paula Bravim de. Perfil do empreendedor. Disponível em: <Disponível em: <<http://www.bte.com.br>>. Data da última atualização: 10 mai.2000>. Acesso em 10 abr. 2018.

ARAUJO, M. H. et al. O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores. Química Nova, São Paulo, vol. 28, suplemento, p. s18-s25, Nov/dez. 2005.

APCS – Associação Portuguesa de Consultores Seniores. O que somos e o que fazemos. Disponível em: <<http://apcs.org.pt/pt/4.htm>>. Acesso em 18 dez. 2018.

APPLE, M. A. Mercados, standardização e desigualdades: Poderão as pedagogias críticas travar as políticas de direita? In Óscar C. de Sousa & Maria Ricardo (org.), Uma Escola com sentido: O Currículo em Análise e Debate – Contextos, questões e perspectivas. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2003.

ASSIS, Simone de Araújo Góes. A institucionalização de programas de empreendedorismo do sistema indústria: o caso ES-Empreendedor. 2006, 144 f. Dissertação (mestrado) - Universidade de Brasília, Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência de Informação e Documentação – FACE, Brasília, 2006.

AVEIRO, Jorge Fernando Hermida. A reforma educacional no Brasil: (1988-2001) Processos Legislativos, Projetos em Conflito e Sujeitos Históricos. 2002, 425 f.. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, 2002. 469

BALL, S.J.; BOWE, R. Subject departments and the “implementation” of National Curriculum policy: an overview of the issues. Journal of Curriculum Studies, London, v. 24, n. 2, p. 97-115, 1992.

BALL, S. J. What is policy? - Texts, trajectories and toolboxes. Discourse, de S. J. Ball. London, v. 13, n. 2, p. 10-17, 1993.

_____. Educational reform: a critical and post-structural approach. Buckingham: Open University Press, 1994.

BARROSO, João. Regulação e desregulação das políticas educativas: tendências emergentes em estudos de educação comparada. In: Barroso, J. (org.), A escola pública: regulação, desregulação, privatização. Porto: Asa, 2003.

_____. O Estado, a educação e a regulação das políticas públicas. Educação e sociedade, Campinas, vol. 26, n. 92, p. 725-751, Especial - Out. 2005. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br>. Acesso em 01 jun. 2018.

_____. A regulação das políticas públicas de educação: espaços, dinâmicas e actores. Lisboa: Educa/Unidade de I&D de Ciências da Educação, 2006.

BARROSO, João; et al. “As políticas educativas como objecto de estudo e de formação em Administração Educacional”, 2007. Sísifo. Revista de Ciências da

Educação, pp. 5-20, n.4, set/dez 2007. Disponível em: <<http://sisifo.fpce.ul.pt>>. Acesso em 01/06/2018.

BASTOS, Adriana Teixeira, et al . Empreendedorismo e educação: o caso do Projeto Empreendedorismo na Escola. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 02 set. 2018.

BASTOS, Cristina. O PNEE no Instituto Profissional de Tecnologias Avançadas – IPTA. Entrevista realizada por Marival Coan, em 21 de janeiro de 2010. Porto.

BECKER, Fernanda da Rosa. Participação, empreendedorismo e educação: o projeto livro em roda. REICE - Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. Madrid, Espanha - volume 8, número 3. Março de 2010, p 167-168. Disponível em: <<http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol8num3/art10.pdf>>. Acesso em 10 jul. 2018.

BEGALI, Valdivo José. A formação do empreendedor por escolas de administração: realidade ou rótulo? 2005. 121f.. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade Municipal de São Caetano do Sul/SP, 1989.

BELL, Daniel. O fim da ideologia. Brasília, DF: EdUnB, 1980.

BIHEL, Cintia Fernandes e LIMA, Edilene Medeiros de. A beleza matemática do rosto humano através do visagismo. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Matemática, UNISUL, Tubarão, 2018.

BIANCHETTI, Lucídio. Curriculum vitae em tempos de empreendedorismo e empregabilidade. In: AUED, Bernardete. Traços do trabalho coletivo. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

BOURDIEU, P; PASSERON, J. C. A reprodução. Elementos para uma teoria do sistema de ensino. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

BOYER, Robert. La théorie de la régulation: une analyse critique. Paris: La Découverte, 1987.

BOWE, R.; BALL, S.; GOLD, A. Reforming education & changing schools: case studies in policy sociology. London: Routledge, 1992.

BRASIL. Decreto nº 7.566, de 23 de setembro de 1909. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf3/decreto_7566_1909.pdf>. Acesso em 03/05/2019.

_____. Lei n.º 378, de 13 de janeiro de 1937, instituiu o CNS e reformulou o Ministério da Educação e Saúde Pública. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=225>. Acesso em 12 mai. 2019.

_____. Lei nº 8.948 de, 8 de dezembro de 1994. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8948.htm . >. Acesso em 23 mai. 2018.

_____. Decreto n. 2.208, de 17 de abr. de 1997. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes da educação nacional. Diário Oficial da União, Brasília, 18 abr. 1997.

BRASIL. PROEP – Programa de reforma da educação Profissional: orientação às IFETs para a preparação do Plano de Implantação da Reforma. Brasília, MEC/SEMTEC, 1997.

_____. Lei nº 9649, de 27 de maio de 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9649cons.htm>. Acesso em 12 fev. 2019.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Média e Tecnológica. Parâmetros Curriculares Nacionais - Ensino Médio. Brasília, 1999.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Média e Tecnológica. PCN + Ensino Médio: Orientações Educacionais complementares aos Parâmetros Curriculares Nacionais - Ciências da natureza, matemática e suas tecnologias. Brasília, 2002.

_____. Ministério da Ciência e Tecnologia. Ciência, tecnologia e inovação: desafio para a sociedade brasileira. Livro Verde. Brasília: MCT/Academia Brasileira de Ciências, 2001. Disponível em: <www.cgee.org.br/prospeccao/doc_arq/prod/.../regdoc4325.pdf>. Acesso em 12 mai. 2019.

_____. Livro Branco: ciência, tecnologia e inovação. Brasília: MCT, 2002. Disponível em: <http://www.cgee.org.br/arquivos/livro_branco_cti.pdf>. Acesso em 12 mai. 2019.

_____. Lei de Incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo. Lei n. 10.973 de 2 de dezembro de 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/Lei/L10.973.htm>. Acesso em 12 mai. 2019.

_____. Lei 11.196 (Lei do Bem) de 21 de novembro de 2005, Brasília, 2005. Disponível em: <<http://www.portaltributario.com.br/legislacao/lei11196.htm>>. Acesso em 12 mai. 2019.

BRASIL. Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, cria a figura do microempreendedor individual. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm>. Brasília, 2008(a).

_____. Lei nº 11.892 de 29 de dezembro de 2008. Lei que rege os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia – IFETs. Brasília, 2008(b).

BRITO, Nuno Vieira e. 7ª edição do Poliempreende. Palestra proferida na Conferência ESHTe - Empreendedorismo e Ensino, realizada no Centro de Congresso de Lisboa em 15 Outubro de 2009. Disponível em: <http://www.creativelearningconference.com/streamoffline_A3_15_1130.asp>. Acesso em 22 jan. 2019.

BROWN, Simon G. **A arte prática da leitura facial**. Tradução Mônica Magnani Monte. Barueri: Ed. Manole, 2001.

BRUE, Stanley L. História do pensamento econômico. Tradução Luciana Penteado Miquelino. São Paulo: Editora Thomson, 2006.

BRUNER, J. Cultura da Educação. Lisboa: Edições 70, 1996.

BUENO, José Lucas Pedreira. O empreendedorismo como superação do estado de alienação do trabalhador. 2005. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

CAMPOS, Eliane Vargas. As características do comportamento empreendedor. Disponível em: <<http://guaiba.ulbra.tche.br/pesquisas/2007/artigos/administracao/302.pdf>>. Acesso em 01 set. 2018.

CARNEIRO, Ricardo (1997). Os clássicos da economia. V. 1 e 2. São Paulo: Ática.

CANTILLON, Richard. Ensaio sobre a natureza do comércio em geral (1755). Curitiba: Segesta editora, 2002.

CARVALHO, A. R. de; NETO, J. M. B. A economia monetária de Cantillon e o debate moderno entre ortodoxia e heterodoxia. XV Encontro da Sociedade Brasileira de Economia Política. Universidade Federal de São Luiz/Maranhão 01 a 04/06/2010. Disponível em: <http://www.sep.org.br/artigo/1329_184e1fe2c9e6fe31ef7224fd4521d1c2.pdf>. Acesso em 27 mai. 2018.

CARVALHO, Fabrícia, Gonçalves de, (2003). A formação empreendedora por meio da educação a distância: uma alternativa para o profissional do conhecimento. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

CARVALHO, João. Cultura empresarial e criação de empresas. Lisboa: Edições Sílabo, 1999.

CASTILHO, Kathia. **Discursos da Moda: Semiótica, Design, Corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

CÊA, Georgia Sobreira dos Santos; LUZ, A. S. da. (2006). Empreendedorismo e educação: reflexões sobre um velho sonho liberal. Disponível em <<http://www.espacoacademico.com.br/>>. Acesso em 05 set. 2018.

CÊA, Georgia Sobreira dos Santos. Fundamentos da ideia do empreendedorismo e a formação dos trabalhadores. In: CÊA, Geórgia S. dos Santos (org). O estado da arte da formação do trabalhador no Brasil. Cascavel. Edunioeste, 2007.

CEFET-SC. Plano Pedagógico CEFET-SC: Objetivos e finalidades. Florianópolis, 2007.

CEPAL. Transformación productiva con equidad: La tarea prioritária del desarrollo de América Latina y el Caribe en los años 90. Santiago do Chile, março, 1990.

CHAUÍ, Marilena. O que é ideologia? Coleção primeiros passos, São Paulo: editora Brasiliense, 1997.

COHEN, David. Você sabe decidir? Revista Época. São Paulo, n 746, p.41- 58, de 08 de agosto de 2001.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. Livro Verde. Espírito Empresarial na Europa. Publicações DG Empresa. Bruxelas, 2003. Disponível em <http://serempreendedor.files.wordpress.com/2008/09/livro-verde-espirito-empresarial-na-europa.pdf>. Acesso em 01 dez. 2018.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comitê Econômico e Social Europeu e ao Comitê das Regiões. Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem. Bruxelas, 2006. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0033:FIN:PT:PDF>>. Acesso em 03 nov. 2018.

COMISSÃO EUROPEIA. Parâmetros de referência europeus para a educação e a formação: seguimento do Conselho Europeu de Lisboa. Bruxelas, 2002. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0629:FIN:PT:PDF>>. Acesso em 15 out. 2018.

_____. Relatório Final do Grupo de Peritos de 2002. Projeto sobre educação e formação para o desenvolvimento do espírito empresarial no âmbito do procedimento best. Publicações DG Empresa. Bruxelas. 2002. Disponível em: <http://adcmoura.pt/start/Rel_BEST2002.pdf>. Acesso em 15 out. 2018.

_____. Relatório Final do Grupo de Peritos de 2004. Educação para o desenvolvimento do espírito empresarial - Fomentar a promoção das atitudes e competências empresariais no ensino básico e secundário. Publicações DG Empresa. Bruxelas. 2004. Disponível em: <http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/document/edu_desenvolvimento_espirito_empresarial.pdf>. Acesso em 26 out. 2018.

_____. (b). Plano de ação: a agenda europeia para o espírito empresarial. Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comitê Econômico e Social Europeu e ao Comitê das Regiões. Bruxelas, 2004. Disponível em: <http://adcmoura.pt/start/Plano_Accao_Agenda_Europeia_Espir_Empresarial.pdf>. Acesso em 02 nov. 2018.

_____. (c). Contribuir para a criação de uma cultura empresarial — Um guia de boas práticas para a promoção de atitudes e competências empresariais através da educação. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, 2004.

COMISSÃO EUROPEIA. (a). Projeto do procedimento best: Mini-Empresas no ensino secundário - Relatório final do grupo de peritos, Publicações DG Empresa, Bruxelas, 2005.

_____. (b). Competências-chave para a aprendizagem ao longo da vida. Proposta de recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho. Bruxelas, 2005. Disponível em: <http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/keyrec_pt.pdf>. Acesso em 20 out. 2018.

_____. Promover a plena participação dos jovens na educação, no emprego e na sociedade. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comitê Econômico e Social Europeu e ao Comitê das Regiões. Bruxelas, 2007. Disponível em: <http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/youth/c11103_pt.htm>. Acesso em 05 nov. 2018.

_____. Preparar os jovens para o século XXI: uma agenda para a cooperação europeia em matéria escolar. Conclusões do Conselho e dos Representantes dos Governos dos Estados-Membros reunidos no Conselho, em 21 de Novembro de 2008. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:319:0020:0022:PT:PDF>>. Acesso em 03 nov. 2018.

COMMISSION EUROPEENNE. Education et formation. Stratégie et coopération européenne en matière d'éducation et de formation. Disponível em: <http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc28_fr.htm>. Acesso em 27 out. 2018.

COMITÊ ECONÔMICO E SOCIAL EUROPEU. Aplicar o programa comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem. Parecer sobre a Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comitê Económico e Social Europeu e ao Comitê das Regiões. Bruxelas, 2006. Disponível em: <<http://www.eesc.europa.eu>>. Acesso em: 26 out. 2018.

_____. Empregabilidade e empreendedorismo – O papel da sociedade civil, dos parceiros sociais e das instâncias regionais e locais, numa perspectiva de género. Bruxelas, 2007a. Disponível em: <<http://www.eesc.europa.eu>>. Acesso em 02 nov. 2018.

COMITÊ ECONÔMICO E SOCIAL EUROPEU. O espírito empresarial e a Agenda de Lisboa - Parecer do Comitê Económico e Social. Bruxelas, 2007b. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:044:0084:0084:PT:PDF>>. Acesso em 02 nov. 2018.

COMUNIDADES EUROPEIAS. Contribuir para a criação de uma cultura empresarial – guia de boas práticas para a promoção de atitudes e competências empresariais através da educação. Publicações DG Empresa. Bruxelas, 2004. Disponível em: <http://adcmoura.pt/start/Cultura_Empresarial.pdf>. Acesso em 03 nov. 2018.

CONSELHO EUROPEU. Conclusões da Presidência Conselho Europeu de Lisboa 23 – 24 de Março de 2000. Disponível em: <<http://www.estrategiadelisboa.pt/document/1137071987W5xLJ2ui2Oo82MT9.pdf>>. Acesso em 02 out. 2018.

_____. Realizar o potencial da União Europeia: consolidar e alargar a estratégia de Lisboa. Estocolmo, 2001. Disponível em: <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/pt/ec/00100-r1.%20ann-r1.p1.html>. Acesso em 20 jan. 2019.

_____. Programa de trabalho pormenorizado sobre o seguimento dos objectivos dos sistemas de educação e de formação na Europa. Aprovado conjuntamente pelo Conselho e pela Comissão em 14 de Fevereiro de 2002. Jornal Oficial das Comunidades Europeias, 14/02/2002. Disponível em: <[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52002XG0614\(01\):PT:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52002XG0614(01):PT:HTML)>. Acesso em 27 out. 2018.

CONSELHO da UNIÃO EUROPEIA. A educação e a formação como motor essencial da estratégia de Lisboa. Resolução de 15 de Novembro de 2007. Disponível em: <<http://www.dges.mctes.pt/NR/rdonlyres/AF1FD821-0DF0-4AE8-8F60-FA77A05BB726/634/3.pdf>>. Acesso em 15 out. 2018.

_____. Fomentar o empreendedorismo - Conclusões do Conselho. Jornal Oficial da União Europeia, 2004. Disponível em:

<http://195.23.38.178/conciliar/files/concilia-20060717_Conselempreendedorismo.pdf>. Acesso em 02 nov. 2018.

CONSELHO da UNIÃO EUROPEIA. Promoção da criatividade e inovação através da educação e formação. Reunião do Conselho da União Europeia e representantes dos Governos dos Estados-Membros de 22 de maio de 2008. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:141:0017:0020:pt:PDF>. Acesso em 03 nov. 2018.

_____. Conclusões do Conselho de 12 de Maio de 2009 sobre um quadro estratégico para a cooperação europeia no domínio da educação e da formação (EF 2020). Jornal Oficial da União Europeia 28.5.2009. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:119:0002:0010:PT:PDF>>. Acesso em 20 out. 2018.

CONSELHO ECONÔMICO E SOCIAL. Estratégia de Lisboa Parecer de Iniciativa. Relator: Conselheiro Adriano Pimpão. Lisboa 2005. Disponível em: <<http://www.ces.pt/download/85>>. Acesso em 15 out. 2018.

CORBELLIONE, Marilda Lili. Empreendedorismo juvenil: caminhos e travessias. 2004. 364 f.. Tese (doutorado em Serviço Social) -Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP. 2004.

CORNÉLIO FILHO, Plínio; A performance da educação para o empreendedorismo nos cursos de engenharia do estado de Santa Catarina: uma metodologia de avaliação abrangendo estudantes e egressos. Tese de doutorado PPGE/UFSC 186f. 2003.

COSTA, Achyles Barcelos da. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. Cadernos IHU Ideias Ano 4, Nº 47. São Leopoldo, 2006. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/uploads/publicacoes/edicoes/1158329722.22pdf.pdf>>. Acesso em 01 fev. 2019.

COSTA, Gilmaísa Macedo da. Lukács e a ideologia como categoria ontológica da vida Social. Revista Urutágua n. 09 abr/mai/jun/jul/ 2006– quadrimestral – Maringá/PR. ISSN 1519.6178.

COSTA, Rubens Vaz. Introdução. In SCHUMPETER, Joseph A. Teoria do desenvolvimento econômico. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. Tradução da Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

COSTA, Sylvio de Souza Gadelha. Governamentalidade neoliberal, teoria do capital humano e empreendedorismo. Revista Educação e Realidade, Porto Alegre/RS, v. 34, n. 2, p. 171-186, mai/ago 2009.

COUTINHO, Carlos Nelson. Gramsci - um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

COUTINHO, Maurício Chalfin. Cantillon, espaço e teoria econômica. Anais do XXXII Encontro Nacional De Economia - ANPEC. João Pessoa (Paraíba), de 7 a 10 de dezembro de 2004. Disponível em <<http://www.anpec.org.br/encontro2004/artigos/A04A001.pdf>>. Acesso em 02 fev. 2019.

CURY, Carlos Roberto Jamil. O público e o privado na educação brasileira. In: VELLOSO, Jacques et al. Estado e educação. Campinas, SP: Papirus/Cedes; São Paulo: Ande/Amped, 1992. p. 73 – 93.

DALE, R. A educação e o Estado capitalista: contribuições e contradições. Educação e Realidade, Porto Alegre, v. 13, n.1, p. 17-37, 1988.

_____. The state and education policy. Milton Keynes: Open University Press, 1989.

_____. Regulation theory, settlements and education policy. Comunicação à conferencia de política de educação. Massey University, Julho de 1990.

_____. Review essay: whither the state and education policy? Recent work in Australia and New Zealand. British Journal of Sociology of Education, London, v. 13, n. 2, p. 387-395, 1992.

_____. The State and the governance of education: an analysis of the restructuring of the State-education relationship. In A. H. Halsey; Hugh Lauder; Philippe Brown & Anne S. Wells (orgs), Education – Culture, Economy and Society. Nova Iorque: Oxford University Press, pp. 273-282, 1997.

DALE, R . Globalização e Educação: demonstrando a existência de uma “Cultura Educacional Mundial Comum” ou localizando uma “Agenda Globalmente Estruturada para a Educação”? In: Revista Educação & Sociedade. Campinas, vol. 25, nº 87, p. 423-460, maio/ago. 2004.

DAVENPORT, Thomas O. O capital Humano: o que é e por que as pessoas precisam investir nele. Tradução Rosa S. Krausz. São Paulo: Nobel, 2001.

DAVID, Denise Elizabeth Hey, et al. Formação de docentes para o ensino de empreendedorismo: estudo de caso no CEFET/PR. Disponível em: <www.daeln.ct.utfpr.edu.br/~denisedavid/artigos.../formacaodedocentes.pdf>. Acesso em 21 set. 2018.

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DELORS, Jaques. Educação: um tesouro a descobrir - Relatório para Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. 2 ed. São Paulo: Cortez; Brasília: MEC/UNESCO, 1999.

DE MORI, Flavio. Modelo para o desenvolvimento da visão de negócio numa perspectiva de inserção mercadológica e de identificação de competências necessárias para a validação de ideias. 2005. Tese de doutorado (Doutorado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

DIAS, Graziany Penna. Empreendedorismo e educação: o SEBRAE na escola. 2006. 149 f. Dissertação (Mestrado) Faculdade de Educação – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2006(a).

_____. Empreendedorismo e educação física: críticas a sua apreensão/implementação imediata no contexto escolar. Anais do X Encontro Fluminense de Educação Física escolar. Niterói, 08-10 de dezembro de 2006, R J . 2 0 0 6 (b) .

DIAS, Graziany Penna. Empreendedorismo: uma “nova” noção para a (com) formação humana, nos interesses do capital. VI Seminário da Rede Latino-americana de Estudos sobre Trabalho Docente – Rede ESTRADO. Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ, 6 e 7 de novembro de 2006 (c).

_____. Competência, empregabilidade e empreendedorismo: noções ideológicas no campo da formação humana. Efdeportes, Revista digital – Buenos Aires – ano 13, n. 127, dezembro de 2008. Disponível em: <www.efdeportes.com/.../competencia-empregabilidade-e-empreendedorismo.htm>. Acesso em 07 mar. 2019.

DINIS, Eli. Empresariado industrial e estratégias de desenvolvimento: dilemas do capitalismo brasileiro. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, n. 55-56, São Paulo, 2002.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. Pedagogia empreendedora- O ensino do empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora de Cultura. 2003.

_____. Pedagogia empreendedora. Entrevista a Marianne Hoeltgebaum. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 127-130, abril/junho 2004. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/293/280>>. Acesso em 10 abr. 2019.

_____. Fugir do risco é psicose. Entrevista a Eugênio Esber da Revista Amanhã. Edição 206 - dezembro de 2004. Disponível em:

<<http://amanha.terra.com.br/edicoes/206/entrevista2.asp>>. Acesso em 10 abr. 2019.

_____. Empreendedorismo: a grande revolução silenciosa. Disponível em: <www.dolabela.com.br>. Acesso em 12 fev. 2019.

_____. Pedagogia empreendedora: ensino de empreendedorismo na educação básica. Disponível em: <www.dolabela.com.br>. Acesso em 12 mar. 2019.

DOLABELA, Fernando. Pedagogia empreendedora: sobre a metodologia. Disponível em: <<http://www.starta.com.br/#pedagogia>>. Acesso em 24 fev. 2019.

_____. Uma revolução no ensino universitário de empreendedorismo no Brasil. A metodologia da Oficina do Empreendedor. 44th ICSB World Conference, Nápoles, junho de 1999. Disponível em: <www.dolabela.com.br>. Acesso em 01 mar. 2019.

_____. Ensino de empreendedorismo na educação básica como instrumento do desenvolvimento local sustentável. A metodologia Pedagogia empreendedora. Disponível em: <www.dolabela.com.br>. Acesso em 01 mar. 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DREWINSKI, Jane Maria de Abreu. Empreendedorismo: o discurso pedagógico no contexto do Agravamento do desemprego juvenil. 2009. 157 f.. Tese (Doutorado em educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

DRUCKER, Peter Ferdinand. A profissão de administrador. Editora Pioneira, São Paulo, 1998.

_____. Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. Tradução de Carlos J. Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1986.

_____. O melhor de Peter Drucker: a sociedade. São Paulo: Nobel, 2002a.

_____. O melhor de Peter Drucker: o indivíduo. São Paulo: Nobel, 2002b.

_____. O melhor de Peter Drucker: a administração. São Paulo: Nobel, 2002c.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Entrepreneurship in Business Enterprise, Journal of Business Policy, vol 1, 1970.

DUARTE, Newton. Elementos para uma Ontologia da educação na Obra de Dermeval Saviani. In: Dermeval Saviani e a educação brasileira. Simpósio de Marília. São Paulo: Cortez, 1994.

_____. As pedagogias do “aprender a aprender” e algumas ilusões da assim chamada sociedade do conhecimento. Revista Brasileira de Educação, n. 18, Set/Out/Nov/Dez. 2001.

ECO, Umberto (org.). **História da Beleza**. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2010.

EVANGELISTA, Olinda. Formação docente no Brasil e interesses internacionais. Congresso do SINTE outubro de 2005. Disponível em: <www.sinte-sc.org.br/archivi/Olinda_Evangeista_Formacao_Professor.pdf>. Acesso em 15 nov. 2018.

EUROPEAN ROUND TABLE OF INDUSTRIALISTS – ERT. Working Group Education. Disponível em: <http://www.ert.be/working_group.aspx?wg=15>. Acesso em 05 nov. 2018.

_____. Investing in knowledge - The integration of Technology in European Education, February 1997. Disponível em: <<http://www.ert.be/doc/0114.pdf>>. Acesso em 05 nov. 2018.

_____. Education for europeans: Towards the Learning Society. March 1995. Disponível em: <<http://www.ert.be/doc/0061.pdf>>. Acesso em 05 nov. 2018.

_____. Education and european competence. January 1989. Disponível em: <http://www.ert.be/working_group.aspx?wg=15>. Acesso em 05 nov. 2018.

_____. Changing scales. June 1985. Disponível em: <<http://www.ert.be/doc/0060.pdf>>. Acesso em 05 nov. 2018.

FARIA, Maria Helena de; SILVA, Carlos E. S da. Elementos de educação empreendedora no contexto da Engenharia de Produção: a universidade estimulando novos negócios. Anais do XIII SIMPEP – Bauru, SP, Brasil, 6 a 8 de Novembro de 2006.

FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FERNANDES, Rui. O que é e o que faz o IEMINHO. Entrevista realizada por Marival Coan em 03 de novembro de 2009. Vila Verde, Portugal.

FERREIRA, ANDRÉ et al. Teorias de motivação: uma análise da percepção das lideranças sobre suas preferências e possibilidade de complementaridade. Anais do XIII SIMPEP - Bauru, SP, Brasil, 6 a 8 de Novembro de 2006.

FERREIRA, Claudete Cargnin. Proposta de modelo para contribuir com o desenvolvimento dos perfis de líder e empreendedor pelos currículos escolares das escolas de ensino médio. 2001, 156f. Dissertação (Mestrado em Engenharia

de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

FILION, Louis Jacques. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. Palestra proferida no Seminário A Universidade Formando Empreendedores, Escola de Altos Estudos Comerciais (H.E.C) de Montreal. Disponível em: <<http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf>>. Acesso em 04 dez. 2018.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho 1999.

_____. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas 31(3): 63-71. São Paulo: 1991.

FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

FRIEDLAENDER, Gilda Maria Souza. Metodologia de ensino-aprendizagem visando o comportamento empreendedor. 2004, 144f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

FRIGOTTO, Gaudêncio. A produtividade da escola improdutiva. São Paulo: Cortez, 1984.

_____. Trabalho-educação e tecnologia: treinamento polivalente ou formação politécnica? In: SILVA, Tomás Tadeu. Trabalho, educação e prática social: por uma teoria da formação humana. Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.

_____. Educação e crise do trabalho: perspectivas de final e século (org). Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1998.

_____. A nova e a velha face do capital e o labirinto dos referenciais teóricos. IN: FRIGOTTO, Gaudêncio; CIAVATTA, Maria (orgs.). Teoria e educação no labirinto do capital. 2ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

FRIGOTTO, Gaudêncio; CIAVATTA, Maria (Orgs.). Ensino médio: ciência, cultura e trabalho. Brasília: MEC, 2004.

FRIGOTTO, Gaudêncio; CIAVATTA, Maria; RAMOS, Marise. Ensino médio integrado: concepções e contradições. São Paulo: Cortez, 2005.

FUKUYAMA, Francis. O fim da história e o último homem. Trad. Aulyde Soares Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

GANDIN, Adriana Beatriz. Metodologia de projetos na sala de aula. Relato de uma experiência. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002.

GARCIA, Luiz Fernando. Formação empreendedora na educação profissional: capacitação a distância de educadores para o empreendedorismo. Florianópolis: LED/UFSC, 2000.

GENTILI, Pablo. Educar para o desemprego: A desintegração da promessa integradora. In: FRIGOTTO, Gaudêncio (Org.) Educação e Crise do Trabalho: perspectivas de final de século. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

GESENTREPRENEUR. Quem somos e o que fazemos. Web site da entidade. Disponível em: <<http://www.gesentrepreneur.com>>. Acesso 485 em 15 fev. 2019.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1999.

GLAS, Norbert. **Os temperamentos**: a face revela o homem. São Paulo: Antroposófica, 2011.

GOMES, Pedro. Max, o empreendedor. Empreendedorismo infantil 1º ciclo. Disponível em: <www.maxportugal.com>. Acesso em 04 jan. 2019.

GRACIOLLI, Fernando Braz de Lima. O desafio de formar empreendedores através do ensino universitário: a experiência da UNIVALE. 2005, 163 f. Dissertação (Mestrado profissionalizante em Administração) - Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo/MG.

GRAMSCI, Antonio. Americanismo e Fordismo. In: Cadernos do Cárcere. Temas da cultura. Ação católica. Americanismo e fordismo, v.4. Edição e Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

_____. Os intelectuais e a organização da cultura. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

GREMAUD, Amaury Patrick. Um novo alento para a História do Pensamento Econômico no Brasil. Resenhas. Revista Soc. bras. Economia Política, Rio de Janeiro, nº 12, p. 133-142, junho 2003.

HAEMING, Waléria K. Gerenciamento do discurso pedagógico numa perspectiva empreendedora: uma reflexão sobre a linguagem do discurso pedagógico. 2001, 143 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

HATCHER, R.; TROYNA, B. The “policy cycle”: a Ball by Ball account. Journal of Education Policy, London, v. 9, n. 2, p. 155-170, 1994.

HAYEK, Friedrich. Richard Cantillon – introdução e comentários textuais escrito em 1931. Jornal de Estudos Libertários. vol. VII, N.2, pp. 217-247. 1985.

Disponível em: <<http://www.econlib.org/library/NPDBooks/Thirlby/bcthLS3.html>>. Acesso em 26 mar. 2019.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**. São Paulo: Gustavo Gili, 2012.

HENRY, M. What is policy? A response to Stephen Ball. *Discourse*, London, v. 14, n. 1, p. 102-105, 1993.

HERMENEGILDO, Jorge Luiz Silva. O uso da abordagem por competências no desenvolvimento de jogos de empresas para a formação de empreendedores. 2002, 320f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

HIGGS, Henry. Vida e obra de Richard Cantillon. London, MacMillan, 1931. Disponível em: <<http://www.econlib.org/library/NPDBooks/Cantillon/cntNT.html>>. Acesso em 06 mai. 2019.

HIRATA, Helena (Org.). Sobre o “modelo” japonês. São Paulo: Edusp, 1993.

HOLANDA, F. H. de O.; FRERES, H.; GONÇALVES, L.P.. A pedagogia das competências e a formação de professores: breves considerações críticas. *Revista Eletrônica Arma da Crítica*. Fortaleza/CE. Ano 1, Número 1 p. 122- 135, Janeiro, 2009.

HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX**. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação. IAPMEI promove Ligação Universidade-Empresa no Algarve. Disponível em: <<http://www.iapmei.pt>>. Acesso em 06 jan.2019.

IEMINHO - Instituto Empresarial do Minho. Missão, objetivos, benefícios e incubadora. Disponível em: <www.portaldoempreendedor.pt>. Acesso em 15 dez. 2018.

IFSC. Projeto Pedagógico Institucional. Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.ifsc.edu.br/images/stories/file/Docs/Planos/PDI%20para%20MEC%2029%20de%20junho%202009%20COM%20ead.pdf>>. Acesso em 06 abr. 2019.

IFSC. IF-SC. Plano de Desenvolvimento Institucional. Florianópolis, 2009. Disponível em: <http://www.ifsc.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=14>. Acesso em 06 abr. 2019.

_____. Edital de Extensão N. 04/2010. Empresas Juniores e Empreendimentos Inovadores. Apoio à Criação de Empresas Juniores e Empreendimentos Inovadores no IF-SC. Disponível em:

<http://www.ifsc.edu.br/images/stories/file/I_Edital_Empreendedorismo_IFSC.pdf>. Acesso em 06 abr. 2019.

_____. Projetos de Pesquisa 2010/2011. PIBITI/CNPQ. Disponível em: http://www.ifsc.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1223:projetos-de-pesquisa-20102011&catid=4:conteudo. Acesso em 06 abr. 2019.

INEP. Projeto integrado de formação empreendedora na educação profissional de nível técnico. Disponível em: <www.inep.gov.br/PESQUISA/BBE-ONLINE/det.asp?cod=1406&type=OM>. Acesso em 01 jul. 2018.

INSTITUTO PNBE DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL. Crianças e jovens “empreendedores” nas escolas de Portugal. Disponível em: <<http://www.institutopnbe.org.br/website/artigo.asp?cod=1856&idi=1&moe=76&id=7474>>. Acesso em 20 jan. 2019.

JA PORTUGAL - Associação Aprender a Empreender (Junior Achievement Portugal). Empreendedorismo desde o 1º ciclo. Disponível em: <<http://www.japortugal.org/>>. Acesso em 15 dez.2009.

JEVONS, W. Stanley. Richard Cantillon y la Nacionalidad de la Economía Política. (Tradução em espanhol de Richard Cantillon and the Nationality of Political Economy, Contemporary Review, vol. 39. January 1881). In: CANTILLON, Richard. Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General. México: Fondo de Cultura Económica, 1950.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Tradução Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 1996.

JULIATTO, Marco Antonio. Identidade e análise das competências empreendedoras dos cursos técnicos: CEFET/SC – unidade de ensino de Florianópolis. 2005, 195 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

KAMIZATO, Karina Kiyoko. **Imagem pessoal e Visagismo**. São Paulo: Erica, 2014.

KNIGHT, K. A descriptive model of the intra-firm innovation process. Journal of Business of the University of Chicago, vol 40, 1967.

KONDER, Leandro. A Questão da Ideologia. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

KOSIK, Karel. Dialética do concreto. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1976.

KRUGER, Carlos Artur, Et al. Empreendedorismo no Brasil. IBQP, Curitiba, 2008. Disponível em:

<<http://www.gemconsortium.org/download/1314709582345/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202007.pdf>>. Acesso em 26 abr. 2019.

KRUGMAN, Paul. Qualificação profissional e educação não garantem o futuro. UOL notícias – blogs e colunas. 08/03/2011 - Página 2 de 5. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/blogs-colunas/colunas-do-new-york-times/paul-krugman/2011/03/08/qualificacao-profissional-e-dolares.jhtm>>. Acesso em 08 mar. 2019.

KUENZER, A. Z. Ensino médio: uma nova concepção unificadora de ciência, técnica e ensino. In: GARCIA, W. & CUNHA, C. (Coords.) Politecnia no Ensino Médio. São Paulo/Brasília: Cortez/Seneb, 1991.

_____. Exclusão includente e inclusão excludente: a nova forma de dualidade estrutural que objetiva as novas relações entre educação e trabalho. In: LOMBARDI, J. C., SAVIANI, D., SANFELICE, J. L. (Orgs.). Capitalismo, trabalho e educação. 2. ed. Campinas, SP: Autores Associados, HISTEDBR, 2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 1991.

LEHER, Roberto. Uma penetrante perspectiva teórica para compreender como os dominantes dominam (Prefácio). In: NEVES, Lúcia Maria W (Org.). Direita para o social e esquerda para o capital: intelectuais da nova pedagogia da hegemonia no Brasil. São Paulo: Xamã, 2010.

LEITE, Emanuel Ferreira. O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas. Recife: Ed. Bagaço, 2000.

LEMOES, Paulo. Ensino de noções de empreendedorismo ganha novos contornos na Universidade. Jornal da UNICAMP, edição 383, 10 a 16 de dezembro de 2007. Pág. 3. Entrevista concedida a Vanessa Sensato.

LEZANA, A. G.R. & TONELLI, A. Novos empreendedores nas escolas técnicas. Módulo 1 – O empreendedor. São Paulo: Instituto Uniemp, 1996.

LIMA FILHO, Domingos Leite. A desescolarização da escola: impactos da reforma da educação profissional (period 1995 a 2002), Curitiba: Torre de Papel, 2003.

LINGARD, B. The changing state of policy production in education: some Australian reflections on the state of policy sociology. International studies in Sociology of Education, London, v. 3, n. 2, p. 25-47, 1993.

_____. Review essay: educational policy making in a postmodern state. On Stephen J. Ball's education reform: a critical and poststructural approach. The Australian educational researcher, Victoria, v. 23, n. 1, p. 65-91, 1996.

LINK DIGITAL. Empreendedorismo: IF-SC tem empresa júnior de Design de Produto. Jornal on-line do Instituto Federal de Santa Catarina. nº 369 de 25/02/2011.

LOMBARDI, José Claudinei. Reflexões sobre educação e ensino na obra de Marx e Engels. 2010, 373 f. Tese (livre docência). Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, SP 2010.

LOMBARDI, José Claudinei. JACOMELI, Mara Regina M. e SILVA, Tânia Mara T. da. O público e o privado na história da educação brasileira. Concepções e práticas educativas. Campinas, SP: Autores Associados, HISTEDBR, Unisal, 2005.

LOGEN, Márcia Terezinha. Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor. 1997, 116 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC, 1997.

LÖWY, Michael. As aventuras de Karl Marx contra o Barão de Münchhausen. Tr. Juarez Guimarães e Suzanne Felício. São Paulo: Buscavida, 1987.

LUKÁCS, Georg. As bases ontológicas do pensamento e da atividade do homem. Temas de Ciências Humanas n. 4. Tr. C.N. Coutinho, São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1978.

MACHADO, Edílson Ramos. O ensino de empreendedorismo e a práxis no CEFET-PB. Disponível em: <www.administradores.com.br/artigos/o>. Acesso em 01 mar. 2019.

MACHADO, Lucília R. de Souza. Politecnia, escola unitária e trabalho. São Paulo: Cortez Autores Associados, 1989.

_____. Qualificação do trabalho e relações sociais. In: FIDALGO, F.S. (Org.). Gestão do trabalho e formação do trabalhador. Belo Horizonte: Movimento de Cultura Marxista, 1996.

MAINARDES, J. Abordagem do ciclo de políticas: uma contribuição para a análise de políticas educacionais. Educação & Sociedade, Campinas, v. 27, n. 94, jan./abr. 2006. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>>. Acesso em: 12 dez.2018.

MAINARDES, J. E MARCONDES, M. I. Entrevista com Stephen J. Ball: um diálogo sobre justiça social, pesquisa e política educacional. Educação & Sociedade, Campinas, vol. 30, n. 106, p. 303-318, jan./abr. 2009 303. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br>. Acesso em 15 dez.2018.

MAROY, C. (1995). A análise qualitativa de entrevistas. In: Albarello et al. Práticas e métodos de investigação em ciências sociais. Lisboa: Gradiva.

MARTINEZ, Valquiria. **Os mistérios do rosto**: manual de fisiognomonia. São Paulo: Madras, 1997.

MARTINS, André Silva, et al. Fundamentos teóricos da formação/atuação dos intelectuais da nova pedagogia da hegemonia. In: NEVES. Lúcia Maria Wanderley (org.). Direita para o social e esquerda para o capital. São Paulo: Xamã, 2010.

MARX, Karl. Contribuição à crítica da economia política, São Paulo: Martins Fontes, 1977.

_____. Manuscritos econômico-filosóficos. In: Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

MARX, Karl. Para a crítica da economia política. In: Manuscritos econômicos filosóficos e outros textos escolhidos. São Paulo: Abril Cultural. Col. Os Pensadores, 1974.

_____. O Capital. Vol. I, Tomo I e II, Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003.

_____. Capítulo VI inédito de O Capital. São Paulo: Centauro, 2004.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. A ideologia alemã. Tradução de Luiz Cláudio de Castro e Costa. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. Textos sobre educação e ensino. 3.ª ed. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro Editora, 2004.

_____. MARX, Karl. Para a crítica da economia política. In: Manuscritos econômicos filosóficos e outros textos escolhidos. São Paulo: Abril Cultural. Col. Os Pensadores, 1974.

MATIAS, Márcia Athayde & MARTINS, Gilberto de Andrade. O legado de McClelland e a educação empreendedora em Contabilidade. IV Congresso ANPCONT, Natal, 2010. Disponível em: <www.furb.br/congressocont/2010/trabalhos/epc_307.pdf>. Acesso em 30 ago. 2018.

McCLELLAND, David C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

McCLELLAND, D.C.; BURHAM, D. H. O poder é o grande motivador. In: VROOM, V.H. (Org.) Gestão de pessoas, não de pessoal. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

MEDEIROS, Jacqueline Amamby. Empreendedorismo no ensino fundamental: uma perspectiva multidimensional. 2004, 114 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

MEKSENAS, Paulo. Pesquisa social e ação pedagógica: conceitos, métodos e práticas. SP: Loyola, 2002.

MENEZES, Robert K. Empreendedorismo. PET News, agosto de 2003, seção de entrevistas. Entrevista concedida a Marcus Vinicius de O. Régis.

MÉSZÁROS, I. A educação para além do capital. Tradução Isa Tavares, São Paulo: Boitempo, 2005.

_____. Filosofia, ideologia e Ciência Social - ensaios de negação e afirmação. São Paulo: Editora Ensaio, 1993.

_____. O poder da ideologia. 2ª reimpressão Tradução Paulo Cezar Castanheira, São Paulo: Boitempo editorial, 2007.

_____. Para além do Capital. São Paulo: Boitempo, 2002.

MIGLIOLI, Jorge. Acumulação de capital e demanda efetiva. 4ª Ed., São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

MINAYO, M.C.S. e SANCHES, O. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade. Cadernos de Saúde Pública. Rio de Janeiro, v.9, n.3, 1983, p.239-262.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 4ª ed. São Paulo-Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1996.

MINTO, Lalo Watanabe. Teoria do capital humano. Verbete. Disponível em; <http://www.histedbr.fae.unicamp.br/navegando/glossario/verb_c_teor%C3%ADa_do_capital_humano.htm>. Acesso em 10 mar.2019.

MIRANDA, Hamilton José. Elaboração de uma metodologia para introdução do ensino de empreendedorismo nos cursos técnicos de nível médio. 2002, 118 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

MORAES, Maria Célia M. de. O renovado conservadorismo da agenda pós-moderna. Cadernos de Pesquisa, FCC, v. 34, n. 122, p. 337-357, maio/ago. 2004.

_____. Recuo da teoria: dilemas da pesquisa em educação. Revista Portuguesa de Educação. vol. 14, n. 1, p.07-25, 2001.

_____. Os “pós-ismos” e outras querelas ideológicas. Perspectiva. Florianópolis, vol. 14, n. 25, p. 45-60, jan./jun. 1996.

MOREIRA, Jane Maria Paniz. Desenvolvimento de lideranças empreendedoras. 2004, 118 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento

de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Tradução de Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MURPHY, Antoin E. Richard Cantillon: empreendedor e economista. Oxford. 1986.

NAIA, Ana Maria Peixoto. Importância da formação inicial no empreendedorismo. Estudo do percurso empreendedor de licenciados da FMH. 2009, 185 f. Mestrado Universidade de Lisboa Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação (Dissertação), 2009.

NASAJON, Cláudio. Empreender nem sempre é a melhor opção. Jornal on-line da Universia Brasil. Publicado em 19/11/2004. Disponível em: <<http://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?id=5513>>. Acesso em 01 out. 2018.

NASCIMENTO, Dalton Arnaldo. Aprender a empreender. Como o professor de educação física pode contribuir nesse processo de aprendizagem. 2001, 117 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

NASCIMENTO, Raimundo Nonato P. do. Perfil e característica da inteligência empreendedora nos cursos superiores de engenharia: um estudo exploratório. 2003, 98 f. Dissertação (mestrado profissionalizante em engenharia de produção) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2003.

NEVES. Lúcia Maria Wanderley (org.). Direita para o social e esquerda para o capital. São Paulo: Xamã, 2010.

_____. A nova pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso. São Paulo: Xamã, 2005.

NUMERABILIS Contabilidade e assessoria empresarial. Perfil do empreendedor. Disponível em: <http://www.numerabilis.cnt.br/empresa/perfil_do_empreendedor.htm>. Acesso em 02 abr. 2008.

NUNES, Leandro Anderson de Loiola. “Visagismo: imagem humana como meio de comunicação”. In: **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Joinville, Santa Catarina, 2015.

_____. **Transfigurações da imagem humana por personas: em ambiente cultural terrestre e em ambiente de inteligência artificial**. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicação e Artes, USP, 247 f., 2018.

OCDE. Centre for Educational Research and Innovation (CERI). (Centro para Pesquisa e Inovação em Educação). Paris (FR): OECD, 2008. Disponível em: <http://www.oecd.org/departement/0,3355,en_2649_35845581_1_1_1_1_1,00.html>. Acesso em 30 jun.2018.

OLIVEIRA. Cezar A. O perfil do empreendedor. Disponível em <<http://www.professorcezar.adm.br/Textos>>. Acesso em 06 abr. 2019.

OLIVEIRA, Dílson Campos; Liliane de O. GUIMARÃES. Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/Sebrae em questão. Economia e gestão, Belo Horizonte, MG: Ed. PUC Minas, v.6, n.13, p.82-100. 2º sem. 2006.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias. 2004, 538 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, SP, 2004.

ORLANDI, E. P. Análise de discurso: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1999.

OZGA, J. Policy research and policy theory: a comment on Fitz and Halpin. Journal of Education Policy. London, v. 5, n. 44, p. 359-362, 1990.

PACHECO, A. P. O que se decide sobre o currículo. In Óscar C. de Sousa & Maria Ricardo (org.), Uma escola com sentido: o currículo em análise e debate – contextos, questões e perspectivas. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2003.

PAIM, Lúcia Regina Corrêa. Estratégias metodológicas na formação de empreendedores em cursos de graduação: cultura empreendedora. 2001, 101 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

PAIVA, Fernando Henrique Dantas de. Cultura e Prática Empreendedoras: um estudo de caso em Instituição de Educação Tecnológica no Brasil. 2002, 178 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2002.

PAIVA, Vanilda. Sobre o conceito de “capital Humano”. Caderno de pesquisa, São Paulo, n. 113, p. 185-191, Julho de 2001.

PASQUALI, Luiz. **Os tipos humanos**: a teoria da personalidade. São Paulo: Market, 2000.

PEREIRA, Miguel Mata. Ação de formação “educação para o empreendedorismo na escola”. Lisboa, 2008. Extrato do parecer técnico emitido pelo Especialista da Formação. Disponível em: <<http://www.dgidc.min->

edu.pt/cidadania/Documents/relatorio_formacao_pnee_2008.doc>. Acesso em 01/05/2019.

PEREIRA, Sonia Maria. A formação do empreendedor. 2001. 191f.. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

PIMENTA, F. F. & GOMES, M. de F. O. EaD empreendedora: o uso da tecnologia como fator de sucesso na educação a distância nos cursos de formação e treinamento de profissionais – A experiência EMPREEND/CDT/UnB. Universidade de Brasília – UnB. Disponível em: <http://www.cdt.unb.br/pdf/EAD_Artigo_revista_participacao.pdf>. Acesso em 20 set. 2018.

PINCHOT, Gifford. III. Intrapreneuring. São Paulo: Editora Harbra Ltda, 1989.

PINHEIRO, Dalessandro de Oliveira. Aprender a empreender: a pedagogia empreendedora do sebrae. 2010, 112f.. Dissertação (mestrado em educação), Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Cascavel, 2010.

PINHO, Maria Tereza Buonomo de. Ideologia, educação e emancipação humana em Marx, Lukács e Mészáros. Anais da XII Conferência Anual da Associação Internacional para o Realismo Crítico. 23 a 25/07/2009. UFF. Rio de Janeiro. <Disponível em: www.uff.br/iacr/ArtigosPDF/51T.pdf>. Acesso em 02 jan. 2019.

PIOVESANA, Celso Ilidio. Abordagem para diagnóstico do ensino sobre empreendedorismo no ensino médio de Presidente Prudente. 2003, 90 f. Dissertação (mestrado em Educação) – UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA/SP, 2003.

POLIEMPREENDE. 7º concurso Poliempreeende - projectos de vocação empresarial. Disponível em: <<http://www.ipl.pt/images/ipl/projectos/7poliempreeende.pdf>>. Acesso em 15/01/2019.

PORTUGAL. ME/DGIDC. Guia Promoção do Empreendedorismo na Escola. Lisboa, 2007a. Disponível em: <http://area.dgidc.min-edu.pt/ebook/v_1_integral.asp?Path=1&ID={a9846c1b-8b1d-4b0d-a044-4cf2ab14b116}>. Acesso em 01 out. 2018.

_____. Guia Cultura Empreendedora. Lisboa, 2007b. Disponível em: <http://area.dgidc.min-edu.pt/ebook/v_3_cultura_empreendedora.asp?Path=3&ID={159BCD71-CB49-461E-858C-1069D68218D1}>. Acesso em 21 set. 2018.

_____. Edital empreendedorismo na escola. Disponível em: <<http://www.dgidc.min->

edu.pt/pressreleases/documents/edital_empreendedorismo.pdf>. Acesso em 10 out. 2018. Lisboa, 2007c.

PORTUGAL. ME/DGIDC . Dossier PNEE - Projecto Nacional “Educação para o Empreendedorismo”. Lisboa, 2007d. Disponível em: <<http://moodle.dgidc.min-edu.pt>>. Acesso em 15 set. 2009.

_____. PNEE: dados preliminares. 2008. Disponível em: <http://sitio.dgidc.min-edu.pt/cidadania/Documents/Empreendedorismo/dgidc_aval_prelim_PNEE_07_08.pdf>. Acesso em 10 mai. 2019.

_____. PNEE - Projecto Nacional “Educação para o Empreendedorismo”. Relatório 2007/2008. Lisboa, 2008. Disponível em: <<http://moodle.dgidc.min-edu.pt>>. Acesso em 10 set. 2018.

_____. PNEE - Projecto Nacional “Educação para o Empreendedorismo”. Relatório 2008/2009. Lisboa, 2009. Disponível em: <<http://moodle.dgidc.min-edu.pt>>. Acesso em 10 set. 2018.

_____. Educação em números. Lisboa, 2010. Disponível em: http://www.gepe.min-edu.pt/np4/?newsId=520&fileName=GEPE_Setembro.pdf . Acesso em 10 jan. 2019.

POWER, S. The detail and the bigger picture: the use of state-centred theory in explaining education policy and practice. *International Studies in Sociology of Education*, London, v. 5, n. 1, p. 77-92, 1995.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. Pedagogia empreendedora em escolas municipais. Site da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. Disponível em: <<http://www.pg.pr.gov.br/node/1483>>. Acesso em 10 abr. 2019.

RAMOS, Marise Nogueira. A pedagogia das competências: autonomia ou adaptação? São Paulo: Cortez, 2001.

_____. Referências formativas sobre práticas em educação profissional: a perspectiva histórico-crítica como contra-hegemonia às novas pedagogias, p. 49-65. In: ARAÚJO, Ronaldo M. de Lima; RODRIGUES, Doriedson do Socorro (orgs.). *Filosofia da práxis e didática da educação profissional*. São Paulo, Autores Associados, 2010.

RECET - Associação dos Centros Tecnológicos de Portugal. Missão, objetivos e serviços prestados. Disponível em: <<http://www.recet.pt>>. Acesso em 05 jan. 2019.

REDFORD, Dana. Educação em empreendedorismo em Portugal. Disponível em: <http://www.empreendedorismo.pt/portal-emp/?l=pt_PT&kid=24&aid=53>. Acesso em 20 jan. 2019.

REGO, Arménio et al. Os motivos de sucesso, afiliação e poder: perfis motivacionais de estudantes de graduação e pós-graduação e sua relação com níveis remuneratórios. *Psicol. Reflex. Crit.* (online), vol.18, n.2, pp. 225-236, 2005.

REINOSO, Rubem César. Concepção de um modelo de empreendedorismo para as instituições de educação superior. 200, 132 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

REIS, Dalton Luiz de Menezes. As empresas Juniores da Universidade Federal de Santa Catarina e as mudanças na política educacional nos anos 90 na universidade pública: uma articulação de projetos coincidentes? 2001, 128 f.. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação CED/UFSC. Florianópolis.

REVISTA EXAME. Estudo do BID traça o perfil do empreendedor. *Revista Exame.*, São Paulo, 18/09/2018.

RIBEIRO, Ana Mafalda Melo e Silva de Almeida. Empreendedorismo e formação para inovar na agricultura. 2009, 133 f. Dissertação. (Mestrado em Educação de Adultos) Universidade de Lisboa Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. 2009.

ROBERT, Paul. *Le nouveau petit Robert: dictionnaire alphabetique et analogique de la langue française*. Nouvelle ed. Paris: Dictionnaires Le Robert, 1996.

ROBERTSON, Susan; DALE, Roger. Regulação e risco na governação da educação. Gestão dos problemas de legitimação e coesão social em educação nos estados competitivos. In: *Educação, Sociedade & Culturas*, n. 15, p. 117-147, 2001.

RODRIGUES, Alexandra Gabriela Pereira. A espiritualidade e o empreendedorismo na formação docente: um estímulo a uma prática mais humanizadora na educação. *Revista Eletrônica THEOLOGIA*, Volume 2, No. 1, p. 1-15, 2008. Disponível em: <http://www.fapas.edu.br/theologia/artigos/200821_22.pdf>. Acesso em 21 set. 2018.

RODRIGUES, Marilda Merência. Educação ao longo da vida: a eterna obsolescência humana. 2008. 182 f.. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

ROMANO, César Augusto. O desafio de uma proposta para a graduação na educação profissional: o caso do CEFET-PR. 2000, 189 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

ROMERO, D. Marx e a técnica: um estudo dos manuscritos de 1861-1863. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

ROSA, Cláudio Afrânio. Como elaborar um plano de negócio. Brasília: SEBRAE, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/\\$File/NT000361B2.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/$File/NT000361B2.pdf)>. Acesso em 18 fev. 2019.

ROTHENBÜHLER, Renata. Universidade empreendedora. 2000, 131 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

SALLES, Ana Beatriz Tomás. Capitalismo no Brasil: o ambiente institucional para o empreendedorismo no início do Século XXI. 2008. 257 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Instituições, Mercado e Regulação). Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2008.

SALM, Cláudio. Escola e trabalho. São Paulo: Brasiliense, 1980.

SAMPAIO, M. E. de Castro; MASMO Patrícia L. Educação e cultura empreendedora: a preparação do corpo docente de uma instituição de ensino profissionalizante no estado de São Paulo. Disponível em: <http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1897/1/20.pdf> . Acesso em 20 set. 2018.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **História da Beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SANTOS, Aparecida de F.Tiradentes. Teoria do Capital Intelectual e Teoria do Capital Humano: Estado, Capital e Trabalho na política educacional em dois momentos do processo de acumulação. In: 27ª Reunião anual da ANPEd, 2004, Caxambu-MG. Anais da 27ª Reunião anual da ANPEd, 2004.

SANTOS, Laudinéia de Souza. Empreendedorismo no ensino fundamental: uma aplicação. 2000, 96 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

_____. Modelo de ambiente virtual para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras em crianças. 2004, 143 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

SANTOS, Lucilaine de Souza. Modelo de implantação de educação para o trabalho: um estudo de caso. 2002, 97f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de

Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002a.

SANTOS, José Roberto dos. Educação para atividade empreendedora: um estudo de caso na escola de engenharia da Universidade Federal de Minas Gerais. 2002, 175 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002b.

SARKAR, S. Empreendedorismo e Inovação. Lisboa: Escolar Editora, 2007.

SAVIANI, D. Escola e Democracia. São Paulo: Cortez e Autores Associados, 1989.

_____. O Trabalho como princípio educativo frente às novas tecnologias. In: FERRETI, Celso, J. et al (org.). Novas tecnologias, trabalho e educação: um debate multidisciplinar. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. Pedagogia histórico-crítica: primeiras aproximações. Campinas: Autores Associados, 2000.

SAY, Jean-Baptiste. Tratado de economia política. Tradução de Balthazar Barbosa Filho. São Paulo: Abril Cultural (Os economistas), 1983.

SCHULTZ, Theodore W. O valor econômico da educação. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

_____. O capital humano: investimentos em educação e em pesquisa. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

SCHUMPETER, Joseph A. Teoria do desenvolvimento econômico. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução da Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. Capitalismo, socialismo e democracia. Tradução Sérgio Gós de Paula. Rio de Janeiro, Zahar, 1984.

SEBRAE. Como abrir sua empresa. Disponível em: <www.itabuna.oi.com.br/empresa.pdf>. Acesso em 05 abr. 2008.

_____. Educação. 2005. Disponível em <<http://educacao.sebrae.com.br/pportal>>. Acesso em 12 ago. 2018.

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO DO PR - SEED/PR. Projeto piloto de educação empreendedora pode ser estendido para escolas estaduais. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/diaadia/diadia> 12/3/2011>. Acesso em 10 abr. 2019.

SEIXAS, Vitorino. A miopia do empreendedorismo. Diário de Notícias da Madeira, edição online de 8 de Setembro de 2010. Disponível em: <http://www.dnoticias.pt/imprensa/diario/opiniaio/226268-a-miopia-do-empreendedorismo>. Acesso em 02 jun.2018.

SEMERARO, Giovanni. Gramsci e os novos embates da filosofia da práxis. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2006.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2000.

SHARE – associação para partilha do conhecimento. O que é a SHARE e atividades desenvolvidas. <http://www.share.pt>. Acesso em 05 jan. 2019.

SHIROMA, Eneida Oto. Da competitividade para a empregabilidade: razões para o deslocamento do discurso. In. Domingos Leite Lima Filho (Org.). Educação Profissional: tendências e desafios. II seminário sobre a Reforma do Ensino Profissional, 27 e 28 de novembro de 1998. Curitiba: SINDOCEFET-PR, 1999.

SHIROMA, Eneida Oto; MORAES, M. Célia M.M.; EVANGELISTA, Olinda. Política educacional. Rio de Janeiro: DP&A, 2002, 2ª edição.

SHIROMA, E. OTO; CAMPOS R. F. G.; GARCIA, R. M. C. Decifrar textos para compreender a política: subsídios teórico-metodológicos para análise de documentos. Perspectiva, Florianópolis, v. 23, n. 02, p.427-446, jul./dez. 2005. Disponível em: <<http://www.ced.ufsc.br/nucleos/nup/perspectiva.html>>. Acesso em 12 nov. 2018.

SHIROMA, Eneida O. e CAMPOS Roselane F. Qualificação e reestruturação produtiva: um balanço das pesquisas em educação. Educação e Sociedade. Vol. 18, n. 61, Campinas, dez. 1997.

SHIROMA, Eneida Oto e EVANGELISTA, Olinda. Educação para o alívio da pobreza: novo tópico na agenda global. In: Quaestio. Vol.7, 503 nº 2, p. 97-111, 2005.

SILVA, Sandra Souto da et al . Características comportamentais empreendedoras: um estudo comparativo entre empreendedores e intraempreendedores. Revista cadernos de administração, ano 1, vol. 1, nº 02 jul – dez/, 2008.

SILVA, Nilson Carlos Duarte da. Procedimentos para a valorização da formação da cultura empreendedora dentro da universidade. Um estudo de casos: UFSC, UFMG e PUC-RIO. 2001. 134 f. Dissertação (mestrado em Engenharia de produção) – Universidade federal de São Carlos, SP, 2001.

SMITH, Adam. Riqueza das Nações. Lisboa: Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, 1981.

SOARES, Márison Luis. A educação empreendedora nos cursos de graduação em administração. 2002, 138f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

SOUZA, Adriano Mohn. Jovens e educação empreendedora: que discurso é esse? 2006, 136 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Católica de Goiás/GO, 2006.

SOUZA, Clair Gruber. Empreendedorismo e capacitação docente: uma alternativa possível. 2001, 180 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

SOUZA Elaine Constant Pereira de. Mercadores de ilusões: a autoajuda e o empreendedorismo no cotidiano dos professores da rede pública do município do rio de janeiro. 2009 226 f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Formação Humana da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ, 2009.

SOUZA, Lucas Batista de. O “aprender a empreender” como pedagogia do trabalho abstrato na sociedade alienada. Anais do VI Seminário do Trabalho: Trabalho, Economia e Educação no Século

XXI, realizado na UNESP, campus de Marília/SP de 26 a 30 de maio de 2008. ISBN 978-8588905-82-5. Disponível em: <http://www.estudosdotrabalho.org/anais6seminariodotrabalho/lucasbatistasouza.pdf>. Acesso em 08 mar. 2019.

STOER, Stephen R. Educação, Estado e desenvolvimento em Portugal. Lisboa: Livros Horizonte, 1982.

_____. Educação e mudança social em Portugal. Porto: Afrontamento, 1986.

_____. Notas sobre a sociologia da educação em Portugal. In A. J. Esteves & S.R. Stoer. A sociologia na escola: professores, educação e desenvolvimento. Porto: Afrontamento, pp 23-52, 1992.

TALON-HUGON, Carole. **A Estética**. Teoria e Histórias. Tradução de António Maia da Rocha. Lisboa: Edições Textos & Grafia, 2009.

TECMINHO. Educação e empreendedorismo. Promoção de uma cultura empreendedora e apoio a spin-offs universitários. Disponível em: <<http://www.tecminho.uminho.pt.m>>. Acesso em 10 dez. 2018.

TEZZA, Gisele Orli Adam. O ensino do empreendedorismo nos cursos de Administração das universidades do estado do Paraná, Brasil. 2004, 141 f.

Dissertação (Mestrado em administração) - UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU, 2004.

TRINDADE, Robson e TRINDADE, Tânia. **Bases Históricas do Visagismo.** Origens e Interpretações do Belo. E-book. 2015.

TRINDADE, Tânia Maria Brandão Britts. **A telepersonagem Natalie Lamour, de “Insensato Coração”, e as estratégias de consumo da beleza.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 83 f., 2015.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.

TROYNA, B. Critical social research and education policy. *British Journal of Education Studies*, v. XXXII, n. 1, p. 70-84, 1994.

TUMOLO, Paulo Sérgio. Da contestação à conformação – a formação sindical da CUT e a reestruturação capitalista. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

_____. Reestruturação produtiva no Brasil: um balanço crítico introdutório da produção bibliográfica. *Educação & Sociedade*, Campinas, n. 77, p. 71-99, 2001.

_____. Trabalho, alienação e estranhamento: visitando novamente os “manuscritos” de Marx. *Anais da 27ª reunião anual da ANPED*.

Caxambu, MG. 21 a 24/11/2004. Disponível em: <www.anped.org.br/reunioes/27/gt09/t0916.pdf>. Acesso em 21/02/2019.

TUMOLO, Paulo Sérgio. Trabalho, vida social e capital na virada do milênio: apontamentos de interpretação. *Educação e sociedade*, Campinas – SP, v. 24, n. 82, p. 159-178, 2003.

TUMOLO, Paulo Sérgio. O significado do trabalho no capitalismo e o trabalho como princípio educativo: ensaio de análise crítica. In: 24 R. A.DA ANPED. 2001, Caxambu- MG. 2001.

TURMINA, Adriana, Cláudia. Autoajuda nas relações de trabalho: a (com)formação de um trabalhador de novo tipo. 2010. 377 f. Tese (Doutorado em Educação) - Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010.

UFSC/LED. Projeto integrado de formação empreendedora na educação profissional de nível técnico. Florianópolis, LED, 2000.

UNESCO. A UNESCO e a educação na América Latina e Caribe 1987 – 1997. Santiago do Chile, 1998. Disponível em:

<<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001128/112847porb.pdf>>. Acesso em 15 de setembro de 2018.

_____. PRELAC, uma trajetória para a educação para todos. Revista PRELAC ano 1/n.0/agosto de 2004. Santiago do Chile. disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001372/137293por.pdf>>. Acesso em 22 set. 2018.

UNIÃO EUROPEIA. História, instituições e órgãos. Disponível em: <http://europa.eu/index_pt.htm>. Acesso em 11 nov. 2018.

_____. Versões consolidadas do Tratado da União Europeia e do Tratado que institui a Comunidade Europeia. Jornal Oficial C 115 de 9 de Maio de 2008. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/pt/treaties/index.htm>>. Acesso em 15 mar. 2019. UNL - Universidade Nova de Lisboa. Ecossistema empreendedor: Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa. Formação e atividades. Disponível em <<http://www.unl.pt/empreendedorismo/pagina-entrada-empreendedorismo>>. Acesso em 04 jan. 2019.

VAISMAN, Ester. A ideologia e sua determinação ontológica. Ensaio n.17/18. São Paulo: Editora Ensaio, 1989.

VENTURA, Paulo Cezar Santos. Por uma Pedagogia de projetos: uma síntese introdutória. Educação & Tecnologia, CEFET-MG. Belo Horizonte, V.7, N.1 - Jan. a Jun./2002.

VIDOVICH, L. Expanding the toolbox for policy analysis: some conceptual and practical approaches. Hong Kong: Comparative Education Policy Research Unit, University of Hong Kong, 2002.

VIEIRA PINTO, Álvaro. O conceito de tecnologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

VITA, Ana Carlota R. **História da maquiagem, da cosmética e do penteado**: em busca da perfeição. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.

WICKSELL, Knut. Interest and prices: a study of the causes regulating the value of money. Tradução para o inglês de R. F. Kahn. Nova Iorque: A.M. Kelley. [1898] 1965.

_____. Lições de economia política. Tradução de Maria Beatriz de Albuquerque David (Coleção Os economistas). 2 ed. São Paulo: NovaCultural, 1988.

WOLF, Sergio Machado. Aceitação do aprendizado do empreendedorismo como facilitador do sucesso profissional expressa por alunos do ensino médio em uma unidade escolar da rede pública catarinense. 2004, 128 f. Mestrado (Mestrado em Engenharia de produção) - Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A: Certificado de Conclusão de Curso de MBA em Visagismo & Estética Integrada na Imagem Pessoal



UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ

Credenciada pela Portaria Nº 562, de 29/11/1988, publicada no D.O.U. de 30/11/1988 e Recredenciada pela Portaria MEC Nº 1095, de 31/08/2012, publicada no D.O.U. de 04/09/2012. Credenciada pela Portaria MEC Nº 442, de 11/05/2009, publicada no D.O.U. de 12/05/2009. O curso foi realizado em cumprimento ao disposto na Resolução nº 1 da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, Publicada no D.O.U em 08/08/2007.

Área de Conhecimento : SAÚDE PÚBLICA

Reitor(a): HUDSON MELLO JUNIOR
Vice-Reitor(a): RAFAEL MARIO IORIO FILHO

Certificado registrado sob o nº 0031735
em 14/03/2019.

[Assinatura]
Adriana Araujo
Secretário(a) da S.R.D

PG 83580



Histórico Escolar PÓS – GRADUAÇÃO LATO SENSU

Aluno: 2016.10.01198-8 -

Curso: 2891 - MBA EM VISAGISMO & ESTÉTICA: GESTÃO INTEGRADA NA IMAGEM PESSOAL / Grupo 2

Campus: UNIDADE PÓS-GRADUAÇÃO

Total de Horas Curso: 360

Duração: 28/02/2016 a 09/10/2017

Total de Horas Cumpridas: 360

Disciplinas e Docentes	Média Final	Carga Horária
SOCIOLOGIA: CULTURA DA MODA E DA BELEZA GENNY ABDELMALACK - MESTRADO	8	18
PSICOLOGIA: SOCIAL E PERCEPTIVA SÉRGIO CAETANO MOLITERNO - MESTRADO	9	9
GESTÃO DE CARREIRA LIA FONSECA - ESPECIALIZAÇÃO	8,5	9
VISAGISMO: CINEMA TEATRO E TV TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO	8	18
VISAGISTA: COACHING DE IMAGEM TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO	8	18
ESTUDO, ANÁLISES E APLICABILIDADE DAS CORES LUCIANA GRAGNATO - MESTRADO	8,3	18
BRANDING EXPERIENCE TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO	8,5	18
PRODUÇÃO DE IMAGEM E STYLING DE MODA JOSENILDE SILVA SOUZA - MESTRADO	9	18
PESQUISA DE COMPORTAMENTO E CONSUMO IZABEL CRISTINA SABATIER DE FARIA - MESTRADO	8	18
VISAGISMO E AS HARMONIZAÇÕES FACIAIS THAÍS MELRO MILHOMENS - ESPECIALIZAÇÃO	8,7	18
EMPREENDEDORISMO DIGITAL CLAUDIO FERNANDO ANDRÉ - DOUTORADO	9	18

Disciplinas e Docentes	Média Final	Carga Horária
RELAÇÕES HUMANAS	10	27
TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO		
VISAGISMO PRINCÍPIOS GERAIS	8	18
TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO		
FOTOGRAFIA	9,2	9
TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO		
GESTÃO ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA	7,5	36
TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO		
VISAGISMO E ESTÉTICA	7	18
TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE - MESTRADO		
START UP INOVAÇÕES E PROJETOS	10	36
ROBSON AMAURI TRINDADE - ESPECIALIZAÇÃO		
METODOLOGIA E PLANEJAMENTO	7	36
CLAUDIO FERNANDO ANDRÉ - DOUTORADO		
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	7	-
CLAUDIO FERNANDO ANDRÉ - DOUTORADO		

Forma de Avaliação: A avaliação do aproveitamento será expressa em graus, variando numa escala de zero a dez. O aluno para ser aprovado deverá alcançar média final de aproveitamento não inferior a sete em cada disciplina e frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) no Curso em processo formal de avaliação.

Observação: O curso foi realizado em cumprimento ao disposto na Resolução nº 1 da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, Publicada no D.O.U. em 9/5/2007. Credenciada pela Portaria Nº 592, de 29/11/1988, publicada no D.O.U. de 30/11/1988 Recredenciada pela Portaria MEC Nº 1095, de 31/08/2012, publicada no D.O.U. de 04/09/2012. Credenciada pela Portaria MEC Nº 442, de 11/05/2009, publicada no D.O.U. de 12/05/2009

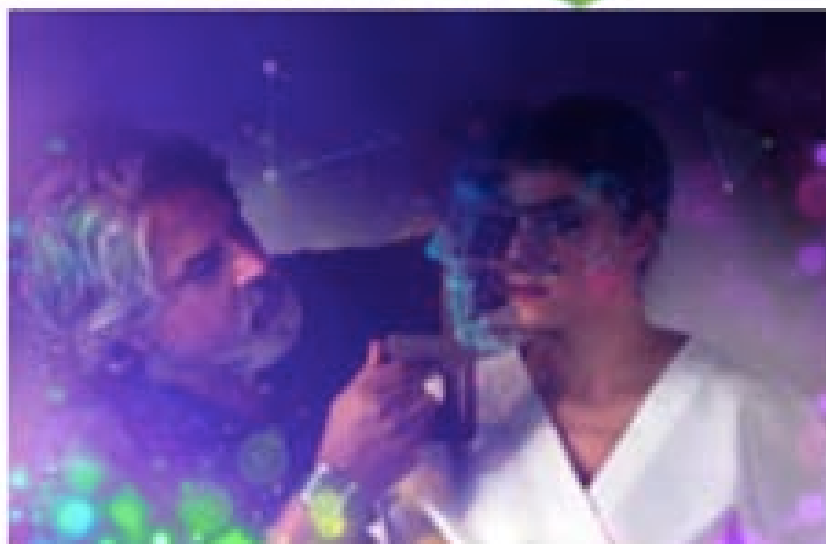
Tema TCC: Influência do Movimento Feminista no Crescimento de Divórcios no Brasil.

Rio de Janeiro - RJ, 12 de março de 2019.

Roberta Martins Ramos

Roberta Martins Ramos
Secretário(a) Geral

APÊNDICE B: Divulgação no site da Fappes – Faculdade Paulista de Pesquisa e Ensino Superior



PROJETO PEDAGÓGICO

**MBA VISAGISMO & ESTÉTICA:
GESTÃO INTEGRADA NA IMAGEM
PESSOAL**

2017

PROJETO PEDAGÓGICO

ÁREA DE CONHECIMENTO:	
CIÊNCIAS BIOLÓGICAS	
ÁREA ESPECÍFICA:	MODALIDADE:
SAÚDE	PRESENCIAL
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO:	
MBA VISAGISMO & ESTÉTICA: GESTÃO INTEGRADA NA IMAGEM PESSOAL	
PERÍODO DE LANÇAMENTO:	CARGA HORÁRIA TOTAL:
AGOSTO/2017-2018	360 HORAS –18 MESES/2 DIAS AO MÊS

1 - SOBRE O CURSO

O MBA VISAGISMO & ESTÉTICA: GESTÃO INTEGRADA NA IMAGEM PESSOAL foi estruturado a partir de três grandes eixos temáticos: Gestão de Negócios em Visagismo, Gestão de Projetos e Gestão da Imagem, que podem ser aplicados, tanto na imagem pessoal, empresarial e na criação de personagens. Podemos definir Visagismo como a arte de criar uma imagem personalizada. O processo analisa desde o meio onde se está inserido, a personalidade e/o identidade visual; até o que se pretende comunicar com a imagem.

Utiliza de recursos estéticos que permitem explorar o potencial máximo da cada imagem. Trabalha em sintonia multidisciplinar entre psicólogos, cabeleiros, dermatologista, consultores de imagem, dentistas, maquiadores, entre outros profissionais da estética da aparência. O visagista tem como habilidade a gestão dos processos de transformação da imagem pessoal e/ou a formatação de projetos para o reposicionamento da imagem, de uma marca ou de um produto.

No que tange a imagem pessoal, tem como objetivo desenvolver o conhecimento dos estudos do Visagismo, que influenciam a análise aplicada as estruturas e características do rosto de cada indivíduo. Estuda as formas, formatos e proporções de uma pessoa da cabeça aos pés. Trabalha o rosto como obra de Arte, levando em conta todos os detalhes (formas e estruturas: sobrancelhas, olhos, nariz, boca, formato do pescoço e dos ombros). Baseia-se em uma visão tridimensional (altura, largura e profundidade). Entende que a observação deve conectar a imagem como um todo (cabeça e corpo), considerando cada indivíduo único. O Visagismo constrói o auto(re)conhecimento e a capacidade de vislumbrar os objetivos desejados para a imagem, potencializa a autoestima e a autoconfiança.

Atua nas diversas áreas: da Moda à Decoração, da Estética à Medicina, da Psicologia à Educação. O curso também vai analisar e estudar a conexão entre: história do Visagismo, a moda e a beleza na construção da imagem pessoal. É direcionado a profissionais e/ou estudantes de áreas como: moda, fotografia, odontologia, consultoria de imagem, beleza, recursos humanos, entre outros, com interesse em agregar conhecimento na harmonização da Imagem.

2 - OBJETIVO

Formar profissionais que dominem os conceitos e técnicas do Visagismo, aplicado a estética da aparência e a comercialização de projetos de imagem. O profissional Visagista avalia e desenvolve o equilíbrio entre a aparência e a imagem interna e externa, visualizando, potencializando e diagnosticando a morfologia, o estilo e a imagem.

3 - PERFIL DO EGRESSO

O Visagista é o profissional que orienta a pessoa na criação de uma imagem harmoniosa, ajudando-a a encontrar a aparência mais adequada para a mensagem que se pretende expressar. Nesse processo, o expert vai além dos aspectos físicos e analisa também o comportamento, o estilo e a linguagem não verbal transmitidos pelo cliente. Estabelece um trabalho multidisciplinar, podendo ser entendido às áreas da beleza (cabelo e maquiagem), cirurgia plástica, odontologia, arquitetura e design, nutrição entre tantas outras. No rosto está concentrado a maior parte do estudo, pois a identidade do ser se apresenta nele. O curso propõe compartilhar e integrar todo o conhecimento da área com os alunos para que estes lidem com as pessoas em suas atuações de maneira personalizada, trazendo a elas a satisfação e harmonia com seu "eu" interior e exterior.

Ao final do curso, espera-se que o egresso aplique os conhecimentos de visagismo em sua área de atuação, conseguindo criar a sua própria identidade e a imagem que quer transmitir como profissional, além de orientar a sua clientela quanto a percepção da sua aparência e da sua comunicação visual.

4 - A QUEM SE DESTINA

Profissionais graduados na área da Saúde: Visagismo, Cosmetologia, Odontologia, Maquiagem, Estética, Psicologia, Biomedicina, etc.. Moda (Consultoria de Imagem, Produção de Moda, Styling, Figurinistas, etc ...), bem como profissionais de áreas diversas que queiram se apropriar das técnicas de Gestão da Imagem com os recursos do Visagismo.

5 - PRÉ-REQUISITOS

Diploma de Ensino Superior em qualquer área de formação.

6 - CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

Definir com a FAPPES

7 – MÓDULOS

Foram formatados 6 módulos para atender a fundamentação do curso e seus objetivos.

I Fundamentos & Conceitos	Visagismo Princípios Gerais Sociologia: Cultura da Moda e da Beleza Psicologia Comportamental e Perceptiva Gestão de Carreira
II Projetos de Imagem: Caracterização e Harmonização	Visagismo: Cinema Teatro e TV Visagista: Coaching de Imagem Estudo, Análise e Aplicabilidade das Cores
III Marca, Pesquisa e Imagem	Branding Experience Produção de Imagem e Styling de Moda Pesquisa de Comportamento e Consumo
IV Empreendedorismo, Inteligência Emocional e Identidade Visual	Visagismo e as Harmonizações Faciais Empreendedorismo Digital Relações Humanas
V Estética, Inovação & Comunicação	Fotografia Startup: Inovações e Projetos Visagismo e Estética
VI Educação Financeira & Metodologia	Gestão Administrativa e Financeira Metodologia e Planejamento Trabalho de Conclusão de Curso

8 - DESCRIÇÃO DE DISCIPLINA

NOME DAS DISCIPLINAS

DISCIPLINAS	DOCENTES
Visagismo Princípios Gerais	Tania Britts Trindade
Sociologia: Cultura da Moda e da Beleza	Genny Abdelmalack
Psicologia Comportamental e Perceptiva	Sérgio Moliterno
Gestão de Carreira	Lia Fonseca
Visagismo: Cinema Teatro e TV	Ivan Bellangero ou Armando Filho
Visagista: Coaching de Imagem	Tania Britts Trindade
Estudo, Análise e Aplicabilidade das Cores	SUBSTITUIR
Branding Experience	Mário de Faria ou
Produção de Imagem e Styling de Moda	Josenilde Silva Souza (Jo Souza)
Pesquisa de Comportamento e Consumo	Izabel Cristina Sabatier de Faria
Visagismo e as Harmonizações Faciais	Thaís Melro Milhones
Empreendedorismo Digital	Claudio André
Relações Humanas	Rodrigo Fonseca /
Fotografia e Comunicação	José Carlos Máximo Jr
Startup: Inovações e Projetos	Robson Trindade e Claudio André
Visagismo e Estética	Dr Marcus Vinicius Dr Newton Cardoso
Gestão Administrativa e Financeira	Pedro Lima Loge
Metodologia e Planejamento	Claudio André
Trabalho de Conclusão de Curso	

PROFESSORES INDICADOS PARA MINISTRAR A DISCIPLINA

ROBSON AMAURI TRINDADE	Pioneiro no Visagismo acadêmico, professor de gestão de Beleza e Projetos em Cursos de Pós-Graduação nas áreas de Saúde, Beleza e Moda. Membro do AICI – Association of Image Consultants Internacional. Escritor, autor e editor dos livros: “Visagismo na Prática” e “Conceitos do Belo que influenciam o Visagismo”. Diretor Artístico do RedTeam, Visagista & Comercial Consultor para empresas nacionais e internacionais e Gestor de Antecipação & Inovações para o mercado de beleza
TANIA MARIA BRANDÃO BRITTS TRINDADE	Mestre em Comunicação Audiovisual, com MBA em Gestão e Negócios da Moda, professora de Pós-Graduação em Visagismo e Harmonização da Imagem Pessoal, especialista nas áreas de cores, moda e make-up. Coaching de Imagem com especialização em Personal Fashion pelo Instituto Marangoni (Paris). Membro do AICI – Association of Image Consultants Internacional. Traz em sua trajetória o desenvolvimento e criação de novos projetos, instrucional e serviços para o segmento de Beleza, Moda e Educação.
CLAUDIO FERNANDO ANDRÉ	Pós-doutorado em Informática Educação pela UFRGS e Doutorado em Educação pela USP. Possui larga experiência em consultoria, assessoria e implementação de projetos digitais em pequenas, médias e grandes empresas, na esfera pública e privada. Na sua atuação como professor, ministra disciplinas e minicursos sobre planejamento e gestão de redes sociais, produção de conteúdos digitais para web e dispositivos móveis, mobile learning, inovação em tecnologias educacionais, modelagem de software e metodologia da pesquisa científica.
GENNY ABDELMALACK	Mestre em Artes e pós-graduada em Comunicações e História pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, foi professora de Graduação e Pós-Graduação da Universidade Anhembi Morumbi. Participante do Grupo de Pesquisa do Museu da Indumentária e da Moda (MIMO) e do Diretório de Grupos de Pesquisa do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).
IZABEL CRISTINA SABATIER DE FARIA	Mestre em hospitalidade, com mais de 30 anos de experiência como gerente em agências de propaganda (Young Rubicam, por exemplo), é consultora independente de pesquisa e tem diversos projetos premiados e publicados. Professora da Universidade Anhembi Morumbi nos cursos de Publicidade e Propaganda e Negócios da Moda.

DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO DIGITAL

EMENTA: Aspectos relacionados ao planejamento e gestão de negócios digitais. Princípios que relacionam o uso adequado das tecnologias digitais como expansão do conhecimento e criatividade do empreendedor visagista. Empreendedorismo e o marketing digital relacionados ao comportamento contemporâneo, fortemente marcado pela inserção de tecnologias digitais móveis (tablets e smartphones), internet e redes sociais.

OBJETIVO GERAL

Refletir sobre os conceitos teóricos e práticos que envolvem o empreendedorismo digital, identificando aspectos que permitam o desenvolvimento de uma postura crítica relacionada a concepção, administração e marketing de negócios apoiados pelas tecnologias da informação e comunicação, com destaque para o papel da internet, redes sociais e dispositivos móveis.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as principais decisões para implementação e gestão de negócios relacionados ao Visagismo, apoiados pela internet e redes sociais;
- Identificar recursos, ferramentas e tecnologias digitais que contribuem para o desenvolvimento do profissional visagista;
- Analisar as tendências do empreendedorismo digital;
- Avaliar modelos e planos de negócios que envolvem o empreendedorismo digital;
- Analisar os desafios e oportunidades para o empreendedor visagista ao trabalhar com mídias digitais.
- Estudar os principais aspectos do marketing digital para o empreendedor visagista.

CONTEÚDOS

UNIDADE 1 – História do empreendedorismo digital

UNIDADE 2 – Planejamento, gestão e marketing de empreendimentos digitais

UNIDADE 3 – Modelo e plano de negócios de empreendimentos digitais

UNIDADE 4 - Recursos e ferramentas para empreendedores digitais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. Barueri/SP, Manole, 2012.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (orgs.).

Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

KOTLER, Philip. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DORNELAS, José. Plano de negócios com o modelo Canvas. São Paulo: LTC, 2015

LOPES, Rose Mary (org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

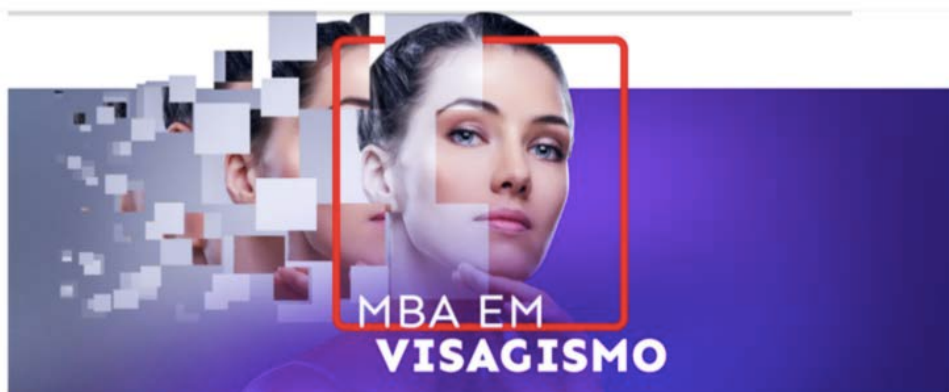
NIELSEN, Jakob. Usabilidade móvel. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014

PIMENTEL, Alex. Curso de empreendedorismo. São Paulo: Digerati Books, 2008.

APÊNDICE C: Divulgação no site da Faculdade Monitor



MBA EM VISAGISMO PROJETOS E NEGÓCIOS PARA IMAGEM PESSOAL E EMPRESARIAL



Ao final do programa você estará preparado para ter as habilidades em gestão dos processos de transformação da imagem pessoal e/ou a formatação de projetos para o reposicionamento da imagem, de uma marca ou de um produto.

Programa Reconhecido pelo MEC com atendimento a mais recente regulamentação para cursos de Pós-Graduação: Resolução CNE/CSE no. 1 de 06 de abril de 2018.



Apresentação do Curso

O programa foi estruturado a partir de três grandes eixos temáticos:

- **Gestão de Negócios,**
- **Gestão de Projetos**
- **Gestão da Imagem,**

Os três eixos podem ser aplicados na imagem pessoal, empresarial e na criação de personagens.

Podemos definir o VISAGISMO, como a arte de criar uma imagem personalizada. O processo analisa desde o meio onde se está inserido, a personalidade e/o identidade visual; até o que se pretende comunicar com a imagem.

Utiliza de recursos estéticos que permitem explorar o potencial máximo de cada imagem. Trabalha em sintonia multidisciplinar entre psicólogos, cabeleireiros, dermatologistas, consultores de imagem, dentistas, maquiadores, entre outros profissionais da estética da aparência.



Público Alvo

Profissionais graduados na área da Saúde: Visagismo, Cosmetologia, Odontologia, Maquiagem, Estética, Psicologia, Biomedicina, Terapia Capilar, Moda (Consultoria de Imagem, Produção de Moda, Styling, Figurinistas, etc ...), bem como profissionais de áreas diversas que queiram se apropriar das técnicas de Gestão da Imagem com os recursos do Visagismo.

Campo de Atuação:

Consultorias, projetos de imagem, mentoria e novos projetos para empresas e produtos.

Objetivo Geral

Formar profissionais que dominem os conceitos e técnicas do Visagismo, aplicado a estética da aparência e a comercialização de projetos de imagem.

Objetivos Específicos.

Avaliar e desenvolver projetos para imagem profissional e/ou empresarial, alicerçados entre a aparência e a imagem (interna e externa).

Desenvolver projetos, consultorias e negócios para imagem Pessoal e Empresarial, empresas e produtos para os segmentos de beleza, imagem e moda.

DIFERENCIAIS

O curso do MBA em Visagismo é uma inovação para o mercado profissional, correspondendo a necessidade atual em abranger habilidades híbridas para os profissionais. Atinge a multidisciplinaridade que o atual mercado de trabalho, busca entre a melhoria das relações interpessoais e a gestão de projetos para a imagem que podem ser: imagem pessoal, profissional, digital ou mesmo a imagem de um produto (marca).

Modalidade profissional que abrange áreas diversas de atuação e formas de execução como: consultorias personalizadas, projetos de imagem pessoal ou corporativa, docência entre outras.

Ao final do programa você estará preparado para ter as habilidades em gestão dos processos de transformação da imagem pessoal e/ou a formatação de projetos para o reposicionamento da imagem, de uma marca ou de um produto.

Programa Reconhecido pelo MEC com atendimento a mais recente regulamentação para cursos de Pós-Graduação: Resolução CNE/CSE no. 1 de 06 de abril de 2018.

ESTRUTURA CURRICULAR - MBA EM VISAGISMO	
	CARGA HORÁRIA
Visagismo: Princípios Gerais	24
Sociologia: Cultura de Moda e Beleza	24
Psicologia Social e Perceptiva	24
Gestão de Carreira	12
Visagista: Coaching de Imagem	24
Estudo, Análise e Aplicabilidade das Cores	24
Relações Humanas	12
Gestão Administrativa	12
Gestão Administrativa Financeira	24
Produção de Imagem e Styling de Moda	24
Empreendedorismo Digital	24
Visagismo: Projetos de Harmonizações	24
Startup: Inovações e Projetos	24
Visagismo: Aromacologia e identidade	24

Liderança e Inovação Disruptiva	24
Pesquisa de Comportamento e Consumo	24
Metodologia e Planejamento	24
Visagismo: Cinema, Teatro e TV	24
Branding Experience	24
Visagismo e Estética	24
Fotografia	24
Trabalho de Conclusão de Curso	24
CARGA HORÁRIA TOTAL	492

EMENTAS

VISAGISMO PRINCÍPIOS GERAIS

A disciplina aborda a contribuição da filosofia na construção da natureza humana em convergência com os estudos das proporções, simetria, harmonia e beleza que alicerçam o Visagismo. Estuda os princípios que relacionam a matemática como expansão do conhecimento e criatividade. Apresenta uma análise teórica que define os estudos que fundamentam as áreas do conhecimento e do desenvolvimento das habilidades do aprendiz, relacionando comportamento e as imagens do contemporâneo

SOCIOLOGIA: CULTURA DA MODA E DA BELEZA

Estudos da moda e da beleza articuladas aos aspectos: sociais, culturais e estéticos. As transformações no mundo das formas e dos afetos, tendo em vista as relações sociais. Moda e Beleza compreendidas como expressão humana e inserção social, na contemporaneidade.

PSICOLOGIA COMPORTAMENTAL E PERCEPTIVA

Desenvolvimento humano: dimensões físicas, afetivo-emocional, cognitiva e social. Teorias da psicanálise e suas aplicações práticas no Visagismo. Cultura e comportamento; a Gestalt como uma ferramenta na vida profissional do visagista.

GESTÃO DE CARREIRA

A evolução do conceito de carreira. Promoção do autoconhecimento, perspectivas de negócio pessoal e perfil de alta performance. Autodesenvolvimento, baseado em valores e princípios. O propósito individual de cada aluno.

VISAGISTA: COACHING DE IMAGEM

Conceitos do visagista coaching de imagem. Atividade e aplicabilidade da consultoria e a construção dos projetos para a imagem. Princípios que unem o estudo das estruturas anatômicas em conexão com a composição da imagem, O atendimento e o reconhecimento do indivíduo: estilo, estruturas, personalidade. Análise teórica do estilo e a identidade visual agregando conhecimento no desenvolvimento das habilidades do aprendiz.

ESTUDO, ANÁLISE E APLICABILIDADE DAS CORES

As cores em sua teoria, classificação, características e dimensões. O universo da cor. Cartela de cores. Efeitos físicos e psicológicos da cor na construção da Imagem. Análise cromática com as definições mais adequadas para a consultoria da imagem pessoal ou profissional.

EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Aspectos relacionados ao planejamento e gestão de negócios digitais. Princípios que relacionam o uso adequado das tecnologias digitais como expansão do conhecimento e criatividade do empreendedor visagista. Empreendedorismo e o marketing digital relacionados ao comportamento contemporâneo, fortemente marcado pela inserção de tecnologias digitais móveis (tablets e smartphones), internet e redes sociais.

VISAGISMO: PROJETOS DE HARMONIZAÇÕES

A disciplina aborda o estudo e prática dos projetos de harmonizações faciais na estética da aparência, alicerçadas no Visagismo (estudo personalizado). Desenvolve a composição dos projetos faciais, através da aparência externa alinhado a personalidade, estilo e as atividades de vida diária. Apresenta uma análise teórica que define os estudos que fundamentam as indicações harmoniosas para a composição da imagem.



Coordenação Acadêmica

Robson Trindade

Mestrando em Tecnologia da Inteligência - PUC/SP

Professor pioneiro no Visagismo acadêmico, formado em Direito, Administração, Marketing e Empreendedorismo.

Novos Negócios e MBA - Master em Negócios da Moda

Especialização em Pensamento Visual da Moda

CEO – Criative Man, Visagista Specialist in People & Business

Red Team – Consultoria de Imagem Beleza & Estilo

Membro do **AICI** - Association of Image Consultants International

Sócio Vitalício, incentivador e atual Presidente da **A.N.V.** Associação Nacional dos Visagistas

Escritor, Autor e Editor dos livros:

1- **Visagismo na Prática** – Um Coaching para sua Imagem

2- **Conceitos do Belo que Influenciam o Visagismo**

3- **Visagismo Acadêmico** – Uma vivência Antropológica

4- **Livro I - Bases Históricas do Visagismo – Origens e Interpretações do Belo**

5- **Livro II - Bases Históricas do Visagismo – O Belo Através das Eras**

6- **Livro III- Bases Históricas do Visagismo – Novos Olhares sobre o Belo**

7- **Reconhecimento Facial e Micro Expressões**

8- **Os Dez Mandamentos para Criar Autoridade On-line**

9- **Marketing Online para Gestores da Beleza Offline**



Coordenação Acadêmica

Robson Trindade

Mestrando em Tecnologia da Inteligência - PUC/SP

Professor pioneiro no Visagismo acadêmico, formado em Direito, Administração, Marketing e Empreendedorismo.

Novos Negócios e MBA - Master em Negócios da Moda

Especialização em Pensamento Visual da Moda

CEO – Criative Man, Visagista Specialist in People & Business

Red Team – Consultoria de Imagem Beleza & Estilo

Membro do **AICI** - Association of Image Consultants International

Sócio Vitalício, incentivador e atual Presidente da **A.N.V.** Associação Nacional dos Visagistas

Escritor, Autor e Editor dos livros:

- 1- **Visagismo na Prática** – Um Coaching para sua Imagem
- 2- **Conceitos do Belo que Influenciam o Visagismo**
- 3- **Visagismo Acadêmico** – Uma vivência Antropológica
- 4- **Livro I - Bases Históricas do Visagismo – Origens e Interpretações do Belo**
- 5- **Livro II - Bases Históricas do Visagismo – O Belo Através das Eras**
- 6- **Livro III- Bases Históricas do Visagismo – Novos Olhares sobre o Belo**
- 7- **Reconhecimento Facial e Micro Expressões**
- 8- **Os Dez Mandamentos para Criar Autoridade On-line**
- 9- **Marketing Online para Gestores da Beleza Offline**



APÊNDICE D: Pesquisa Qualitativa com Profissionais-Visagistas-Professores

Pesquisa de Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital – TIDD

Educação Empreendedora: Perspectivas de Profissionais da área de Visagismo

Foram pesquisados homens e mulheres de 35 à 65 anos, profissionais-visagistas-professores da área de visagismo, através do link

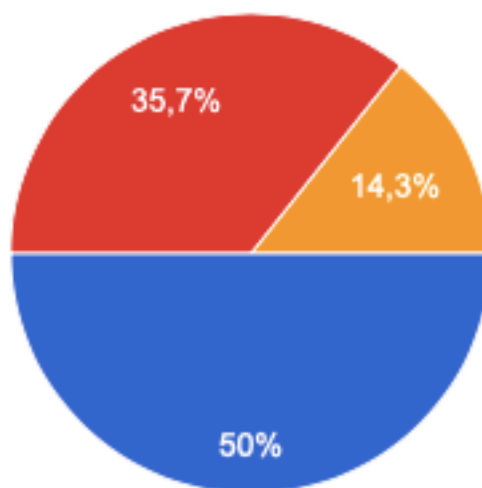
<https://docs.google.com/forms/d/13NPajHO307jeiM5LPG-8Gl60pBurumqlhgyx7cnX6Es/edit#responses>

5 homens

11 mulheres

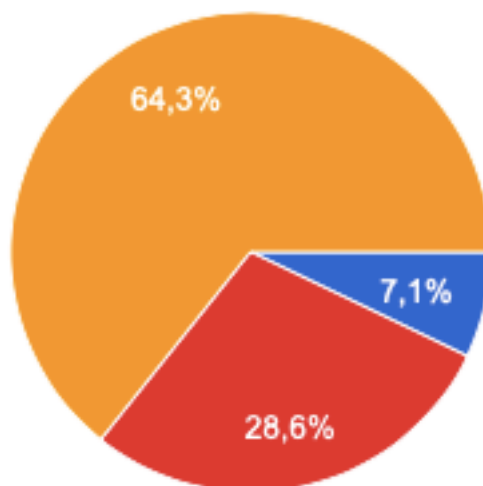
Perguntas:

1- O investimento de 3 (+1) anos para tecnólogos em Visagismo e de 4 anos para bacharéis em Estética, repercutiu de que maneira?



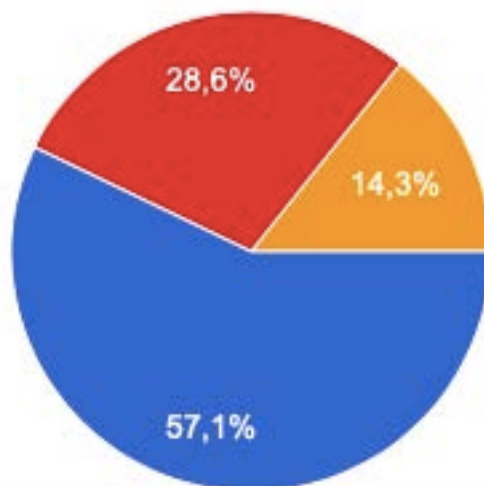
- Gerou mais relevância a estes profissionais.
- Impulsionou a carreira e garantiu maior renda.
- Houve um rechaçamento por conta desta evolução perceptiva.

2- Constatação ou fato, estar atuando com professor universitário é uma opção voluntariosa, antes de ser uma fonte de renda plausível. Como atualmente seu empenho em pesquisas e publicações gerais, tem impactado seus alunos? No que tange a visibilidade tecnológica notável. Revistas, Publicação de Banner, Publicação oral e Internet.



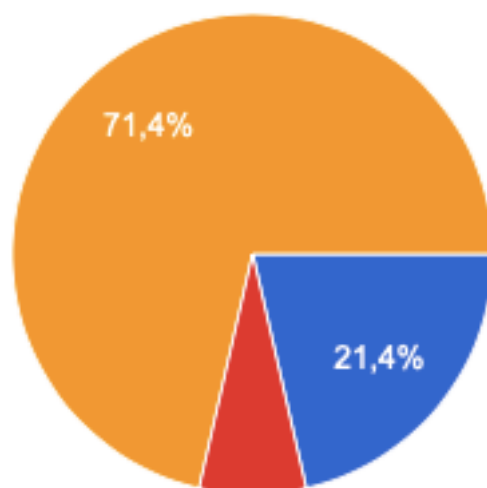
- Não é possível encontrar referencias nenhuma.
- As literaturas, livros e publicações no mercado de beleza partem de professores e palestrante? Você avalia o currículo lattes dos mesmos.
- Encontramos trabalhos, livros e pesquisas de TCC, embora os alunos do setor não tem o habito de ler. Oque deixa muito frágil qualquer conhecimento.

3- Avaliando o volume de alunos que cursaram a graduação nos últimos 12 anos, dos cursos de Visagismo (3 anos) e de Estética (4 anos); é possível mensurar uma percentagem e dizer que avançaram na formação para os cursos de Pós-Graduação ou MBA.



- 1% á 30%
- 31% á 60%
- 61% á 100%

4- Um outro fato muito relevante na atualidade é o crescimento do ensino à distância, EAD – Como podemos compreender este atual e revolucionário formato de ensino. O nosso foco é no mercado de beleza, profissionais que atuam diretamente nos serviços, em atividades de visagismo construção da imagem e estética da aparência, bem-estar. São eles Cabeleireiros, Maquiadores, Esteticistas, Barbeiros e etc.



- Não existe maturidade no segmento para EAD.
- O EAD é a solução para a equivalência do ensino no segmento.
- EAD e semipresencial é um formato bem agregador, pensando nos profissionais de beleza

APÊNDICE E: Pesquisa Exploratória com Profissionais-Visagistas-Professores Formados MBA

Pesquisa de Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital – TIDD

Educação Empreendedora: Perspectivas de Profissionais da área de Visagismo

Foram pesquisados homens e mulheres de 28 à 38 anos, alunos formados em MBA em Visagismo & Estética Gestão Integrada na Imagem Pessoal, 2015/2017

2 homens

2 mulheres

1. Não é de hoje que sabemos o tamanho do “gap” que existe entre a teoria e a prática na relação de educação para profissionais de beleza e o visagismo. Talvez os cursos técnicos façam o aluno sofrer menos com essa disparidade, haja visto que a natureza do ensino técnico já é intrinsecamente empreendedora. Se o aluno não se dedicar a fazer, não sai nada. Como você tem desenvolvido e vem empreendendo seu conhecimento de visagismo nas áreas que atua?

A- Mantem do mesmo jeito anterior, não empreendeu?

B- Acredita na evolução e na forma que vem empreendendo?

C- Mudou totalmente sua forma de atuar e de entregar seus serviços, gerando um benefício mais consistente, através da educação empreendedora para visagista?

resposta: A)

B)

C) 1 – 4 C

2- Os estudantes do ensino técnico e das universidades sofrem muito mais os efeitos da falta de educação empreendedora. Faço palestras sobre empreendedorismo em todo o Brasil e o que mais se vê são profissionais que ainda acreditam que suas vidas e carreiras serão desenvolvidas por alguém, que disse: “ o tempo vai cuidar”.

A- A fragilidade na formação de base é o problema que dificulta a evolução da educação empreendedora para visagistas?

B- Esta evolução tem ocorrido nos últimos doze anos e vai avançar nos próximos três anos?

C- É possível perceber que parece um despertar para educação, muito profissionais estão empreendendo com cursos com diversos temas, inclusive o visagismo.

resposta: A) 2 – 1 A

B) 2 – 2 B

C) 2 – 1 C

3.E também a velha esperança de que um dia o Brasil vai mudar. Alucinação! O Brasil não vai mudar. As pessoas é que vão mudar ou não o Brasil. E isso se faz empreendendo, construindo negócios inovadores, atendendo demandas econômicas, sociais e ambientais, construindo sistemas de desenvolvimento colaborativos e minimizando o maior inimigo do empreendedorismo: a burocracia.

A- Pensando no mercado de beleza, nas possibilidades do mercado e na necessidade de se reinventar, esbarra-se na burocracia no Brasil?

B- É possível afirmar que profissionais da beleza conhecem bem como serem empreendedores, assim constroem negócios inovadores e atendendo demandas sociais, econômicas e ambientais?

C- Existe uma morosidade na constituição de um negócio comercial, mas não chega a ser uma burocracia que possa evitar o crescimento com foco educação empreendedora para visagistas, com nova estrutura inclusive de atendimento.

resposta: A) 3 – 1 A

B)

C) 3 – 3 C

4.Não existe dúvida de que a educação empreendedora precisa começar no maternal. Não faz o menor sentido que não seja assim. Há alguns anos estive na abertura oficial da Hair Brasil 2014, como representante dos profissionais de beleza brasileiros e falei na palestra de abertura sobre a responsabilidade do mercado em se comprometer com a educação, educação e educação, que já era aplicada para estudantes de graduação e pós-graduação em visagismo, como profissionais do futuro que serão e do papel fundamental do segmento em usa-los como estratégia para educação empreendedora.

A- Depois de anos, ex-alunos tem assumido as cadeiras de professores nas universidades nos cursos de graduação, com sucesso, tanto no universo acadêmico como nas outras atividades que desenvolvem.

B- Existe curso online que possa garantir que o aluno se torne um profissional de mercado imediatamente.

C- Profissionais, eventos de grande porte e empresas em geral, estão construindo cursos técnicos, graduações, pós-graduações e MBA, com foco em transmitir maiores conhecimento para o exercício da atividade profissional, o visagismo já é percebido por outras áreas inclusive.

resposta: A) 4 – 2 A

B)

C) 4 – 2 C

5. O mercado da educação no universo da beleza tem essencialmente três caminhos primordiais: educação técnica, ajudar as pessoas a descobrir no que elas são excelentes na área da beleza e educação empreendedora para visagistas. É disso que o mercado da beleza precisa no Brasil, e é isso que nós temos que fazer. Educação empreendedora significa preparar pessoas para a vida como ela realmente é.

São desafios enormes, mas tão grandes quanto o mar de oportunidades que ainda temos diante de nós.

A- Como você vem atuando no mercado da educação empreendedora para visagistas.

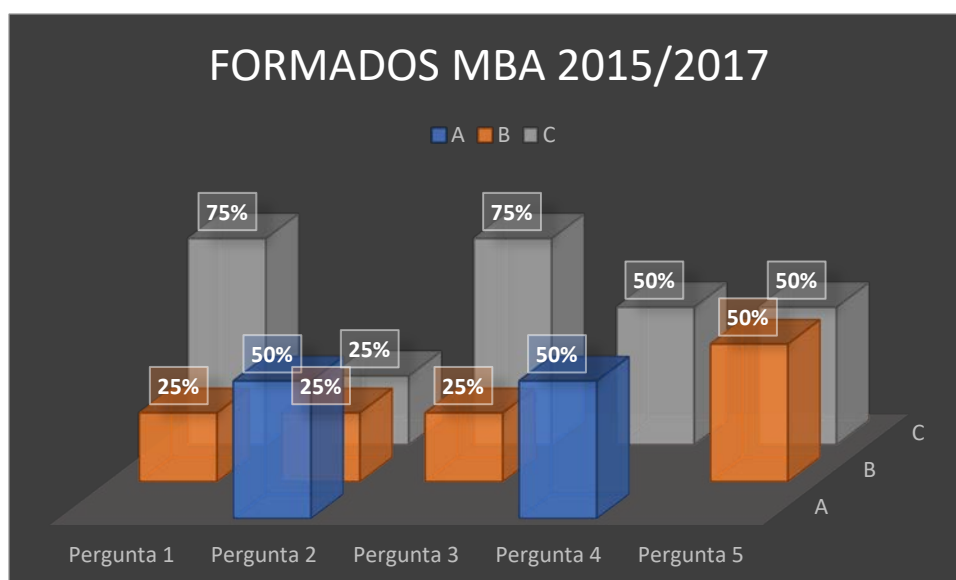
B- É possível visualizar um avanço no conhecimento do mercado e reconhecer que existe um crescimento significativo em diversas áreas da saúde.

C- O empreendedorismo na área da beleza através do visagismo é a busca da oportunidade e da inovação na criação ou na manutenção de um empreendimento de beleza.

resposta: A)

B) 5 – 2 B

C) 5 – 2 C



APÊNDICE F: Pesquisa Exploratória com Profissionais-Visagistas-Professores Cursando MBA

Pesquisa de Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital – TIDD

Educação Empreendedora: Perspectivas de Profissionais da área de Visagismo

Foram pesquisados homens e mulheres de 35 à 50 anos, alunos cursando MBA em visagismo, Projetos e Negócios para Imagem Pessoal e Empresarial 2018/2020

1 homem

3 mulheres

1. Não é de hoje que sabemos o tamanho do “gap” que existe entre a teoria e a prática na relação de educação para profissionais de beleza e o visagismo. Talvez os cursos técnicos façam o aluno sofrer menos com essa disparidade, haja visto que a natureza do ensino técnico já é intrinsecamente empreendedora. Se o aluno não se dedicar a fazer, não sai nada. Como você tem desenvolvido e vem empreendendo seu conhecimento de visagismo nas áreas que atua?

A- Mantem do mesmo jeito anterior, não empreendeu?

B- Acredita na evolução e na forma que vem empreendendo?

C- Mudou totalmente sua forma de atuar e de entregar seus serviços, gerando um benefício mais consistente, através da educação empreendedora para visagista?

resposta: A) 1 - 4 A

B)

C)

2- Os estudantes do ensino técnico e das universidades sofrem muito mais os efeitos da falta de educação empreendedora. Faço palestras sobre empreendedorismo em todo o Brasil e o que mais se vê são profissionais que ainda acreditam que suas vidas e carreiras serão desenvolvidas por alguém, que disso: “ o tempo vai cuidar”.

A- A fragilidade na formação de base é o problema que dificulta a evolução da educação empreendedora para visagistas?

B- Esta evolução tem ocorrido nos ultimo doze anos e vai avançar nos próximos três anos?

C- É possível perceber que parece um despertar para educação, muito profissionais estão empreendendo com cursos com diversos temas, inclusive o visagismo.

resposta: A) 2 - 2 A

B) 2 - 1 B

C) 2 - 1 C

3.E também a velha esperança de que um dia o Brasil vai mudar. Alucinação! O Brasil não vai mudar. As pessoas é que vão mudar ou não o Brasil. E isso se faz empreendendo, construindo negócios inovadores, atendendo demandas econômicas, sociais e ambientais, construindo sistemas de desenvolvimento colaborativos e minimizando o maior inimigo do empreendedorismo: a burocracia.

A- Pensando no mercado de beleza, nas possibilidades do mercado e na necessidade de se reinventar, esbarra-se na burocracia no Brasil?

B- É possível afirmar que profissionais da beleza conhecem bem como serem empreendedores, assim constroem negócios inovadores e atendendo demandas sociais, econômicas e ambientais?

C- Existe uma morosidade na constituição de um negócio comercial, mas não chega a ser uma burocracia que possa evitar o crescimento com foco educação empreendedora para visagistas, com nova estrutura inclusive de atendimento.

resposta: A)

B)

C) 3 – 4 C

4.Não existe dúvida de que a educação empreendedora precisa começar no maternal. Não faz o menor sentido que não seja assim. Há alguns anos estive na abertura oficial da Hair Brasil 2014, como representante dos profissionais de beleza brasileiros e falei na palestra de abertura sobre a responsabilidade do mercado em se comprometer com a educação, educação e educação, que já era aplicada para estudantes de graduação e pós-graduação em visagismo, como profissionais do futuro que serão e do papel fundamental do segmento em usa-los como estratégia para educação empreendedora.

A- Depois de anos, ex-alunos tem assumido as cadeiras de professores nas universidades nos cursos de graduação, com sucesso, tanto no universo acadêmico como nas outras atividades que desenvolvem.

B- Existe curso online que possa garantir que o aluno se torne um profissional de mercado imediatamente.

C- Profissionais, eventos de grande porte e empresas em geral, estão construindo cursos técnicos, graduações, pós-graduações e MBA, com foco em transmitir maiores conhecimento para o exercício da atividade profissional, o visagismo já é percebido por outras áreas inclusive.

resposta: A)

B)

C) 4 – 4 C

5. O mercado da educação no universo da beleza tem essencialmente três caminhos primordiais: educação técnica, ajudar as pessoas a descobrir no que elas são excelentes na área da beleza e educação empreendedora para visagistas. É disso que o mercado da beleza precisa no Brasil, e é isso que nós temos que fazer. Educação empreendedora significa preparar pessoas para a vida como ela realmente é.

São desafios enormes, mas tão grandes quanto o mar de oportunidades que ainda temos diante de nós.

A- Como você vem atuando no mercado da educação empreendedora para visagistas.

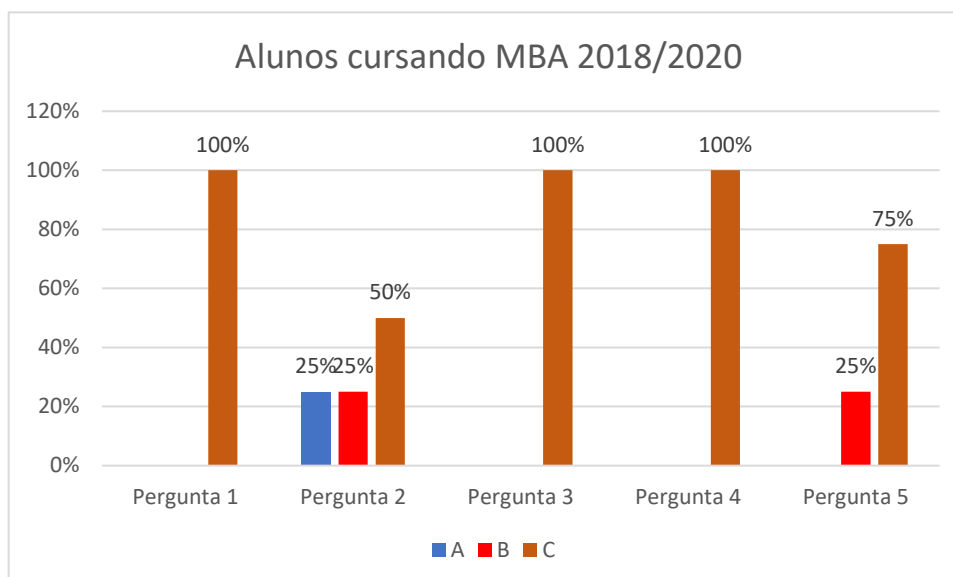
B- É possível visualizar um avanço no conhecimento do mercado e reconhecer que existe um crescimento significativo em diversas áreas da saúde.

C- O empreendedorismo na área da beleza através do visagismo é a busca da oportunidade e da inovação na criação ou na manutenção de um empreendimento de beleza.

resposta: A)

B) 5 – 1 B

C) 5 – 3 C



APÊNDICE G: Pesquisa Exploratória com Profissionais-Visagistas-Professores Especialistas

Pesquisa de Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital – TIDD

Educação Empreendedora: Perspectivas de Profissionais da área de Visagismo

Foram pesquisados homens e mulheres de 30 à 40 anos, alunos que concluíram o curso EVP-Educação Visagismo e Projetos – extensão, visagista especialista 2017/2019

Profissionais gestores de salões pelo Brasil.

2 homens

2 mulheres

1. Não é de hoje que sabemos o tamanho do “gap” que existe entre a teoria e a prática na relação de educação para profissionais de beleza e o visagismo. Talvez os cursos técnicos façam o aluno sofrer menos com essa disparidade, haja visto que a natureza do ensino técnico já é intrinsecamente empreendedora. Se o aluno não se dedicar a fazer, não sai nada. Como você tem desenvolvido e vem empreendendo seu conhecimento de visagismo nas áreas que atua?

A- Mantem do mesmo jeito anterior, não empreendeu?

B- Acredita na evolução e na forma que vem empreendendo?

C- Mudou totalmente sua forma de atuar e de entregar seus serviços, gerando um benefício mais consistente, através da educação empreendedora para visagista?

resposta: A)

B) 1 – 1 B

C) 1 – 3 C

2- Os estudantes do ensino técnico e das universidades sofrem muito mais os efeitos da falta de educação empreendedora. Faço palestras sobre empreendedorismo em todo o Brasil e o que mais se vê são profissionais que ainda acreditam que suas vidas e carreiras serão desenvolvidas por alguém, que disse: “ o tempo vai cuidar”.

A- A fragilidade na formação de base é o problema que dificulta a evolução da educação empreendedora para visagistas?

B- Esta evolução tem ocorrido nos ultimo doze anos e vai avançar nos próximos três anos?

C- É possível perceber que parece um despertar para educação, muito profissionais estão empreendendo com cursos com diversos temas, inclusive o visagismo.

resposta: A) 2 – 2 A

B)

C) 2 – 2 C

3.E também a velha esperança de que um dia o Brasil vai mudar. Alucinação! O Brasil não vai mudar. As pessoas é que vão mudar ou não o Brasil. E isso se faz empreendendo, construindo negócios inovadores, atendendo demandas econômicas, sociais e ambientais, construindo sistemas de desenvolvimento colaborativos e minimizando o maior inimigo do empreendedorismo: a burocracia.

A- Pensando no mercado de beleza, nas possibilidades do mercado e na necessidade de se reinventar, esbarra-se na burocracia no Brasil?

B- É possível afirmar que profissionais da beleza conhecem bem como serem empreendedores, assim constroem negócios inovadores e atendendo demandas sociais, econômicas e ambientais?

C- Existe uma morosidade na constituição de um negócio comercial, mas não chega a ser uma burocracia que possa evitar o crescimento com foco educação empreendedora para visagistas, com nova estrutura inclusive de atendimento.

resposta: A)

B)

C) 3 – 4 C

4.Não existe dúvida de que a educação empreendedora precisa começar no maternal. Não faz o menor sentido que não seja assim. Há alguns anos estive na abertura oficial da Hair Brasil 2014, como representante dos profissionais de beleza brasileiros e falei na palestra de abertura sobre a responsabilidade do mercado em se comprometer com a educação, educação e educação, que já era aplicada para estudantes de graduação e pós-graduação em visagismo, como profissionais do futuro que serão e do papel fundamental do segmento em usa-los como estratégia para educação empreendedora.

A- Depois de anos, ex-alunos tem assumido as cadeiras de professores nas universidades nos cursos de graduação, com sucesso, tanto no universo acadêmico como nas outras atividades que desenvolvem.

B- Existe curso online que possa garantir que o aluno se torne um profissional de mercado imediatamente.

C- Profissionais, eventos de grande porte e empresas em geral, estão construindo cursos técnicos, graduações, pós-graduações e MBA, com foco em transmitir maiores conhecimento para o exercício da atividade profissional, o visagismo já é percebido por outras áreas inclusive.

resposta: A)

B)

C) 4 – 4 C

5. O mercado da educação no universo da beleza tem essencialmente três caminhos primordiais: educação técnica, ajudar as pessoas a descobrir no que elas são excelentes na área da beleza e educação empreendedora para visagistas. É disso que o mercado da beleza precisa no Brasil, e é isso que nós temos que fazer. Educação empreendedora significa preparar pessoas para a vida como ela realmente é.

São desafios enormes, mas tão grandes quanto o mar de oportunidades que ainda temos diante de nós.

A- Como você vem atuando no mercado da educação empreendedora para visagistas.

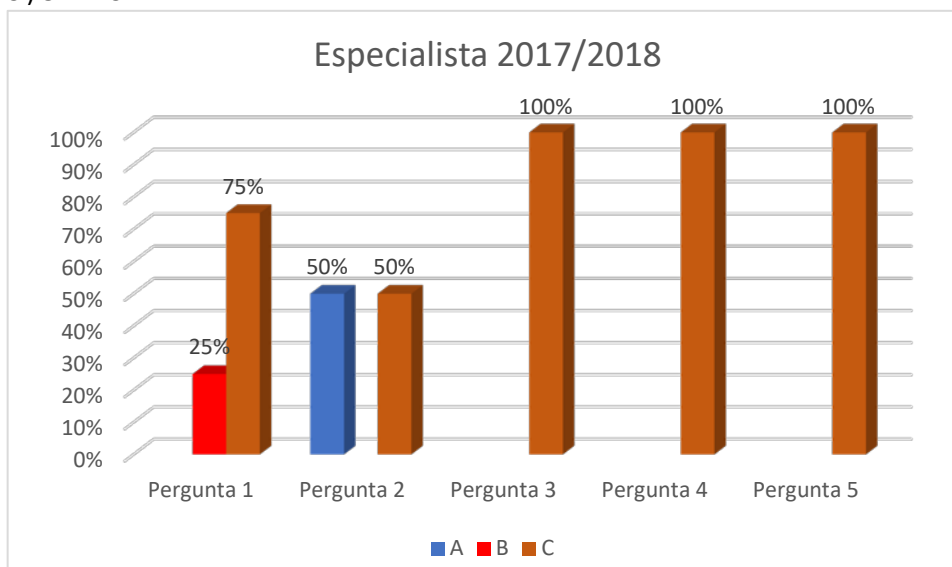
B- É possível visualizar um avanço no conhecimento do mercado e reconhecer que existe um crescimento significativo em diversas áreas da saúde.

C- O empreendedorismo na área da beleza através do visagismo é a busca da oportunidade e da inovação na criação ou na manutenção de um empreendimento de beleza.

resposta: A)

B)

C) 5 – 4 C





Cada curso tem um perfil diferente. Escolha o mais adequado a você.

CURSO DE VISAGISMO NA Prática

Aprenda como usar as ferramentas do Visagismo para a imagem pessoal. Teoria, demonstração e prática.

- Visualização;
- Cores & Formas;
- Gestual-intuitivo;
- Linguagem;
- Estilo e Tipo físico;
- Planejamento e coordenação das molduras faciais.

CURSO DE VISAGISMO Dinâmico

Voltado para profissionais Cabeleireiros e coloristas que desejam ampliar seus conhecimentos, obtendo maior êxito profissional através da ciência e dos conceitos do Visagismo.

- Conceitos Visagistas;
- Aplicando as molduras (cabelo) nos formatos de rosto;
- Teste de cores para ajuste do olhar;
- Entendimento das texturas entre formas e cores.

Tania B. Trindade

Mestre em Comunicação Audiovisual, professora especialista em Visagismo, estilo, cores e make up. Consultora Visagista com formação em Personal Fashion (Instituto Marangoni – Paris). Atua no desenvolvimento de novos projetos para o segmento de beleza e moda (Senac, Embelleze, Luxottica) entre outras. Responsável pelo design instrucional, criação e coordenação do 1º MBA em Visagismo e do Birô de Visagismo, localizado em São Paulo.

Robson Trindade

CEII - Birô de Visagismo. Pres. da Associação Nacional dos Visagistas. Autor, escritor (Livros de Visagismo, entre outros) e editor de obras com fundamentação filosófica, que têm revolucionado no Brasil os conhecimentos da aparência, apoia todas as construções de imagem pessoal no ambiente presencial e virtual. É o coordenador do MBA em "Visagismo: projetos e negócios para imagem pessoal e empresarial", Faculdade Paulista de Pesquisas. Mestrando na PUC/SP em Tecnologia da Inteligência, com pesquisas científicas sobre o tema "Visagismo e a Construção da Imagem Virtual".

Thais Trindade

Pós Graduada em Visagismo Harmonização da Imagem Pessoal (Universidade Anhembi Morumbi). Bacharel em Direito pela Universidade Paulista. Responsável pelo desenvolvimento dos projetos para imagem pessoal no Birô Visagismo. Técnica em Estética, maquiadora formada pela MUD – NY. Docente e palestrante especialista em Harmonizações Faciais, Make up e embelezamento do olhar. Vice-Presidente da Associação Nacional dos Visagistas (ANV).

INSCREVA-SE AGORA!

INSCREVA-SE AGORA!

Dúvidas?

clique para conversar conosco via whatsapp



APÊNDICE H: Máscara Prieto Homem de Mello
Máscara Facetada 2D – Frontal e Perfil Esquerdo



®EVP – Mídia Dourada - RT

Fonte: Educação, Visagismo e Projetos, 2018

APÊNDICE I: Questionário para Consultoria Plena

DADOS PESSOAISNome

Endereço

Cep

Cidade

Estado

Tel. Res.

Tel. Com.

Celular

E-mail

Data de Nascimento

ESTILO DE VIDA

1. Como é o ambiente na sua casa? (clique a(s) alternativa(s))

- ☐ Descontraído ☐ Formal ☐ Variado

2. Quais são suas atividades?

EM CASA

- ☐ Total responsabilidade ☐ Atividades compartilhadas ☐ Compras
☐ Cuidar das crianças ☐ Limpeza ☐ Cozinhar

ESTUDO

- ☐ Período integral ☐ Meio-período ☐ Outro _____

TRABALHO

- ☐ Período integral ☐ Meio-período ☐ Em casa
☐ Executivo/Administrativo ☐ Vendas/Educação/Serviços ☐ Comunicações/Criativo
☐ Trabalho físico Ocupação: _____

3. Como é seu ambiente de trabalho?

- ☐ Descontraído ☐ Agitado ☐ Formal
☐ Casual ☐ Conservador ☐ Criativo
☐ Sofisticado ☐ Variado

4. Qual a política de vestuário do local onde trabalha?

- ☐ Guarda-roupa formal ☐ Guarda-roupa semi-formal (blazer, blusa e calça) ☐ Guarda-roupa casual
☐ Guarda-roupa esporte (jeans e camiseta) ☐ Casual Friday ☐ Uniforme

5. Como são os ambientes que você frequenta profissionalmente?

- ☐ Descontraídos ☐ Informais ☐ Formais
☐ Conservadores ☐ Criativos ☐ Variados
☐ Sofisticados ☐ Simples

6. Seus contatos profissionais são com pessoas de áreas?

- ☐ Executivas / Administrativas ☐ Vendas / Educação / Serviços ☐ Comunicação / Criativas
☐ Trabalho físico Outras: _____

7. Que eventos ligados a seu trabalho você frequenta?

Eventos ou festas informais

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Que tipo?

Eventos ou festas elegantes ou formais

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Que tipo?

Viagens

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Destino(s):

Outros

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Descreva

8. Quais são seus programas de lazer?

Programas ou festas informais

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Que tipo?

Programas ou festas elegantes

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Que tipo?

Programas ou festas formais

☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ 1-4 vezes ao ano ☐ Nunca

Que tipo?

Concertos, ballet, ópera

☐ Semanalmente☐ Mensalmente☐ 1-4 vezes ao ano☐ Nunca***Assistir a competições esportivas***☐ Semanalmente☐ Mensalmente☐ 1-4 vezes ao ano☐ Nunca***Acampar, pescar, passeios de barco***☐ Semanalmente☐ Mensalmente☐ 1-4 vezes ao ano☐ Nunca***Viagens***☐ Semanalmente☐ Mensalmente☐ 1-4 vezes ao ano☐ Nunca*Destino(s):****Outros***☐ Semanalmente☐ Mensalmente☐ 1-4 vezes ao ano☐ Nunca*Descreva***9. Você tem algum hobby?**

AUTO-AVALIAÇÃO

1. Quais dessas qualidades melhor descrevem sua personalidade?

- | | | |
|---------------------------------------|---|---|
| ☐ Afetuoso | ☐ Amigável | ☐ Animado |
| ☐ Assertivo | ☐ Ativo | ☐ Autêntico |
| ☐ Aventureiro | ☐ Calmo | ☐ Competitivo |
| ☐ Comunicativo | ☐ Confiável | ☐ Conservador |
| ☐ Cosmopolita | ☐ Criativo | ☐ Descontraído |
| ☐ Descuidado | ☐ Desencanado | ☐ Despreocupado |
| ☐ Determinado | ☐ Diplomático | ☐ Direto |
| ☐ Distante | ☐ Empreendedor | ☐ Espontâneo |
| ☐ Excêntrico | ☐ Exigente | ☐ Experiente |
| ☐ Extravagante | ☐ Extrovertido | ☐ Facilmente influenciável |
| ☐ Flexível | ☐ Formal | ☐ Frio |
| ☐ Generoso | ☐ Gentil | ☐ Genuíno |
| ☐ Idealista | ☐ Imprevisível | ☐ Impulsivo |
| ☐ Independente | ☐ Informal | ☐ Ingênuo |
| ☐ Intimidador | ☐ Livre | ☐ Metódico |
| ☐ Misterioso | ☐ Motivado | ☐ Namoradeiro |
| ☐ Organizado | ☐ Original | ☐ Otimista |
| ☐ Ousado | ☐ Perfeccionista | ☐ Preocupado com os outros |
| ☐ Prestativo | ☐ Provocante | ☐ Quieto |
| ☐ Realista | ☐ Refinado | ☐ Reservado |
| ☐ Rigoroso | ☐ Sensível | ☐ Sensual |
| ☐ Sereno | ☐ Simples | ☐ Sofisticado |
| ☐ Tranquilo | ☐ Tolerante | ☐ Tímido |

OBJETIVOS

1. Por que você procurou a consultoria visagista de imagem beleza e estilo neste momento da sua vida?
Qual é a coisa mais importante que você espera aprender?

2. Socialmente, como você gostaria de se sentir e parecer?

- | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ Acessível | ☐ Adequado | ☐ Admirado | ☐ Amigável |
| ☐ Ativo | ☐ Atraente | ☐ Atual | ☐ Bem sucedido |
| ☐ Calmo | ☐ Clássico | ☐ Cosmopolita | ☐ Confiante |
| ☐ Criativo | ☐ Descontraído | ☐ Diferente | ☐ Dinâmico |
| ☐ Discreto | ☐ Elegante | ☐ Exótico | ☐ Másculo |
| ☐ Gracioso | ☐ Glamoroso | ☐ Inteligente | ☐ Mais jovem |
| ☐ Mais velho | ☐ Moderno | ☐ Na moda | ☐ Organizado |
| ☐ Ousado | ☐ Prático | ☐ Poderoso | ☐ Provocante |
| ☐ Reservado | ☐ Romântico | ☐ Sensual | ☐ Sexy |
| ☐ Simpático | ☐ Simples | ☐ Sofisticado | ☐ _____ |

3. Na sua casa, como você gostaria de se sentir e parecer?

- | | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ Amigável | ☐ Animado | ☐ Atraente | ☐ Atualizado |
| ☐ Bonito | ☐ Calmo | ☐ Confortável | ☐ Criativo |
| ☐ Descontraído | ☐ Dinâmico | ☐ Elegante | ☐ Esportivo |
| ☐ Másculo | ☐ Formal | ☐ Gracioso | ☐ Informal |
| ☐ Inteligente | ☐ Mais jovem | ☐ Mais velho | ☐ Moderno |
| ☐ Na moda | ☐ Ousado | ☐ Prático | ☐ Romântico |
| ☐ Sensual | ☐ Sexy | ☐ Sofisticado | ☐ _____ |

Profissionalmente, como você gostaria de se sentir e parecer?

- | | | | |
|---------------------------------------|---|---------------------------------------|--|
| ☐ Acessível | ☐ Adequado | ☐ Agradável | ☐ Amigável |
| ☐ Analítico | ☐ Animado | ☐ Assertivo | ☐ Ativo |
| ☐ Atualizado | ☐ Atraente | ☐ Autêntico | ☐ Autoritário |
| ☐ Bem sucedido | ☐ Calmo | ☐ Competitivo | ☐ Comprometido com o trabalho |
| ☐ Comunicativo | ☐ Confiante | ☐ Confiável | ☐ Conservador |
| ☐ Consistente | ☐ Convincente | ☐ Criativo | ☐ Culto |
| ☐ Descontraído | ☐ Dedicado | ☐ Determinado | ☐ Discreto |
| ☐ Distante | ☐ Eficaz | ☐ Empreendedor | ☐ Ético |
| ☐ Experiente | ☐ Extrovertido | ☐ Flexível | ☐ Formal |
| ☐ Independente | ☐ Informal | ☐ Inovador | ☐ Inteligente |
| ☐ Mais jovem | ☐ Mais velho | ☐ Moderno | ☐ Motivado |
| ☐ Na moda | ☐ Não convencional | ☐ Organizado | ☐ Otimista |
| ☐ Ousado | ☐ Poderoso | ☐ Prático | ☐ Prestativo |
| ☐ Realista | ☐ Refinado | ☐ Reservado | ☐ Rigoroso |
| ☐ Sofisticado | ☐ Tolerante | ☐ Único | ☐ Visionário |
| ☐ Versátil | ☐ _____ | | |

4. Que imagem você não gostaria de transmitir?

GUARDA-ROUPA

1. Quais são os itens que você sente mais dificuldade em escolher?

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ Estilo | ☐ Modelo que valoriza seu físico | ☐ Sapatos, tênis |
| ☐ Corte de cabelo | ☐ Acessórios, cinto, bolsas, óculos | ☐ Coordenação de estampas |
| ☐ Coordenação de peças | ☐ Cor | ☐ _____ |

2. Quais são suas maiores dúvidas quanto a esses itens?

3. Ao comprar roupas, o que é importante para você?

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ Conforto | ☐ Exclusividade | ☐ Praticidade |
| ☐ Cor | ☐ Beleza | ☐ Preço baixo |
| ☐ Atemporalidade | ☐ Durabilidade | ☐ Estar na moda |
| ☐ Marca / estilista | ☐ Simplicidade | ☐ Versatilidade |
| ☐ Caimento | ☐ Ser bem feita | ☐ Valorizar meu físico |
| ☐ Ser fácil de vestir | ☐ Tecido | ☐ Adequação |
| ☐ Toque do tecido | ☐ Originalidade | ☐ _____ |

4. Em que lojas você costuma comprar suas roupas, mochilas, sapatos e acessórios? Quais são suas marcas preferidas?

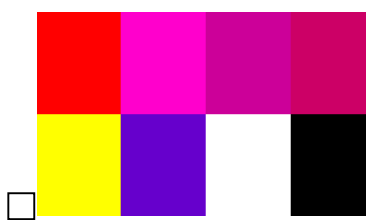
5. Quais são os maiores problemas relacionados ao seu guarda-roupa?

- ☐ Meu guarda-roupa é muito simples, sem graça, comum, previsível.
- ☐ Minhas roupas são feias, não gosto delas.
- ☐ Meu guarda-roupa está desatualizado.
- ☐ Minhas roupas não servem em mim.
- ☐ Tenho muitas roupas que não uso.
- ☐ Não tenho variedade suficiente.
- ☐ Não tenho muito dinheiro para gastar com roupas.
- ☐ Minhas roupas não são coordenáveis – não combinam.
- ☐ Minhas roupas não são organizadas ou fáceis de encontrar.
- ☐ Minhas roupas exigem muito cuidado.
- ☐ Faltam peças para coordenar com o que tenho.
- ☐ Preciso de mais roupas para usar em casa.
- ☐ Preciso de mais roupas para usar no trabalho.
- ☐ Preciso de algumas roupas para usar em ocasiões especiais ou para sair à noite.
- ☐ Preciso de peças coordenadas para levar em viagens de lazer.
- ☐ Preciso de peças coordenadas para levar em viagens de trabalho.

6. Se sua casa estivesse pegando fogo e você pudesse salvar só uma peça do seu guarda-roupa (entre roupas e acessórios), o que você salvaria? Por que?

PREFERÊNCIAS

1. Qual grupo de cores você prefere? Escolha até 2.



2. Que combinação de cores você prefere?

- ☐ Monocromáticos ou tom-sobre tom
- ☐ Tudo claro
- ☐ Claro com escuro
- ☐ Tudo escuro
- ☐ 1 a várias cores usadas juntas
- ☐ Combinações incomuns
- ☐ Combinação de cores fortes

3. Como você gosta do caimento das suas roupas?

- ☐ Bem soltas e confortáveis
- ☐ Retas, não marcando o corpo
- ☐ Caimento perfeito, suavemente estruturadas
- ☐ Fluidas e com linhas suaves
- ☐ Justas, moldando o corpo
- ☐ Desestruturadas, com sobreposição de peças
- ☐ Estruturadas, controladas

4. Você prefere tecidos que...

- ☐ Sejam fáceis de cuidar
- ☐ Sejam duráveis
- ☐ Sejam refinados
- ☐ Sejam fluidos, leves
- ☐ Marquem o corpo
- ☐ Tenham textura diferente e interessante
- ☐ Sejam estruturados, encorpados

5. Quanto ao toque, aparência e textura, você prefere tecidos:

- | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| ☐ Suaves | ☐ Finos | ☐ Leves |
| ☐ Macios | ☐ Firmes | ☐ Pesados |
| ☐ Ásperos | ☐ Rugosos | ☐ Opacos |
| ☐ Com brilho | ☐ Lustrosos | |

6. Quanto a estampas e padronagens você prefere formas:

- | | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ Nunca uso estampas ou padronagens | ☐ Mínimas | ☐ Pequenas |
| ☐ Médias | ☐ Grandes | ☐ Chamativas |
| ☐ Florais | ☐ Clássicas | ☐ Abstratas |
| ☐ Geométricas | ☐ Espalhadas | ☐ Localizadas |

7. Quanto aos detalhes nas roupas, você prefere:

☐ Muitos

☐ Poucos

☐ Grandes

☐ Pequenos

☐ Simétricos

☐ Assimétricos

8. Qual é seu estilo de óculos preferido? "Recorte e cole."

☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐

☐ ☐

9. Qual é seu estilo de mochila preferida? Escolha até 2 grupos.

☐



☐



continua na página seguinte



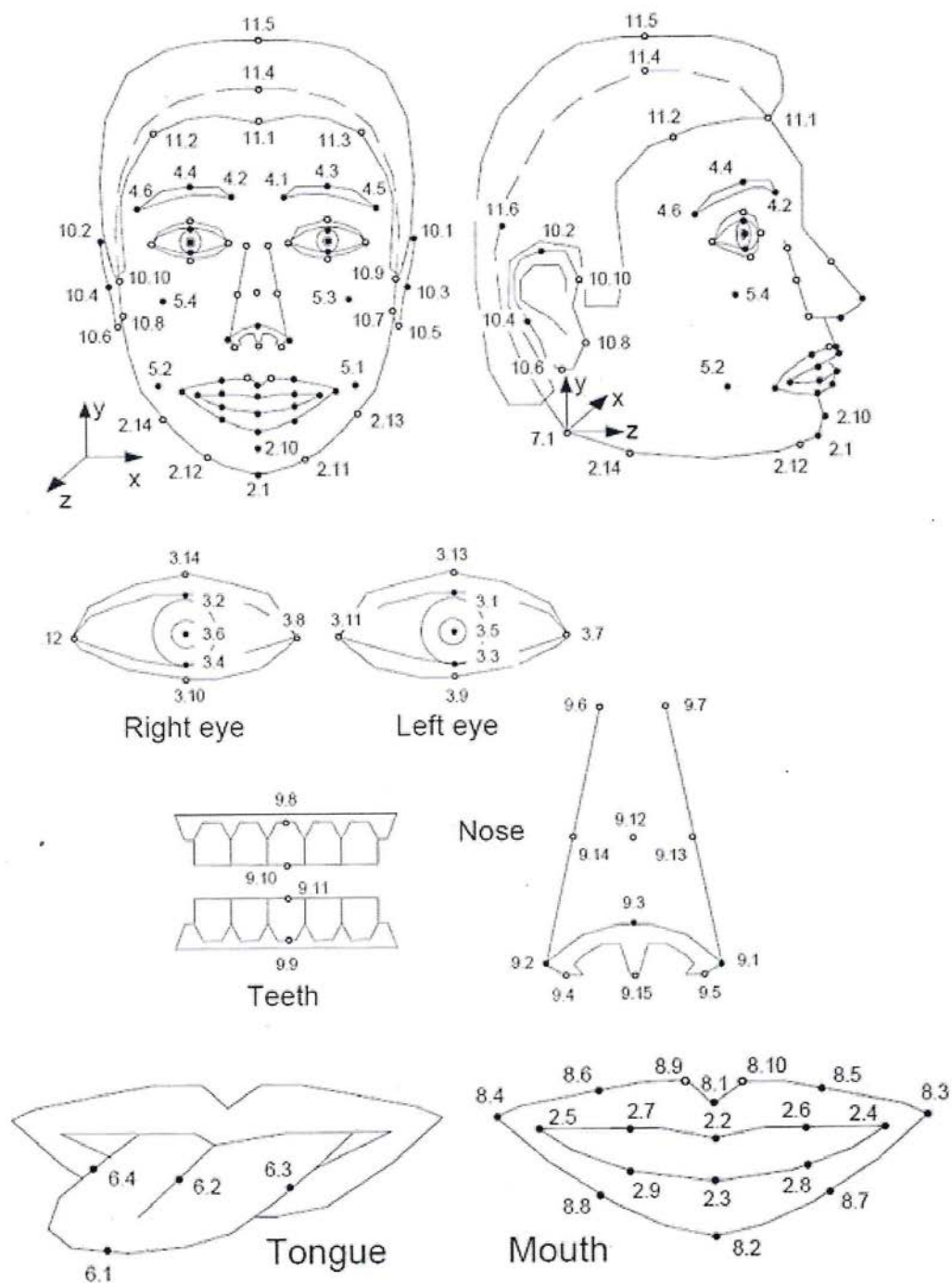
10. Que estilo de acessórios você prefere? Escolha até 2 grupos.





APÊNDICE J: Pontos de Análise Facial Identificado Numericamente e por Expressões

Reconhecimento Facial e Micros Expressões





Neutra



Tristeza



Surpresa



Raiva



Medo

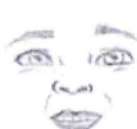


Nojo

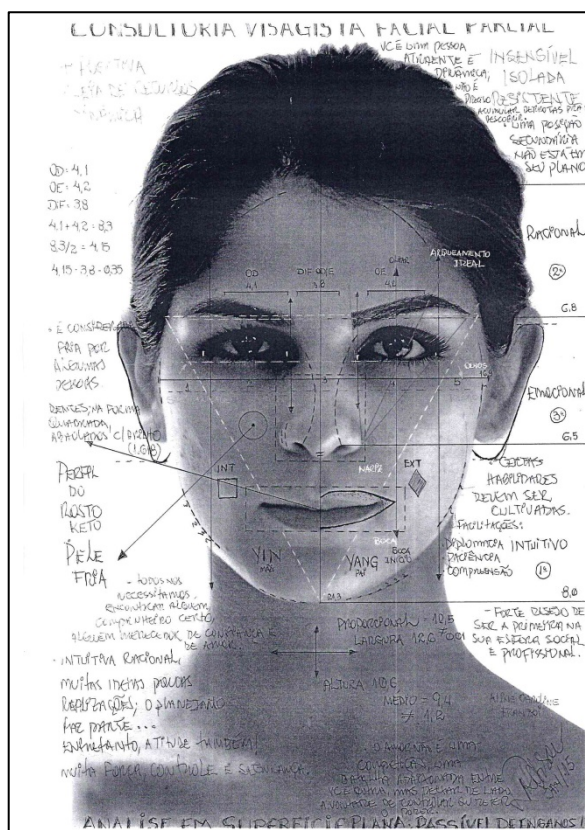
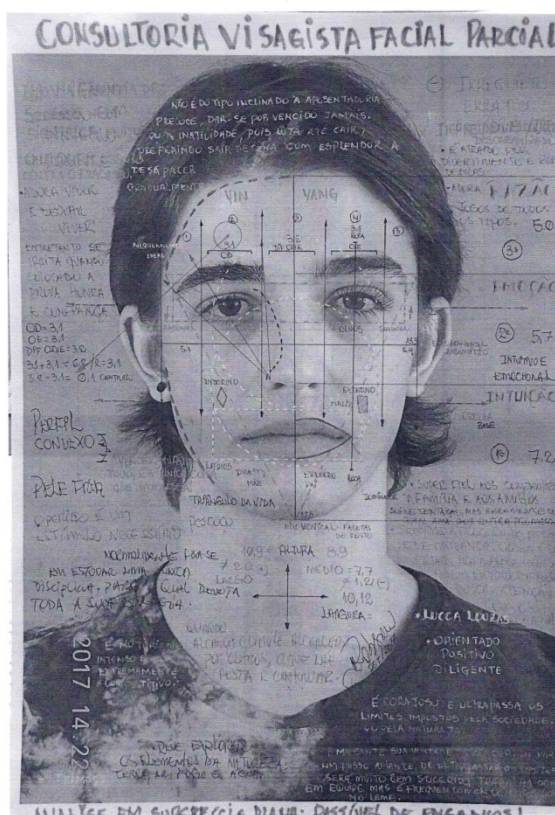


Alegria

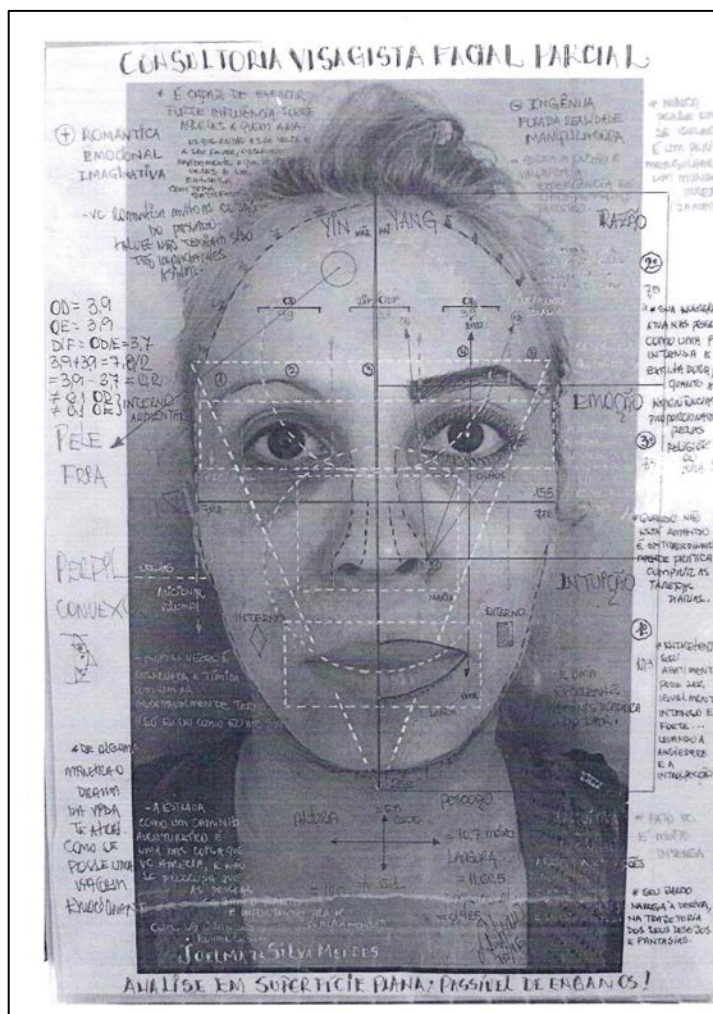
			
	Tristeza	Surpresa	Raiva
			
Neutra	Medo	Nojo	Alegria

			
	Triste	Surpresa	Raiva
			
Neutra	Medo	Raiva	Alegria

APÊNDICE K: Consultoria Visagista Facial Parcial Sede da Identidade do Indivíduo

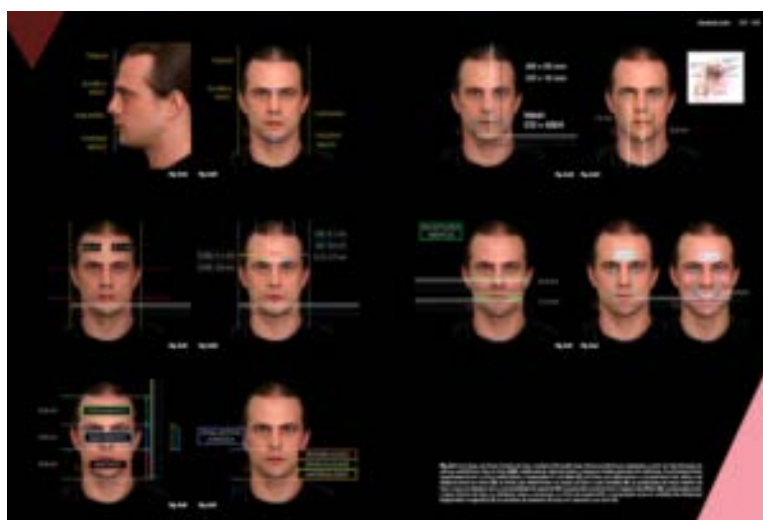
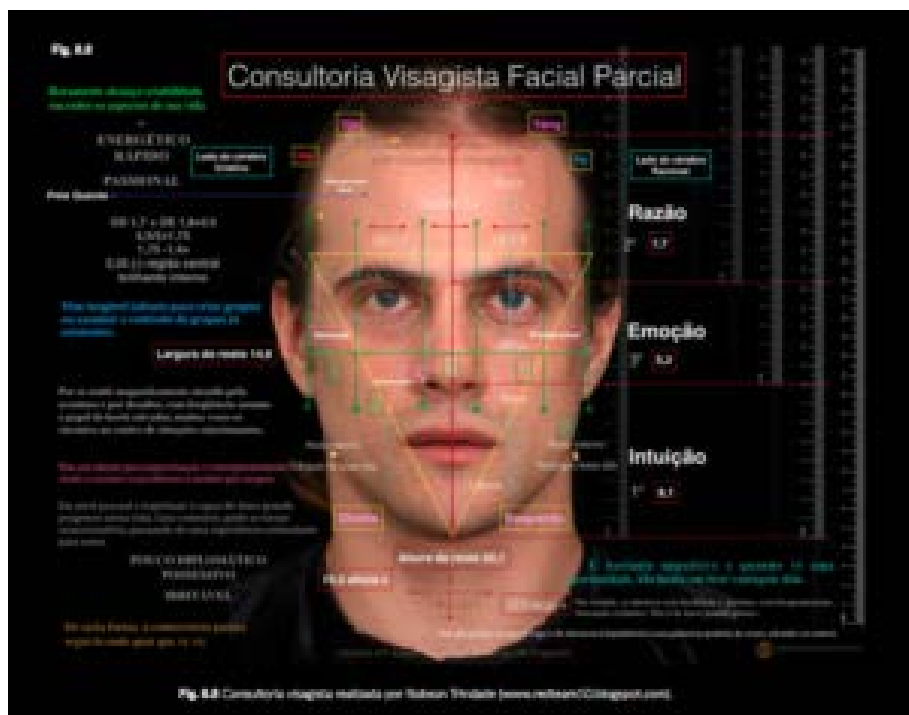


[illegible][illegible]



APÊNDICE L: Consultoria Visagista Facial Parcial Sede da Identidade do Indivíduo executada com o uso da Tecnologia

Consultoria Visagista Facial Parcial com o uso das Tecnologias



Fonte: Harmonização Orofacial – Cases Book – Visagismo e análise fácil – MDM

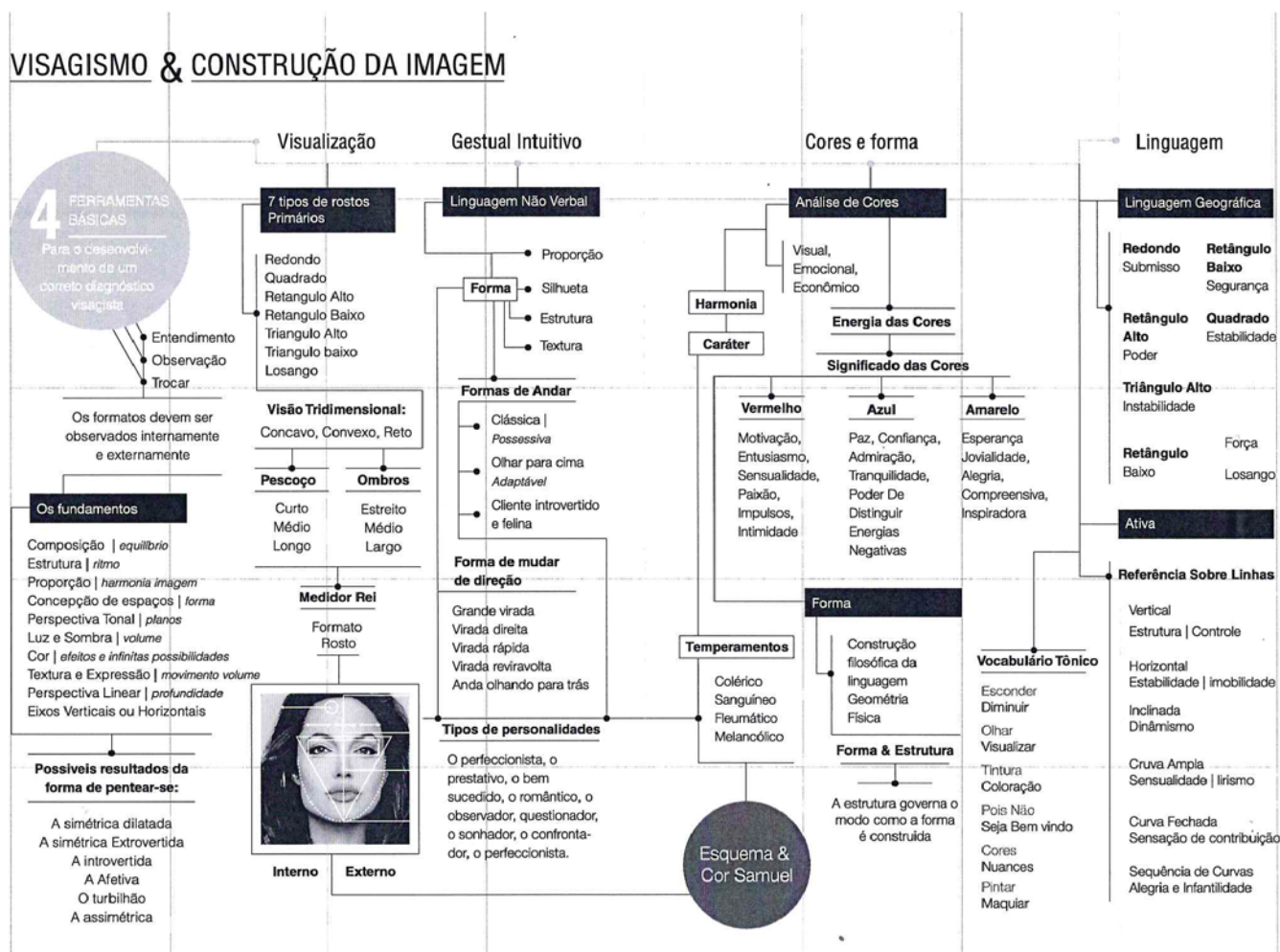
Dra. Maristela Lobo e Prof. Robson Trindade

APÊNDICE M: Vertentes e Abrangências da Consultoria Visagista Plena

Infográfico I

Mapa conceitual que traz uma visão completa a respeito do visagismo, suas vertentes e as quatro ferramentas fundamentais:

Visualização, Gestual-Auditivo, Cores/Formas e Linguagem.



www.oquevisagismo.com.br

Fonte: link <https://app.monetizze.com.br/checkout/PTZ46426>

APÊNDICE N: Ficha Técnica para Avaliação de Valorização – Makeup Experience
Visagismo associado a Valorização do Rosto através dos Recursos de Maquiagem

PRODUTOS

Hidrantes / Protetores

Base

Corretivo

Pó Compacto

OLHOS

Sobrancelha

Pálpebra

Delineador

Rímel

BOCHECHAS

Blush

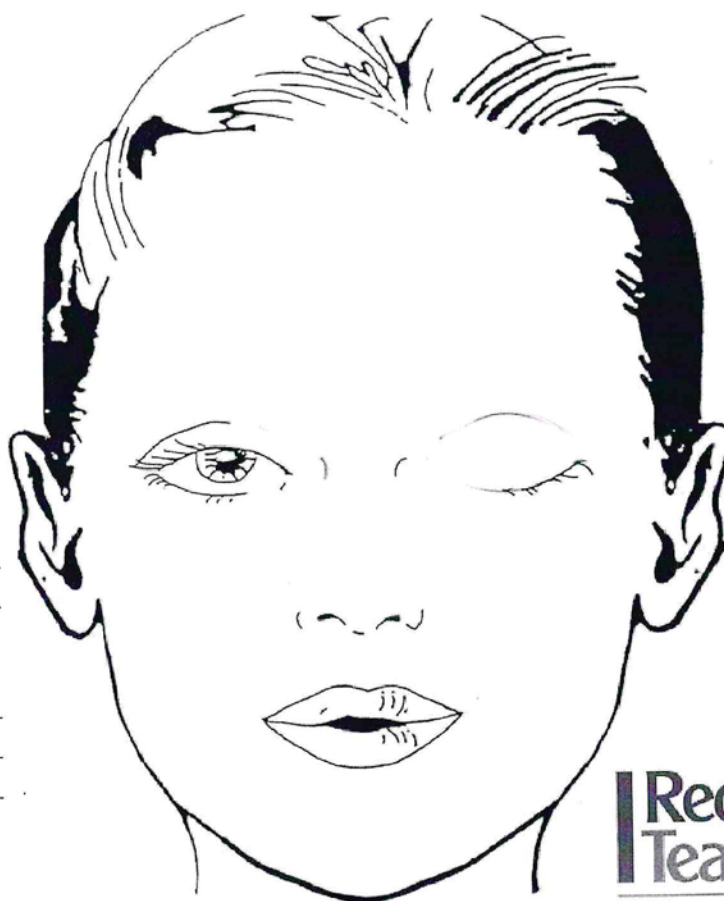
Iluminador

LÁBIOS

Lápis

Batom

Gloss

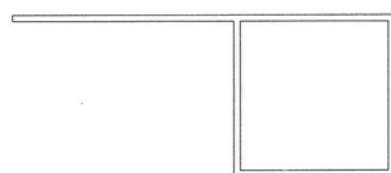
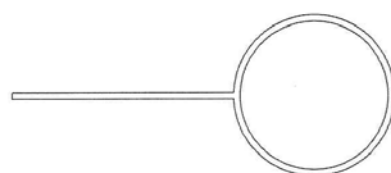
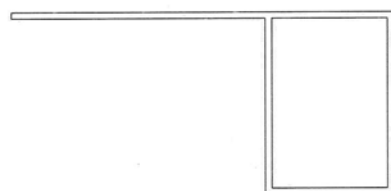
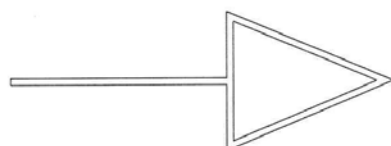
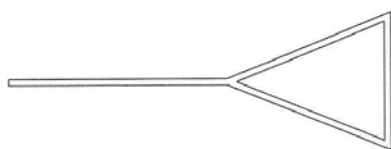


**Red
Team**
Consultoria de Imagem
Beleza & Estilo

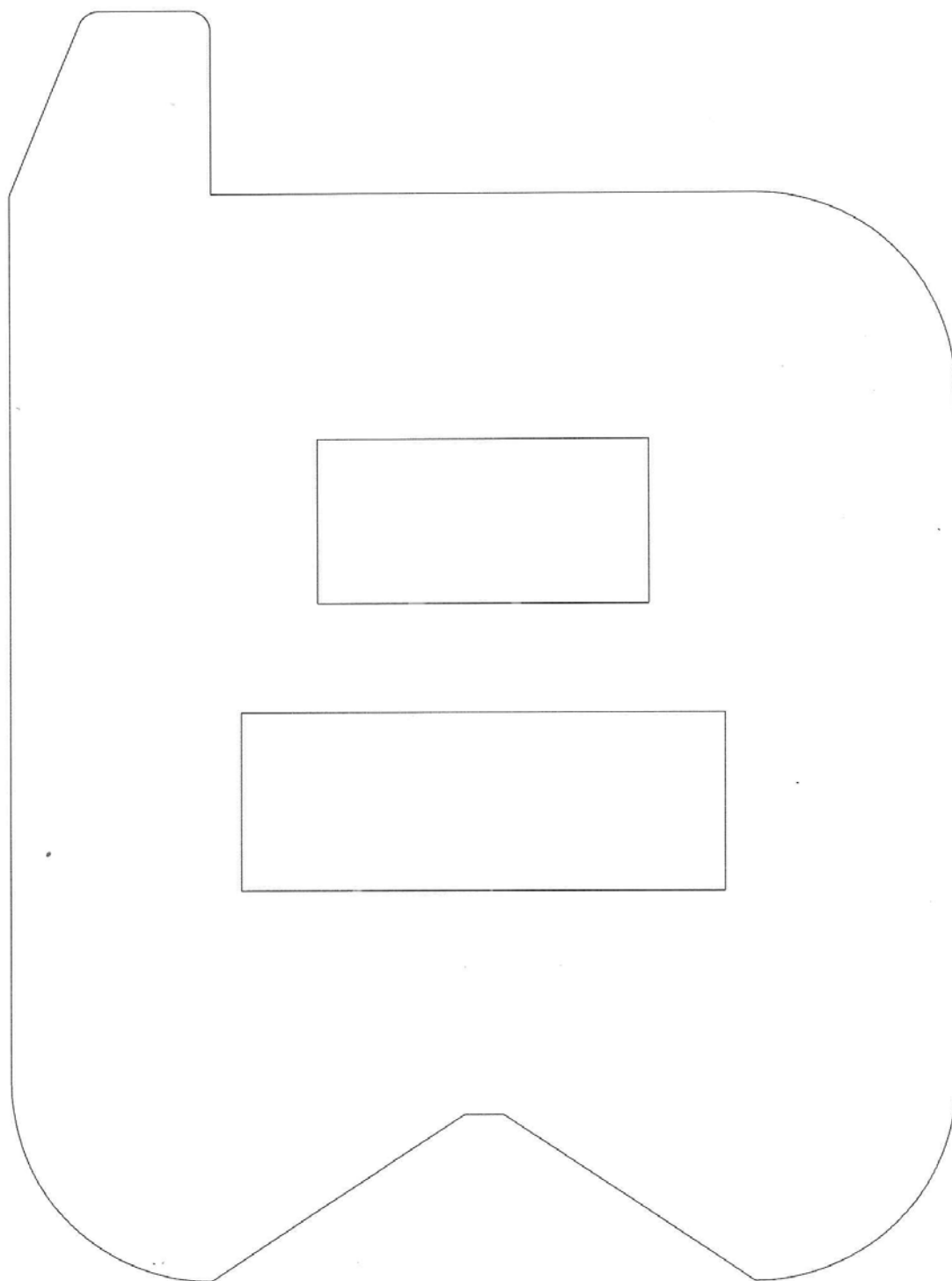
Fonte: EVP – Educação, Visagismo e Projetos

APÊNDICE O: Ferramentas Utilizadas para Medições do Rosto Desenvolvimento e Criação entre 2007/2015 que Fazem parte da Maleta Visagista

Moldes em acrílico que tornaram o conceito mais lúdicos, para facilitar o aprendizado e identificação dos formatos de rosto primário

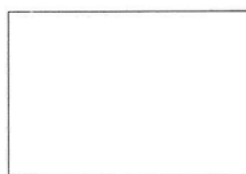
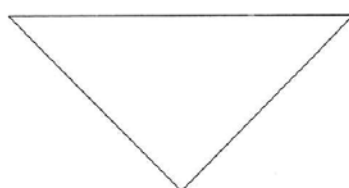
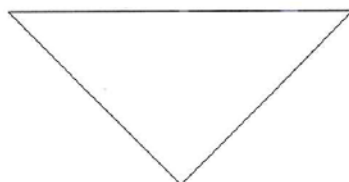
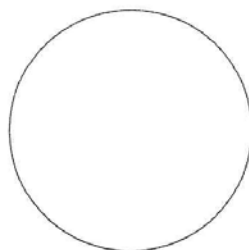
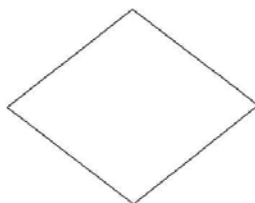


Máscara Britts, em acrílico leitoso, criada para fazer uma análise individualizada dos tipos de olhos e dos lábios

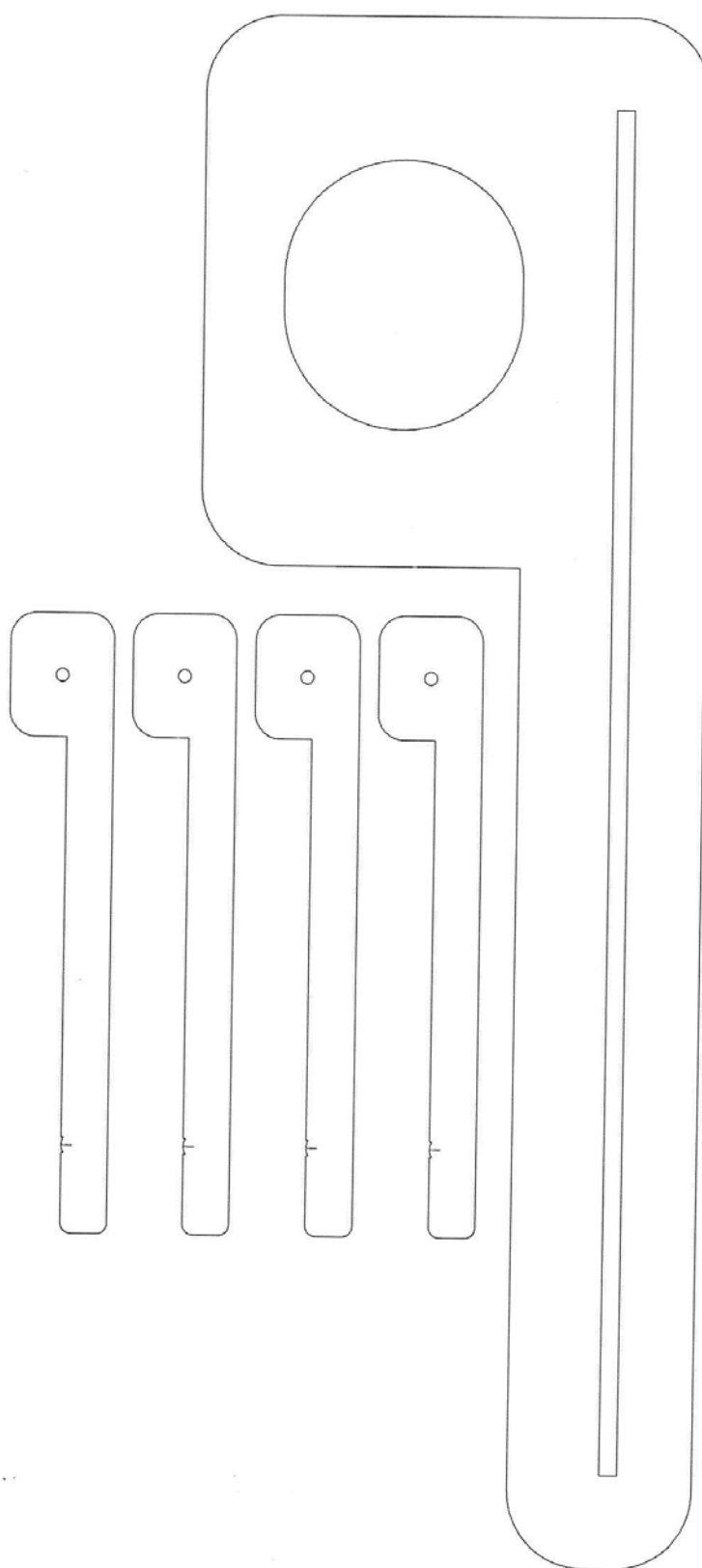


Criada por Tania Trindade 2012

Figuras geométricas associadas ao formato de rosto utilizadas para o teste de cores e formas

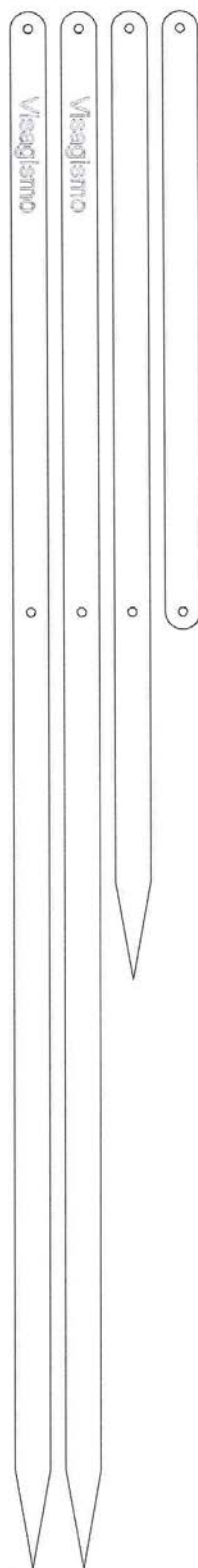


Medidor R.E.I., régua desenvolvida para análise dos terços do rosto (face)



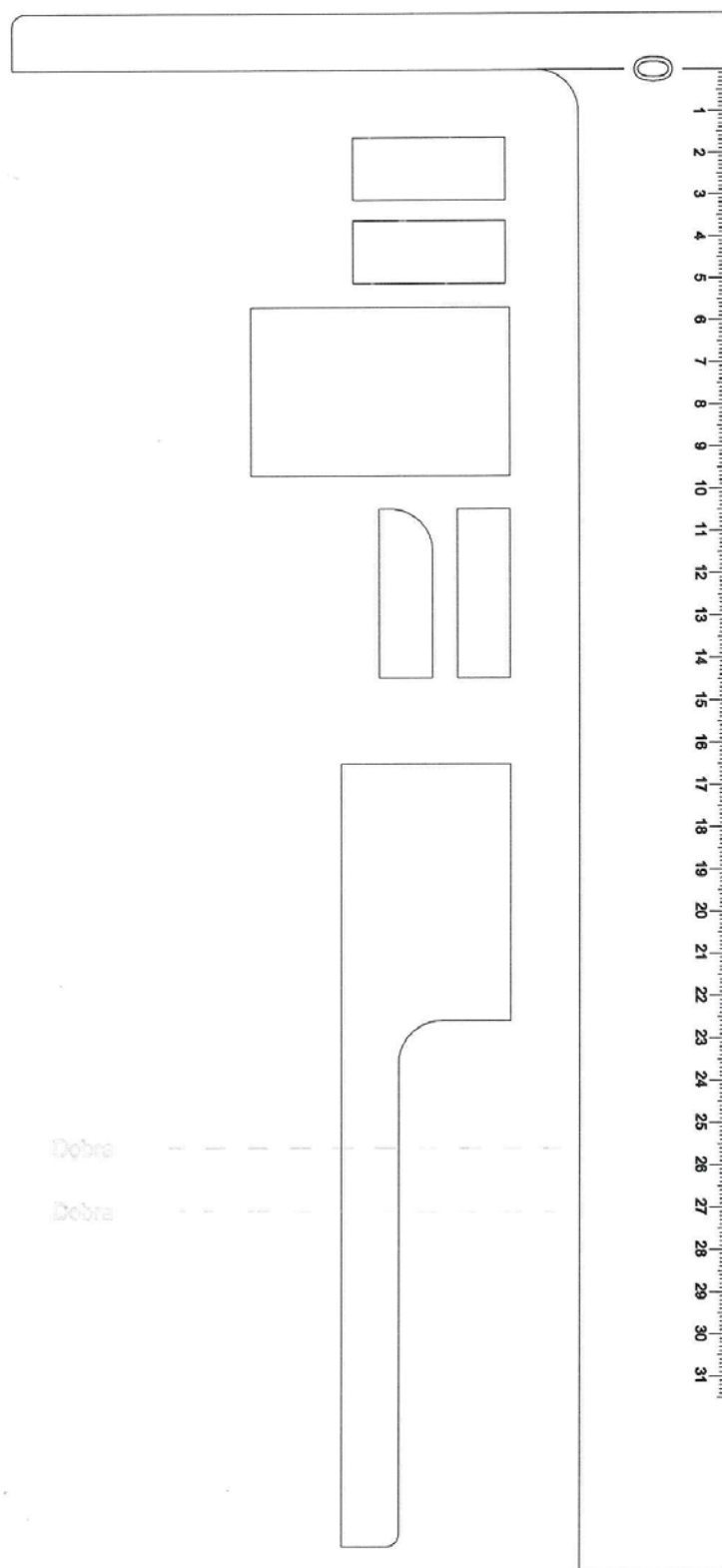
Criada por Robson Trindade 2009

Régua corporal de proporção áurea, para medição da cabeça, tronco e membro



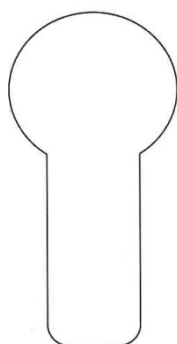
Adaptada para o corpo por Robson Trindade 2009 a partir do modelo dental inglês Eddy Levin 1988 pela empresa Golden Mean Gauge

Régua Albaneja, para medição do rosto e pescoço na horizontal e vertical



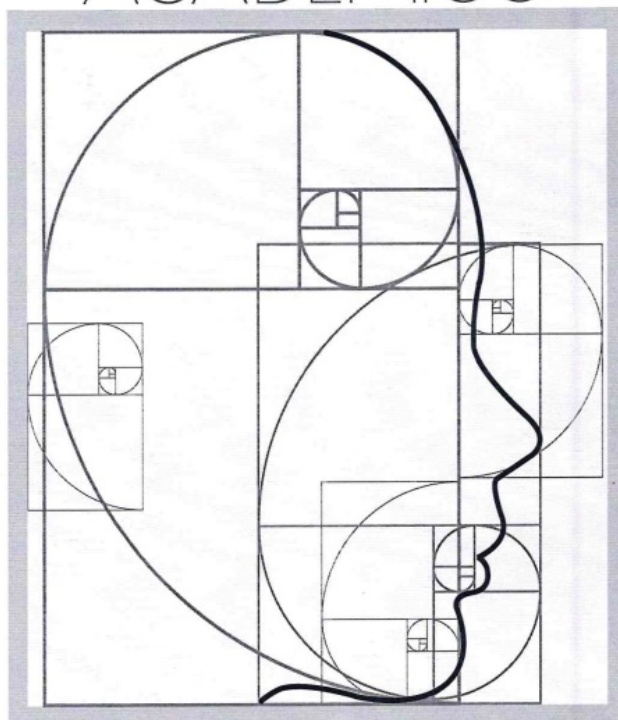
Criada por Robson Trindade 2010, primeiro protótipo foi feito por uma artesã S. Albaneja

Dispositivo para identificação do olho dominante



Criada por Robson Trindade 2015 e desenvolvida por Karmol Domingues em MDFcortado a laser

APÊNDICE P: Livro de Visagismo Acadêmico 2017

VISAGISMO
ACADÊMICO

1ª Edição

ROBSON TRINDADE - TANIA TRINDADE - CLAUDIO ANDRÉ
SERGIO MOLITERNO - ANA CARLOTA VITA - GENNY ABDELMALACK - MARTA BEZ

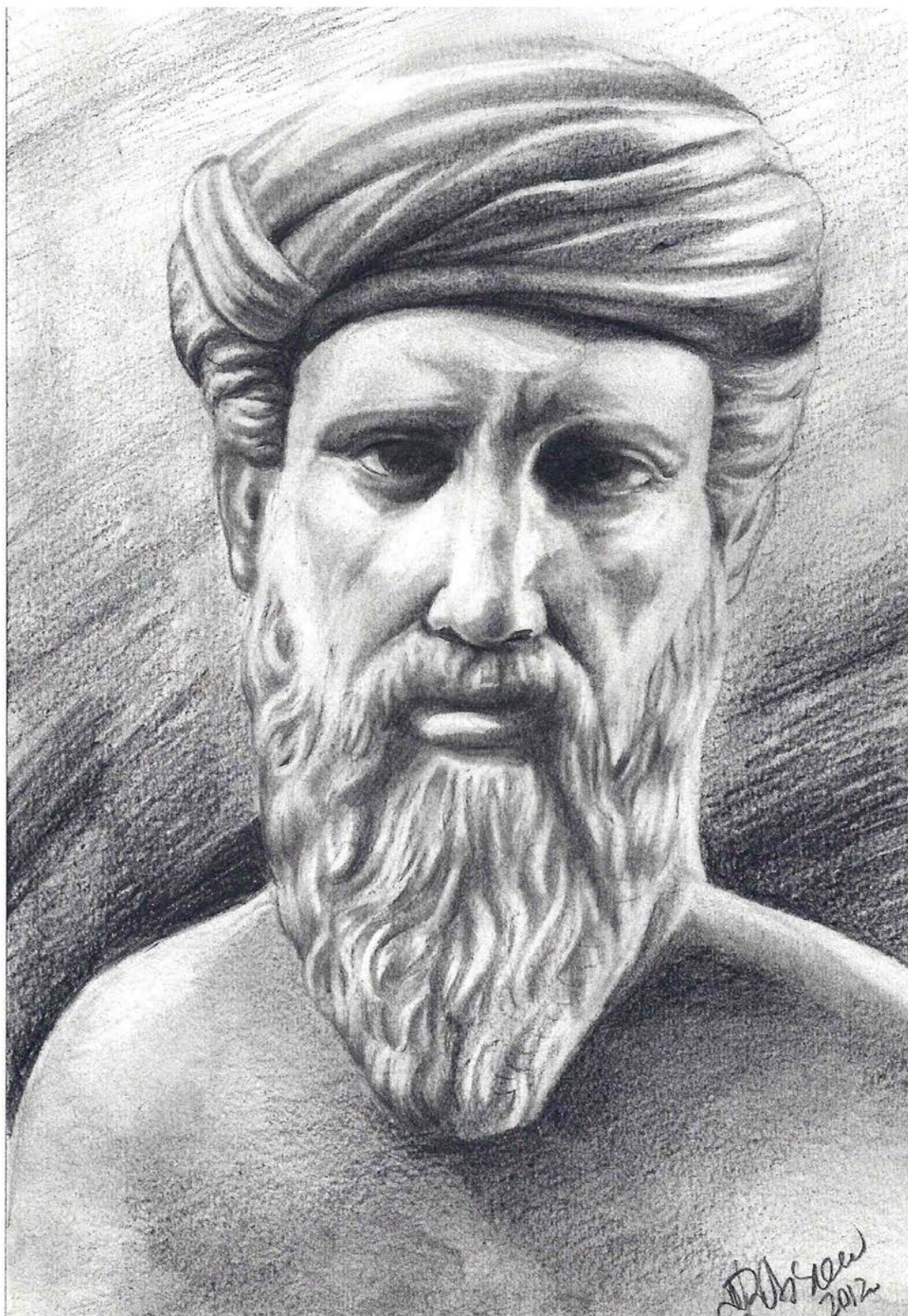
2017

www.livrosdevisagismo.com.br

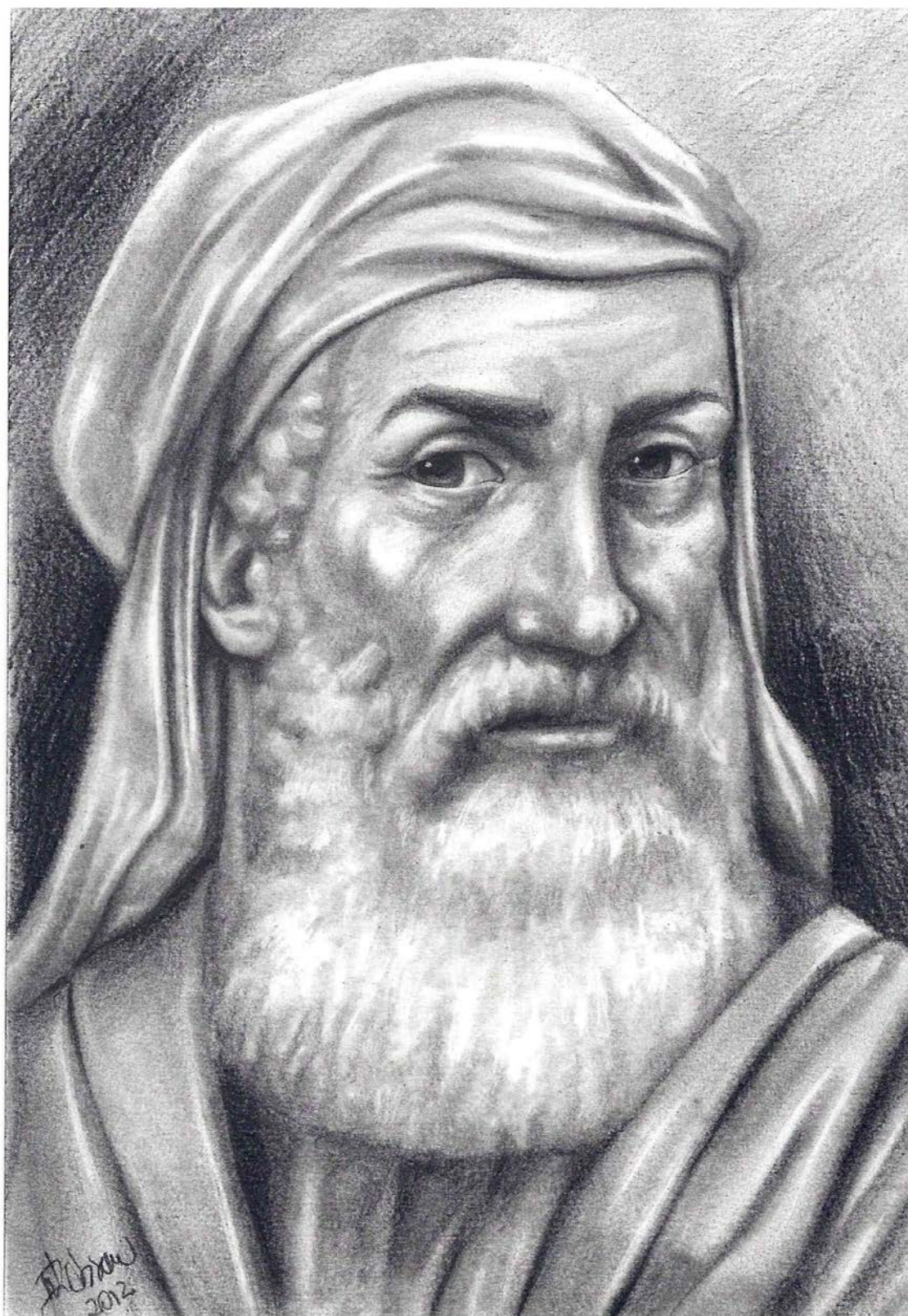
Bases Históricas do Visagismo I – Origem e Interpretações do Belo - 2017



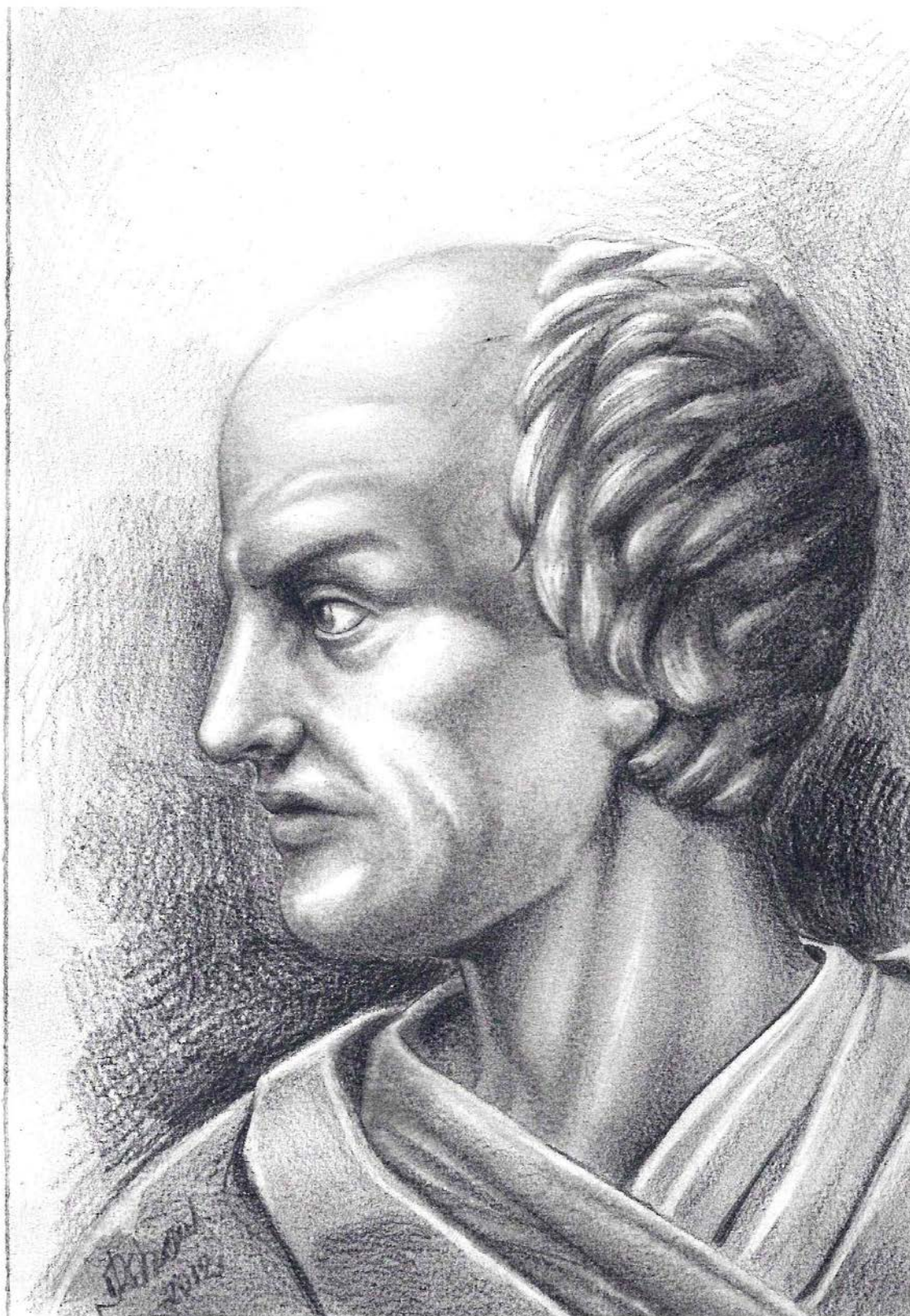
APÊNDICE Q: Pensadores



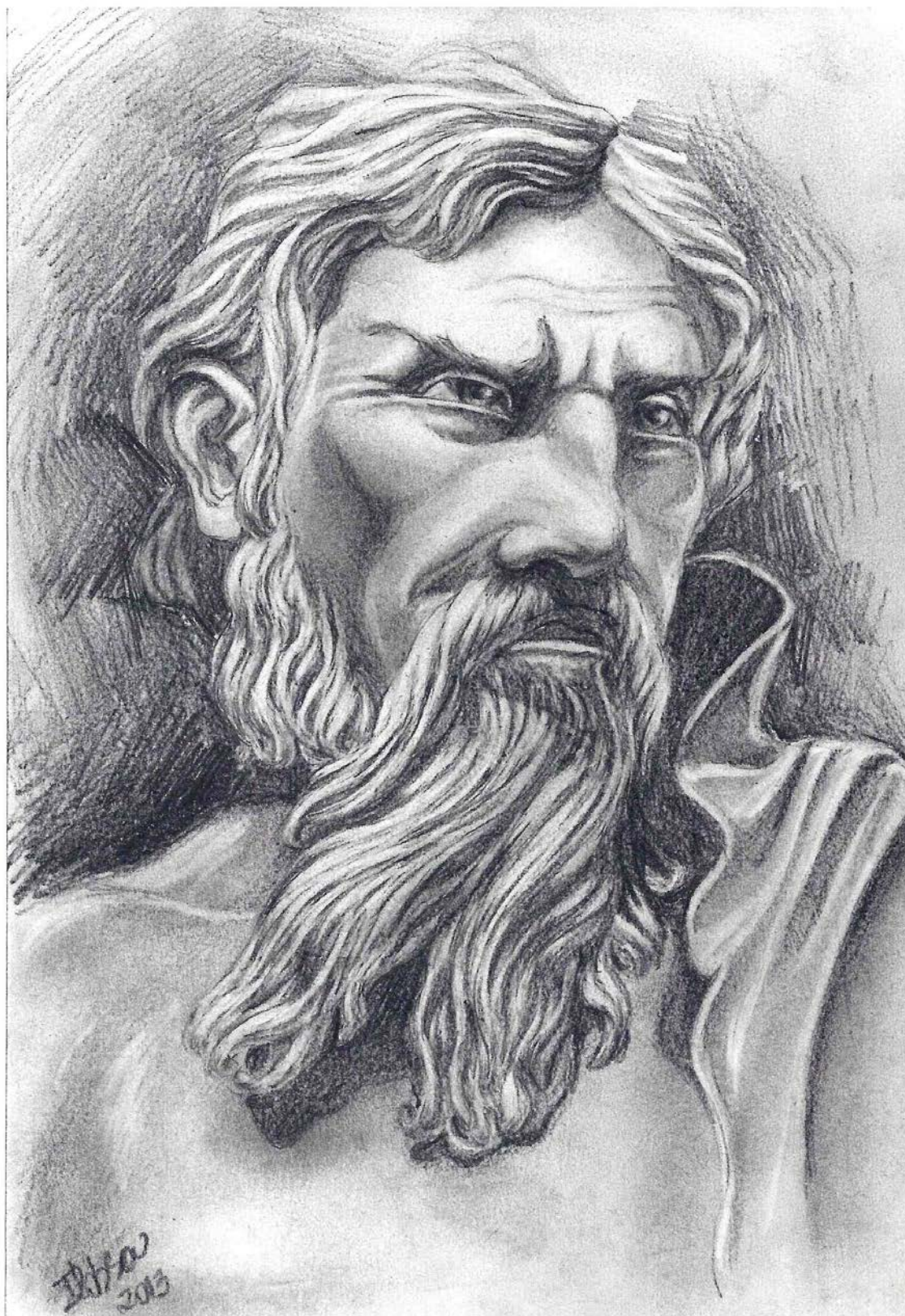
Pitágoras de Samos 590 a.C.



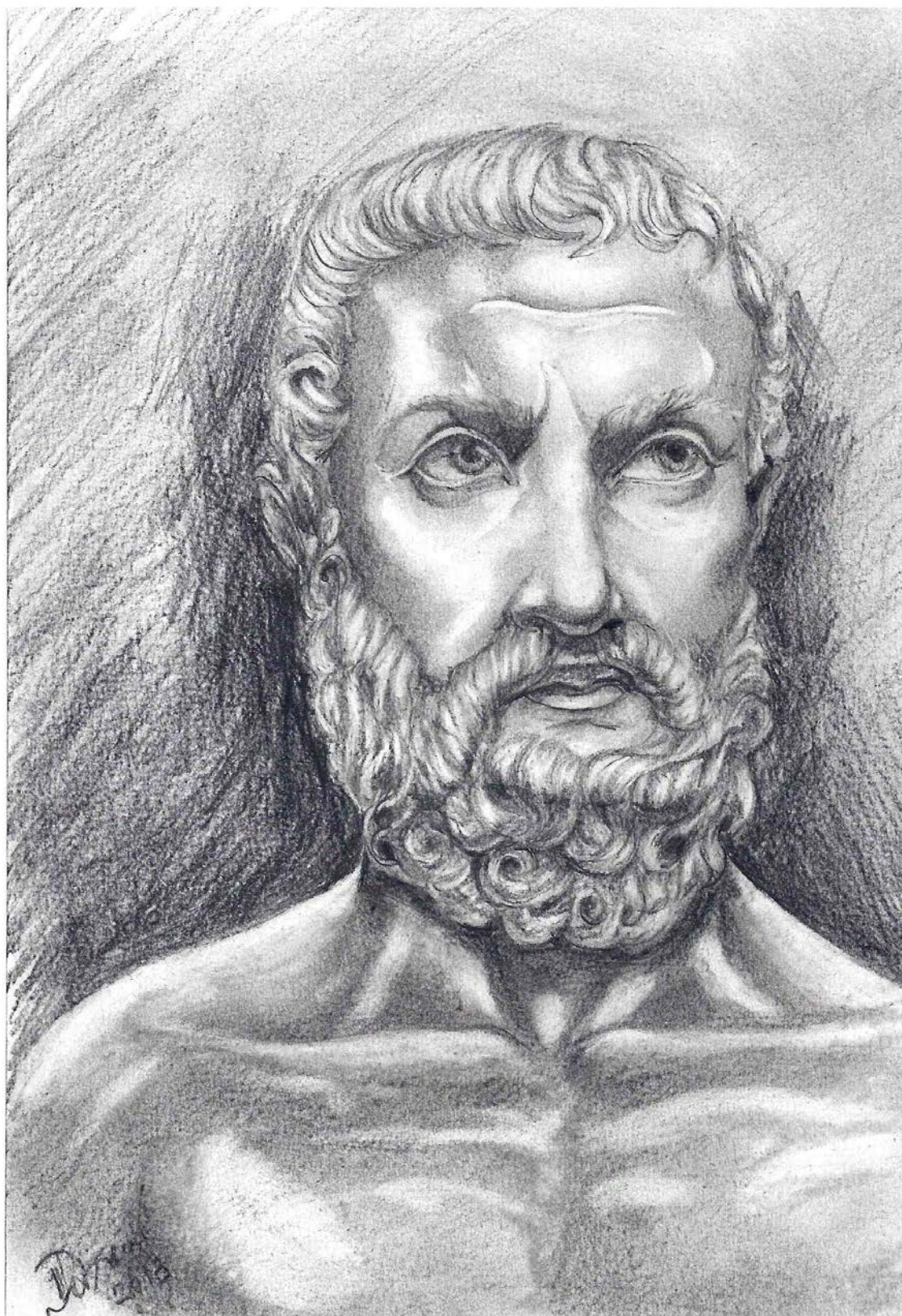
Empédocles de Agrigento 495 a.C.



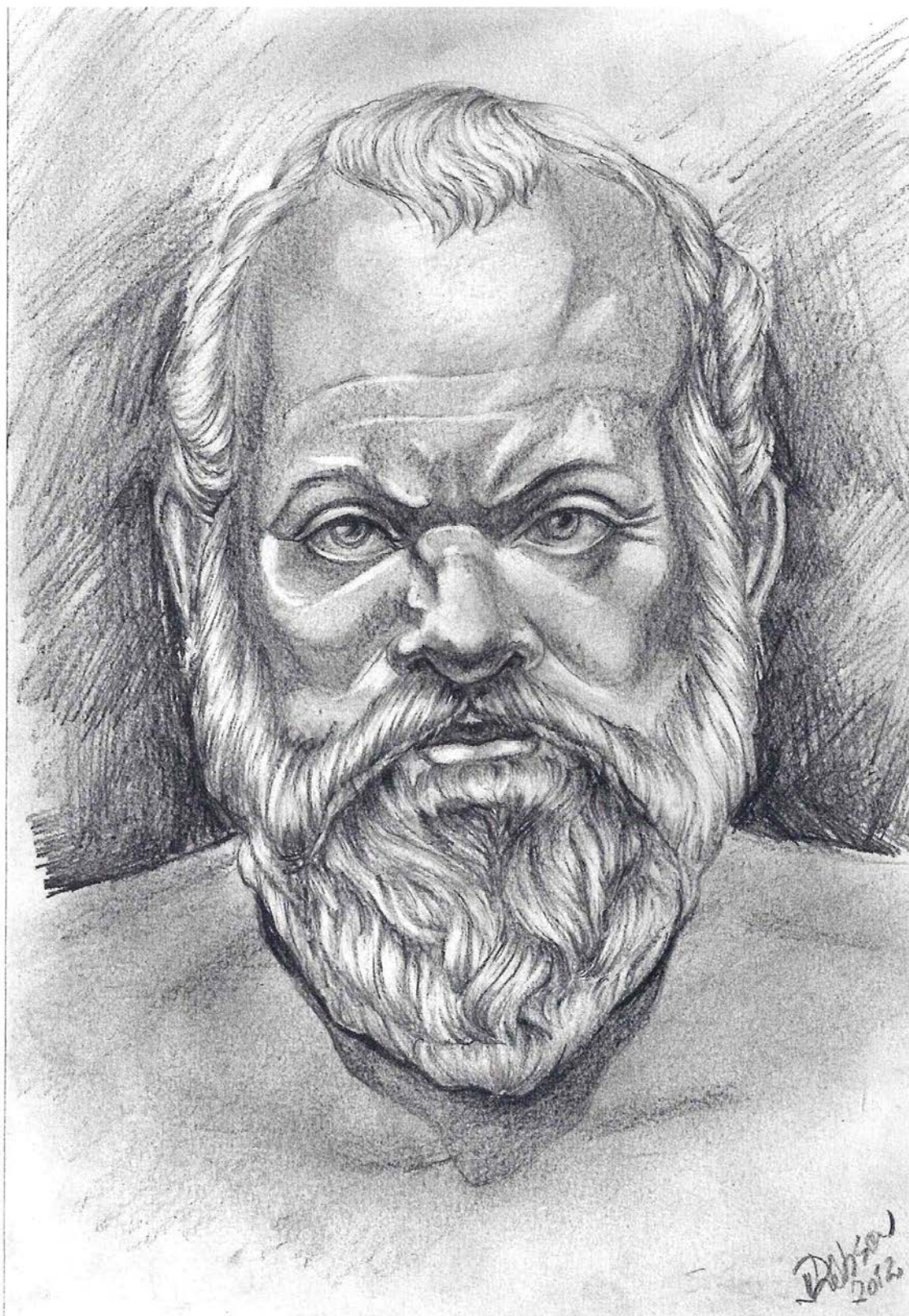
Phídias 490 a.C.



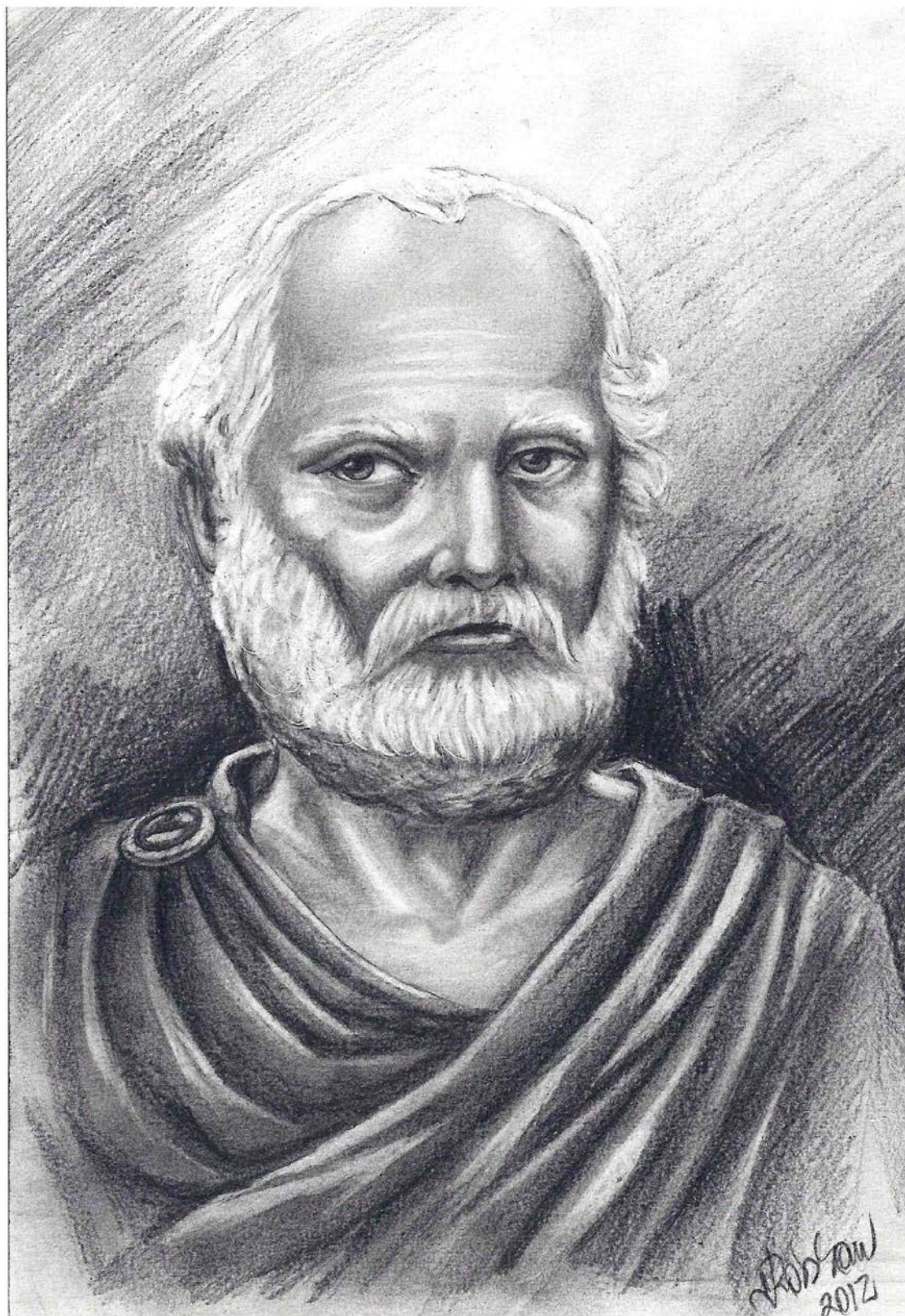
Heráclito de Éfeso 535 a.C.



Parmênides de Eleia 515 a.C.



Sócrates 469 a.C.



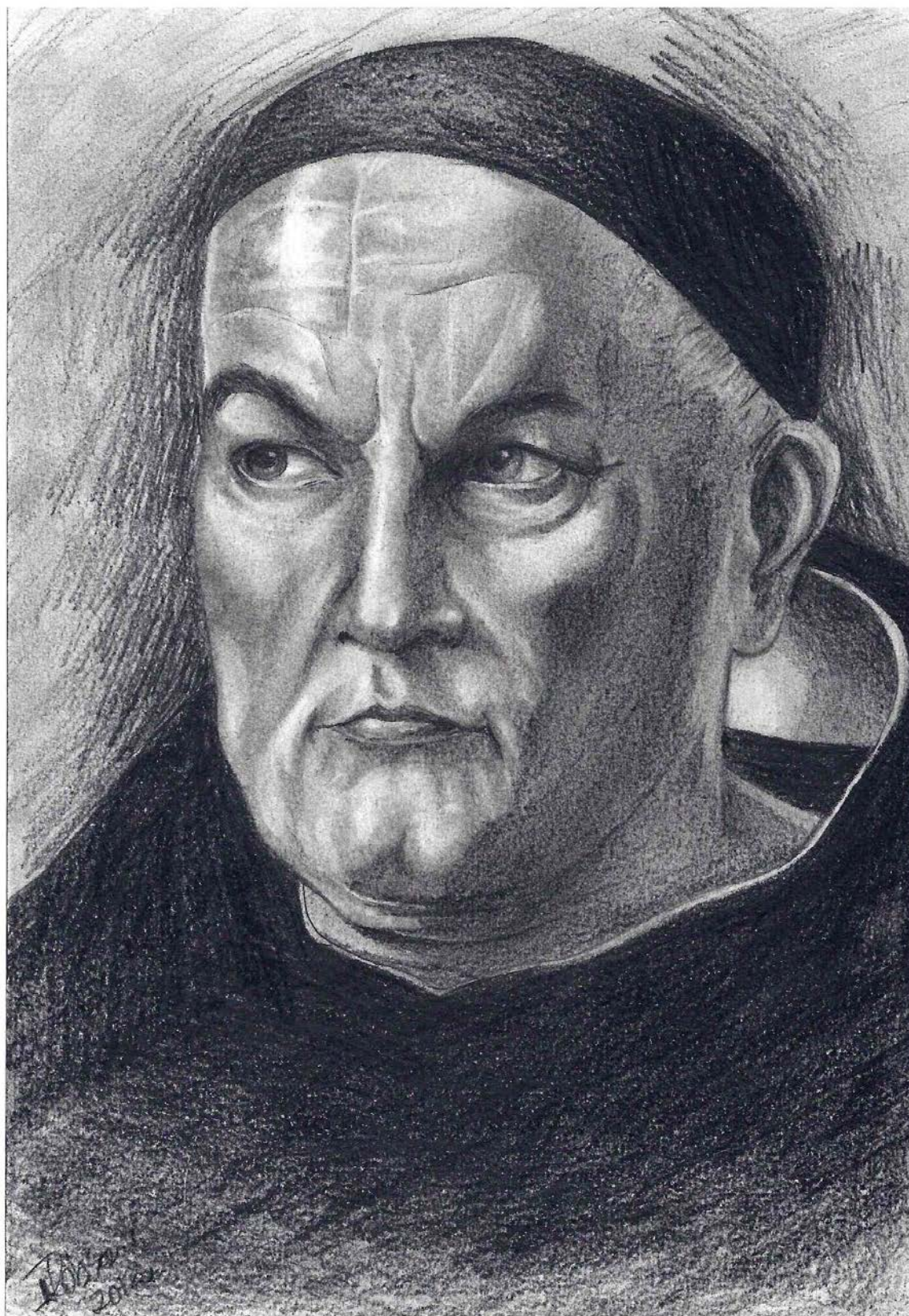
Platão 427 a.C



Aristóteles 384 a.C.



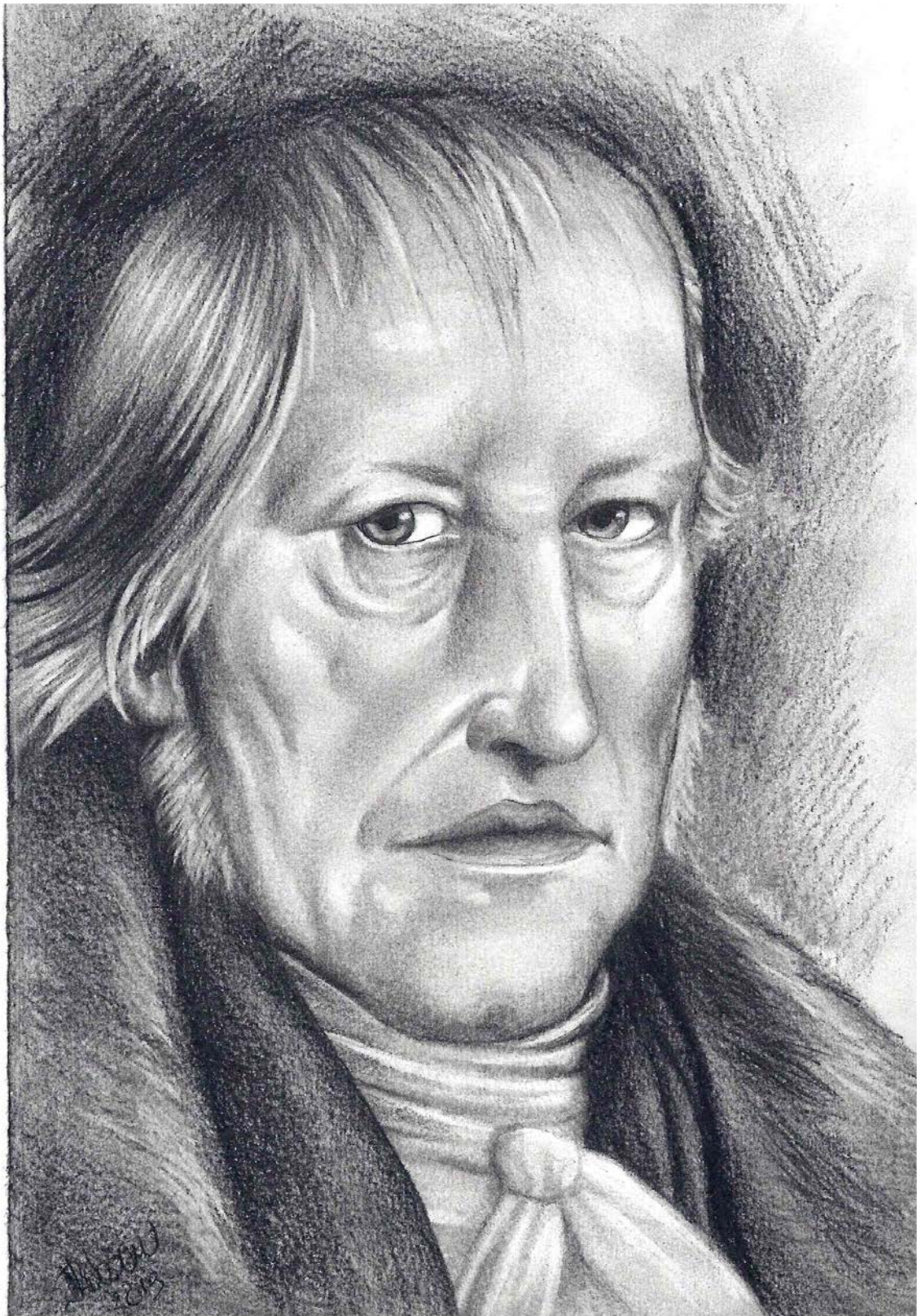
Santo Agostinho 354 d.C.



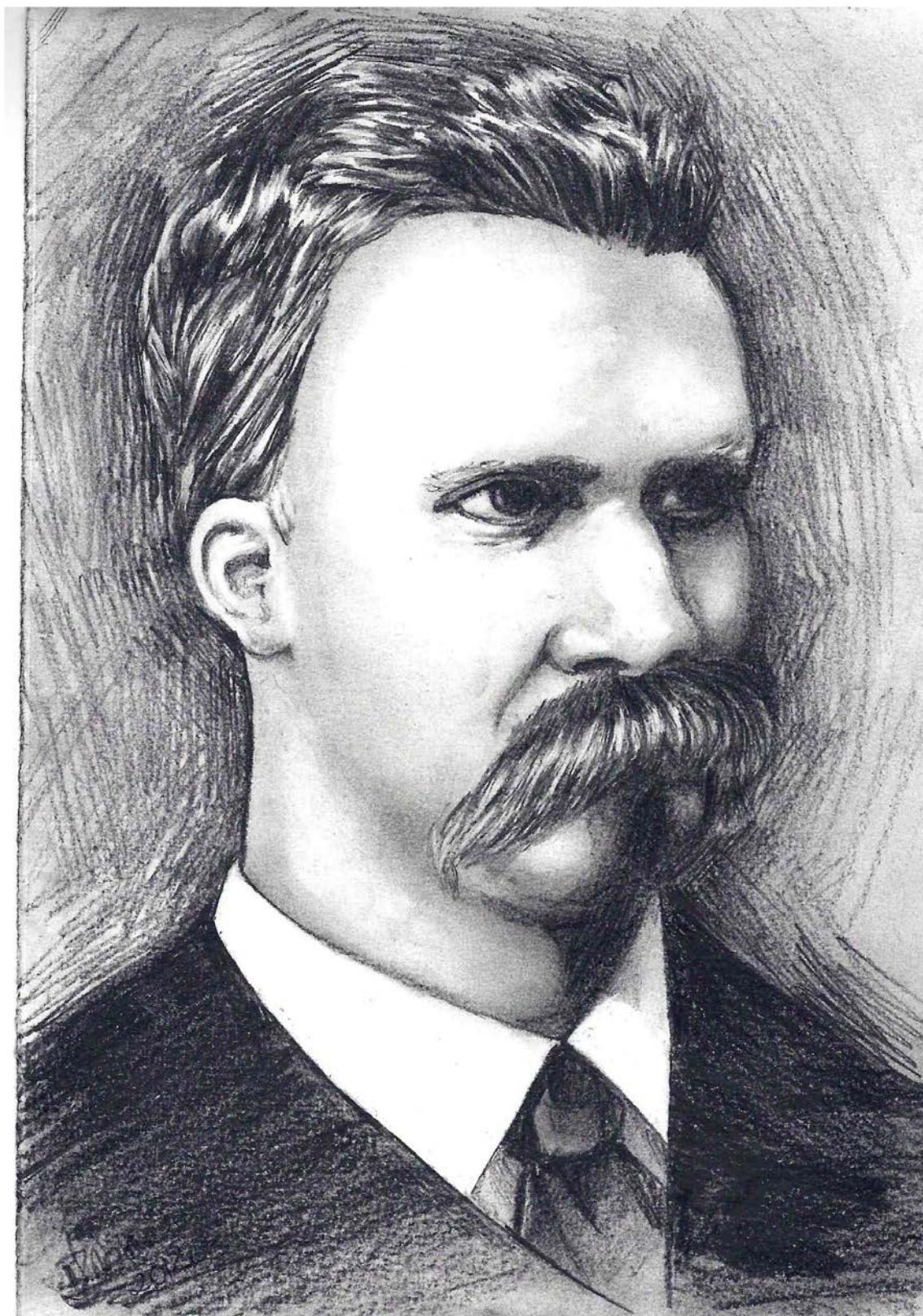
São Tomás de Aquino 1225



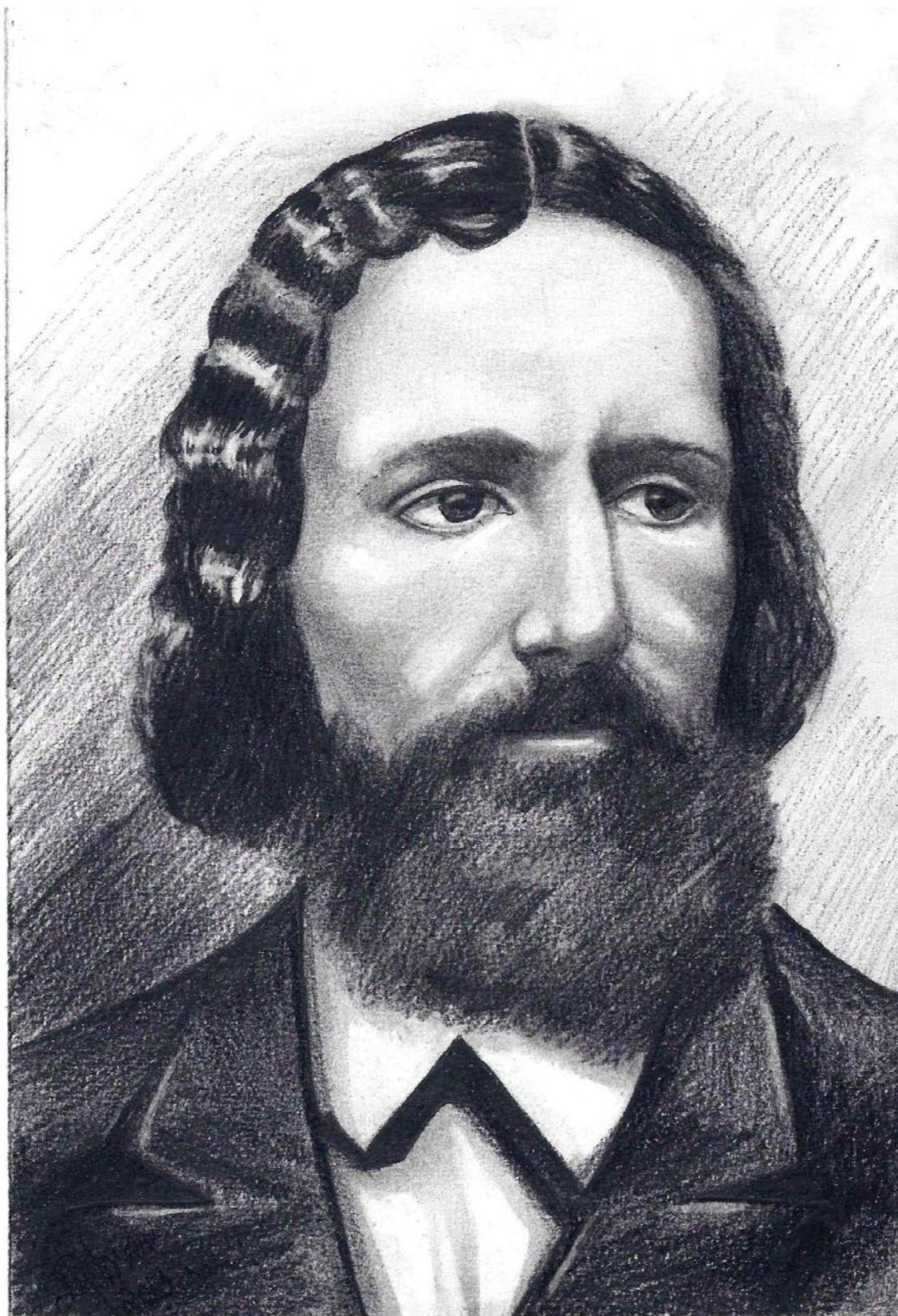
Leonardo da Vinci 1425



Hegel 1807



Nietzsche 1844



Franz Brentano 1838



Augusto Comte 1798



John Dewey 1859

APÊNDICE R: Teste de Temperamento que mede o humor de acordo com os fatores externos e incontroláveis, é possível apresentar qualquer um dos quatro em menos de 24 horas

Teste de Temperamento			
Marque com o número 1 , em cada coluna amarela, apenas as palavras que representam suas características. Para desmarcar use 0 (zero) . Após marcar, movimente o cursor com a seta de direção para a próxima linha.			
1	2	3	4
Amigável	Calm, sossegado	Criativo	Brincalhão
Impulsivo	Administrador	Realista	Gosta de variedade
Motivador	Cuidadoso	Reservado	Gosta de desafios
Ativo	Indeciso	Previsível	Desorganizado
Fala bastante	Paciente	Ansioso	Trabalha em grupo
Pouca força vontade	Tem medo de errar	Ordeiro	Fácil relacionamento
Não-detalhista	Bom ouvinte	Depressivo	Otimista
Extrovertido	Bem humorado	Talentoso	Inseguro
Carismático	Não arrisca	Perfeccionista	É criativo
Irriguetado	Prático	Sensível	Incentivador
Despreocupado	Pacificador	Análítico	Arrependimento superficial
Total da Coluna 1	Total da Coluna 2	Total da Coluna 3	Total da Coluna 4
5	6	7	8
Líder	Tem discernimento	Leal	Ousado
Determinado	Detalhista	Não reivindica	Objetivo
Resoluto	Desconfiado	Constante	Toma decisões
Firme	Amigo Leal	Evita conflitos	Toma a frente
Empreendedor	Questionador	Gosta de rotina	Impulsionado pelo alvo
Competitivo	Pessimista	Teimoso	Autoconfiante
Gosta de desafios	Preciso	Adaptável	Aventureiro
Ativista dinâmico	Persistente	Eficiente	Prático
Produtivo	Programado	Temeroso	Sarcástico
Auto-suficiente	Egocêntrico	Paternal	Não detalhista
Genioso	Apreciador das artes	Sem motivação	Ditador
Total da Coluna 5	Total da Coluna 6	Total da Coluna 7	Total da Coluna 8
Sanguíneo	0		
Colérico	0		
Melancólico	0		
Fleumático	0		

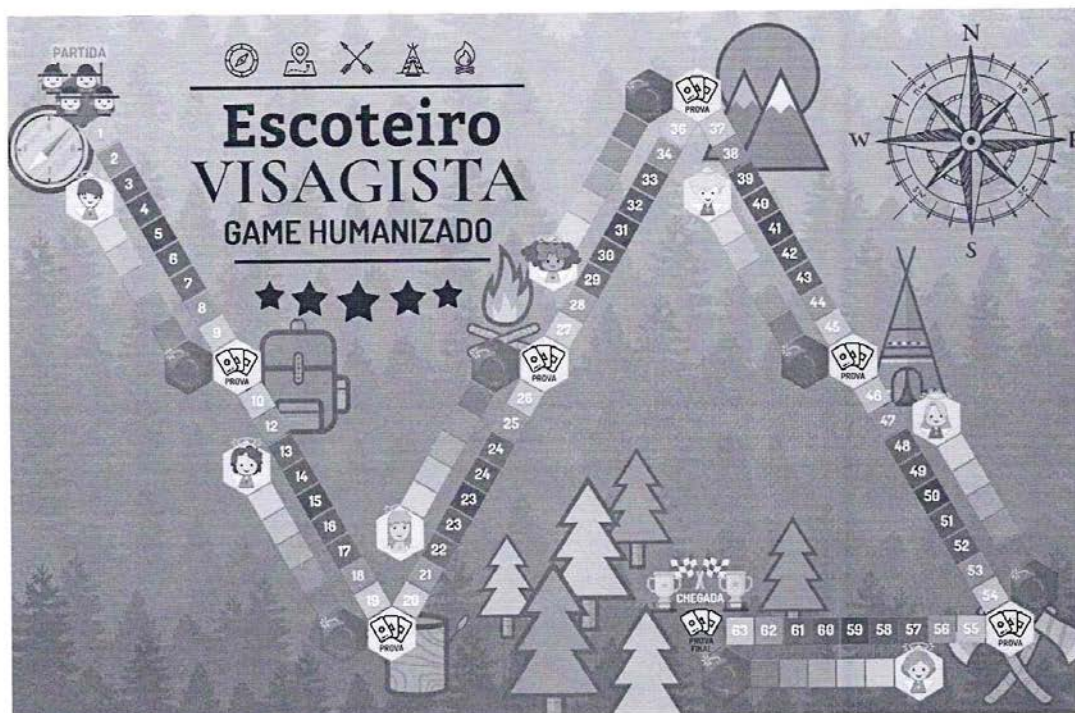
Gráfico dos Temperamentos

Gráfico dos Temperamentos

APÊNDICE S: Game Humanizado – Escoteiro Visagista

tabuleiro.jpg

04/05/19 2:36 PM



about:blank

Page 1 of 1

DESAFIOS:

1. Escreva a formula no quadro e mesure a altura do pescoço do colega sentado a sua esquerda. (2min max)
2. Complete a frase: "o homem é um ser em busca constante de _____". (terá 1 dica).
3. Qual a silhueta da pessoa na sua frente? Demonstrar
4. Faça uma breve síntese sobre a literatura "O casaco de Marx" (2min max) – (do que trata o livro?)
5. O Grupo deve representar "como atender um cliente intuitivo".
6. Cite 3 carreiras que podemos usar do conhecimento do Visagismo. Justifique
7. Desenhe e cite uma das mensagens da forma triângulo invertido e triângulo (baixo)
8. Defina psique e logos = psicologia
9. Escreva no quadro e mensurar a largura do pescoço do colega que esta na sua frente. (2 do grupo)
10. Explique e represente a diferença entre ver e enxergar.
11. Cite o nome de três ferramentas para as práticas de Visagismo
12. Cante uma musica que represente a emoção do trabalho do Visagista.
13. Qual a silhueta do colega sentado a sua direita (demonstre)
14. Explique o tema desta disciplina (1min)
15. Cite as 3 maneiras de perceber o mundo (dica estudado na aula passada)
16. Demonstre com gestos a estação energética do Verão.
17. O grupo deve representar como atender um cliente racional. (2min max)
18. Anote no quadro os 3 tipos de perfis e avalie qual o perfil do colega atrás de você
19. Desenhe e escreva no quadro a principal característica da silhueta ampulheta.
20. Leia o parágrafo grifado do artigo e explique para o grupo (2min)
21. Explique a 1a Ferramenta do Visagismo.
22. Explique a imagem relacionando os 3 centros do Eneagrama.
23. O que é escuta ativa e ponha em pratica fazendo um elogio para um colega que você não se relaciona na sala. Explique
24. Explique a pesquisa de Albert Mehrabian - "somos seres visuais"
25. Desenhe e explique a mensagem da forma retângulo baixo.
26. Identifique o formato do rosto externo do colega a sua frente. Justifique
27. Faça o teste de silhueta masculina em um colega turma. Explique
28. Quais são os 5 tipos de silhuetas femininas.
29. Explique como se define o lado sensual e racional nas estruturas do rosto.
30. Represente: pessoa com predominância do temperamento sanguíneo.

Respostas desafios:

1. ALTURA DO PESCOÇO: medida da cabeça dividido por 2
2. Evolução
3. Acompanhar a apresentação
4. Memórias Afetivas
5. Compra idéias, imagens.
6. São várias ex: cabelereiros, maquiadores, dentista, psicólogos, ator, consultor de imagem, biomédicos, esteticista, coach, figurinista, arquitetos ...
7. Triângulo Invertido: inteligência, instabilidade, falta de equilíbrio, criativo, ego forte.
Triângulo: força, irracional, pés no chão
8. psique = mente ou alma logos = razão
9. LARGURA DO PESCOÇO: Medida do zigomático, dividido 4 x 3
10. Ver perceber todos os detalhes (ler um livro) e enxergar não se ater aos detalhes (folhear um livro)
11. Medidor REI, Aramagens dos 7 formatos de rosto, Régua Albaneja, varões, Proporção Aureá corporal. (só 3)
12. Livre
13. Avaliar
14. Visagista coagging de Imagem – Ferramentas que proporcionam ao Profissional executar as práticas das análises
15. Pensar, sentir e fazer
16. Descrever com gestos, a voz, caminhada as características do verão.
17. Sociodrama – Avaliar
18. Concâco, Convexo e reto
19. Ombro e quadril equilibrado
20. Avaliar
21. Visualização – Explicar
22. Refleti nossos hábitos, forma de pensar, comportamento ligado aos 3 centros: Mental –pensamento/emocional – sentimentalismo/ Instintivo – ação
23. Técnica de Comunicação x dialogo.que faz o ouvinte interpretar e compreender a mensagem que recebe ex “ quando crescer quero ser como você”
24. Quando encontramos a 1ª vez uma pessoa: 55% da 1ª impressão esta relacionado com a **aparência e a linguagem corporal**
38% relacionado ao **tom e a entonação da voz** e 7% no que a pessoa **fala e no conteúdo**
25. Segurança, racionalidade, pessoa presa a suas raízes
26. Avaliar
27. Avaliar
28. Ampulheta/triângulo/retângulo/triângulo Invertido/oval
29. O lado sensual a linha do cílios inferior é mais alta, faz um movimento ovalado e quanto o racional é a linha e o lacrimal é mais baixo e reto.
30. Sociodrama

CARTA CORINGA

1. O cabelo é a _____ do _____.
2. Complete a frase: Para avançar em meus propósitos tenho que ter _____
3. Complete: A aparência real sofre de um processo
4. Quem deu criou o nome Visagismo?
5. Qual o nome da desta disciplina do MBA?
6. O ideal de beleza foi construído em que fase da história?
7. Os olhos, o nariz e a boca são chamados de _____
8. Qual a palavra de comando do Estilo Romântico Feminino?
9. Qual a origem e significado da palavra Visage?
10. A Silhueta triângulo invertido tem mais quadril que ombro. Certo ou errado?
11. Defina em uma palavra o que é temperamento?
12. Como se define os dois lados das estruturas dos olhos, usado por exemplo em momento fotografar.
13. Qual a mensagem do estilo clássico?
14. Segundo o padrão da figura humana com quantas cabeças se compõe a figura feminina.
15. Em qual disciplina trabalhamos a roda da vida?

RESPOSTA DO CORINGA:

1. Moldura do rosto
2. Prioridade
3. Decadencial
4. Fernad Aubry
5. Visagista Coaching de Imagem
6. Filosofia
7. Triangulo da Vida ou Receptores
8. Feminilidade
9. Rosto em francês
10. Errado
11. Temperância / tempero
12. Sensual e racional
13. Discricção ou impecável
14. 7
15. Gestão de Carreira

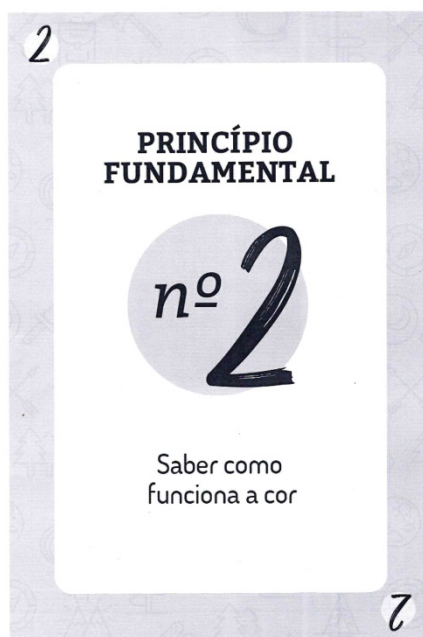
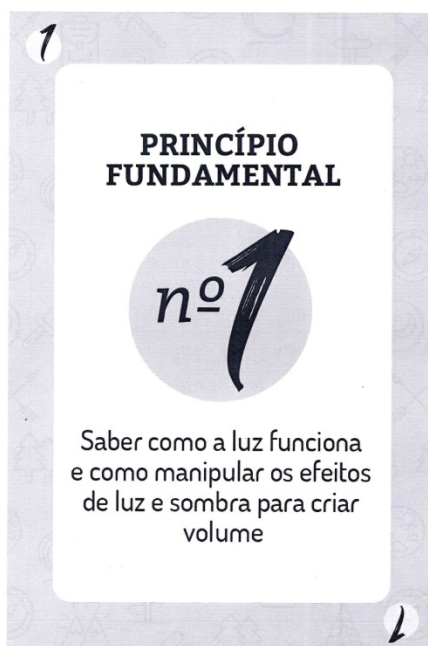
ESCOTEIRO VISAGISTA GAME HUMANIZADO

Perguntas:

1. Segundo o padrão da figura humana com quantas cabeças se compõe a figura masculina.
2. Cite 2 áreas que examinamos no exercício da Roda da Vida.
3. Cite os 4 temperamentos.
4. Qual o nome da representação das 2 naturezas opostos, segundo a leitura quimérica?
5. Como se calcula a largura ideal do pescoço?
6. Defina com uma palavra - o que é imagem?
7. Cite 2 características do Cérebro Mental?
8. Qual a palavra de comando do estilo criativo masculino?
9. Qual a característica é transmitida pelo Triângulo da Vida?
10. Quais são os 7 formatos de rosto primários?
11. Quais são os chamados "Estilos Universais"?
12. Quais as características das formas quadradas?
13. Complete a frase: o formato de rosto nos mostra o grau de sua sociabilidade e de sua _____.
14. Qual o pensamento de Platão sobre a beleza?
15. Quanto a análise a altura do pescoço pode ser?
16. Na estrutura corporal onde o volume do cabelo interfere?
17. Cite os 3 tipos físicos corporais?
18. Quais são os 3 terços da dilatação da face que traduzem as características da personalidade de um indivíduo?
19. Dividindo o rosto em uma linha vertical central o que temos como partes?
20. Qual a característica da testa larga?
21. Qual a mensagem do estilo clássico feminino?
22. Complete: A todo momento estamos agindo e interagindo com o que nos rodeia através da nossa _____.
23. Quanto a análise o perfil do rosto pode ser?
24. Qual a primeira ferramenta do visagismo estudada em aula?
25. Como chama a consultoria que estuda o rosto?
26. Cite apenas 2 das 5 peças do rosto?
27. Energia e capacidade são necessidades humanas que estão ligadas ao rosto ao rosto interno (estrutura óssea) ou externo?
28. Na herança herdada nas estruturas direita representam qual lado da árvore materna ou
29. Cite uma das mensagens do estilo sexy?
30. Cite 2 áreas que examinamos no exercício da Roda da Vida.

Respostas das perguntas:

1. 8 cabeças
2. Profissional/Pessoal/relacionamentos/qualidade de vida
3. Fleumático/Colérico/Melancólico/Sanguíneo
4. Yin e Yang
5. Medida do zigomático dividido por 4 multiplicado por 3
6. Comunicação
7. Pensar, abstrair e objetivar: Capacidade de argumentação/Agilidade mental/autocontrole/prudência/fluência verbal/questionamento
8. Originalidade
9. Potencial de comunicação – Introvertido ou Extrovertido
10. Feminilidade
11. Clássico, elegante, moderno, sexy, romântico, criativo
12. Força, segurança, estabilidade (lógico)
13. Personalidade
14. “Bonito é o que agrada aos meus olhos”
15. Curto/ longo/ ou proporcional
16. Na silhueta
17. Modelada/esquelética/muscular
18. Racional/Emocional/intuitivo
19. Hemiface esquerda e direita
20. Imaginação
21. Descrição
22. Percepção
23. Concavo/convexo e reto
24. Visualização
25. Consultoria Visagista Facial Parcial
26. Formato do rosto/estrutura óssea/Sentidos/tonicidade/3 divisões trinitárias
27. Interno
28. Mãe
29. Exibicionista/Sedutor/gosta de chamar atenção ou ser desejado
30. Qualidade de vida/Pessoal/Profissional/ relacionamentos



3

PRINCÍPIO FUNDAMENTAL

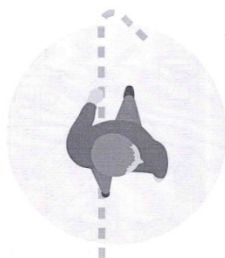


Saber como funciona
a perspectiva tonal e como
trabalhar esse conceito
nos planos do rosto
e da cabeça

8

25

FORMA DE CAMINHAR



OLHANDO PARA TRÁS

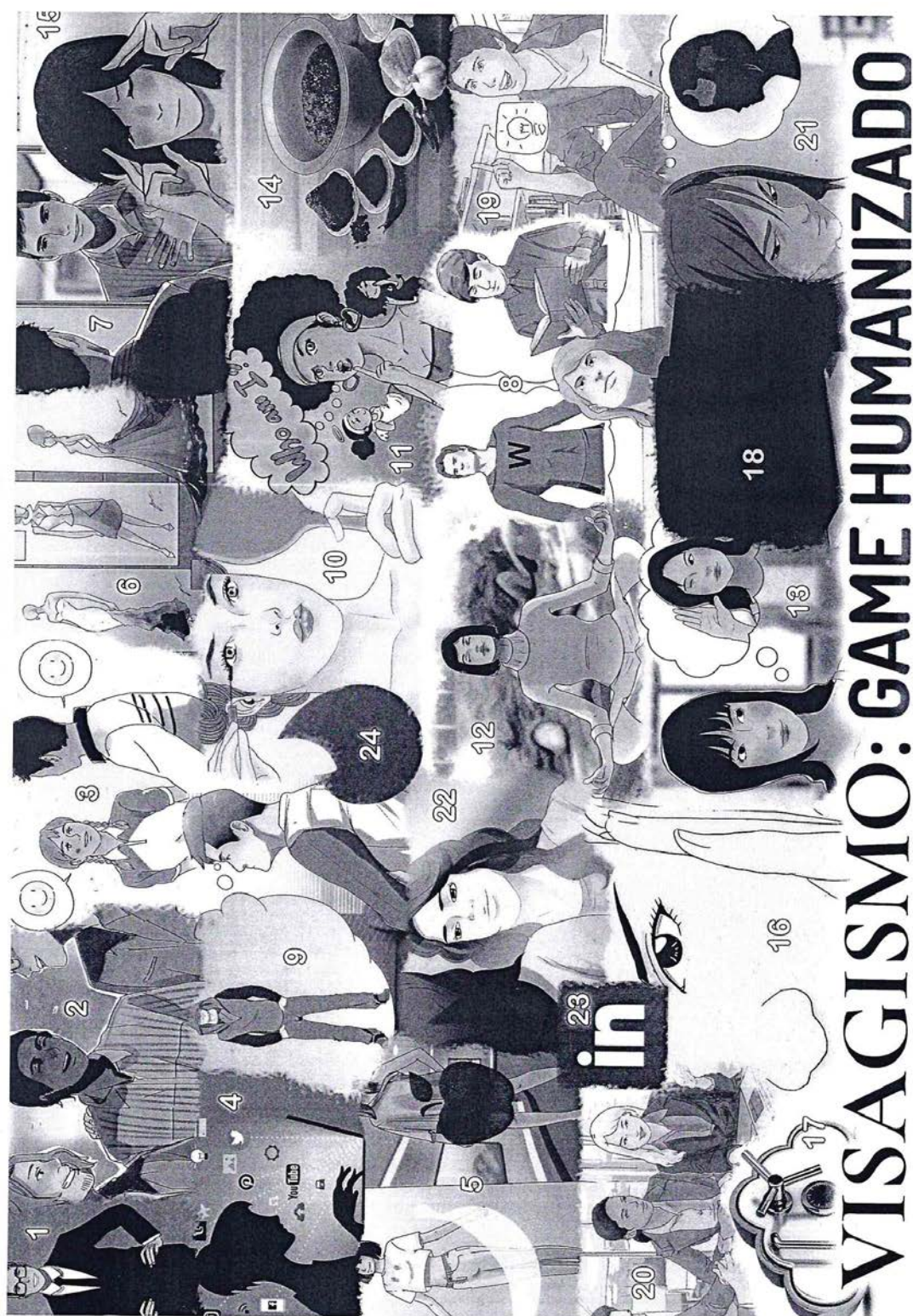
(cabeça vira antes do corpo)

- Quer saber aonde vai, inquieta;
- Não tem segurança, desconfia das outras pessoas



25

APÊNDICE T: Game Visagismo Humanizado – Quebra-Cabeça



VISAGISMO: GAME HUMANIZADO

O Visagismo é uma ciência que aborda inúmeros conceitos, significados e facetas da personalidade humana. Veja alguns dos significados mais importantes: Encontre no tabuleiro a imagem que corresponde a cada descrição.

1. **PROFISSIONAL** - TRABALHO
2. **SOCIAL** - LAZER
3. **PESSOAL** - PRESENCIAL
4. **DIGITAL** - MIDIÁTICO
5. **TENDÊNCIA** - CRIAÇÃO
6. **MODA** - CRIATURA
7. **INTERNO** - SOU
8. **EXTERNO** - PAREÇO SER
9. **APARÊNCIA** - OSSOS
10. **IMAGEM** - PELE
11. **CARÁTER** - REAL
12. **HARMONIA** - EQUILÍBRIO
13. **PERSONA** - EU
14. **TEMPERO** - COISA
15. **COGNITIVO** - PROFUNDO
16. **MENTE** - SUPERFICIAL
17. **SAVE** - ARMAZENAR
18. **DESKTOP** - SUPERFICIAL
19. **RECURSO** - INTELIGÊNCIA
20. **SERVIÇO** - MECÂNICO
21. **RACIONAL** - SERIEDADE
22. **SENSUAL** - DELICADEZA
23. **LINKEDIN** - BUSINESS
24. **TINDER** - CONQUISTA