

Tecnologia em estética e cosmética: percepções e expectativas dos discentes do curso de graduação

Technology training in aesthetics and cosmetics: perceptions and expectations of undergraduate students

Tecnología en estética y cosmética: percepciones y expectativas de los estudiantes del curso de graduación

Leise Ribeiro de Castro Salvador¹, Maísa da Silva²

RESUMO

Objetivo: Identificar a percepção e expectativas de alunos de graduação do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética. **Metodologia:** Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa e a coleta de dados se deu por meio de um questionário formulado pela própria pesquisadora. Os dados coletados foram analisados, descritos e explorados. **Resultados:** Evidenciou-se que 100% dos entrevistados são do sexo feminino e prevalece a idade entre 18 a 25 anos com 63%. Quanto aos resultados identificados pelo questionário foi possível identificar que 67% assumem 'vocação' como o fator que desencadeou a escolha do curso, 60% afirmam não obter influência de família e amigos, 67% obteve influência da mídia, pelo crescimento da indústria cosmética e pela atual ocupação no mercado, 80% está satisfeito com a posição que poderá obter no mercado, 90% acredita no alcance da expectativa financeira. **Conclusão:** As percepções adquiridas pelos discentes do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética são claras e sucintas, e possuem expectativas positivas e relevantes diante o mercado de trabalho.

Palavras-chave: Estética; Cosmética; Tecnologia.

ABSTRACT

Objective: Identify the perception and expectations of undergraduate students of the Aesthetic and Cosmetic Technology course. **Methodology:** This is a qualitative approach and the data collection was done through a questionnaire formulated by the researcher herself. The collected data were analyzed, described and. **Results:** It was evidenced that 100% of the interviewees are female and prevails the age between 18 to 25 years with 63%. As to the results identified by the questionnaire, it was possible to identify that 67% assumed 'vocation' as the factor that triggered the choice of the course, 60% said they did not get influence from family and friends, 67% of the cosmetics industry and the current occupation in the market, 80% is satisfied with the market position, 90% believe in the achievement of the financial expectation. **Conclusion:** The perceptions acquired by the students of the course of Technology in Aesthetics and Cosmetics are clear and succinct, and have positive and relevant expectations regarding the labor market.

Keywords: Aesthetics; Cosmetics; Technology.

¹ Acadêmica de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Itajubá (FEPI).

² Tecnóloga em Cosmetologia e Estética (UNINCOR); Pós-graduada em Estética e Saúde (UNIS); Docente no Centro Universitário de Itajubá (FEPI).

DOI: 10.25248/REAS163_2018

Recebido em: 11/2017

Aceito em: 12/2017

Publicado em: 1/2018

RESUMEN

Objetivo: Identificar la percepción y expectativas de alumnos de graduación del curso de Tecnología en Estética y Cosmética. **Metodología:** Se trata de un estudio de abordaje cualitativa y la recolección de datos se dio por medio de un cuestionario formulado por la propia investigadora. Los datos recolectados fueron analizados, descritos y explorados. **Resultados:** Se evidenció que el 100% de los entrevistados son del sexo femenino y prevalece la edad entre 18 a 25 años con 63%. En cuanto a los resultados identificados por el cuestionario fue posible identificar que el 67% asume 'vocación' como el factor que desencadenó la elección del curso, el 60% afirma no obtener influencia de familia y amigos, el 67% obtuvo influencia de los medios, por el crecimiento de la industria cosmética y de la actual ocupación en el mercado, el 80% está satisfecho con la posición que podrá obtener en el mercado, el 90% cree en el logro de la expectativa financiera. **Conclusión:** Las percepciones adquiridas por los estudiantes del curso de Tecnología en Estética y Cosmética son claras y sucintas, y poseen expectativas positivas y relevantes frente al mercado de trabajo.

Palabras clave: Estética; Cosmética; Tecnología.

INTRODUÇÃO

Para a tomada de decisão na carreira, se obtém anteriormente uma maturidade na escolha profissional, que se implica em fatores psicológicos, familiares, educacionais, sociais, econômicos e políticos (ALVES; SILVA, 2008).

Escolher o que se quer para o futuro profissional implicará em possibilitar ou não expectativas para definição de estilo de vida obtidos e nelas estão carregados afetos, esperanças, medos e inseguranças, pois existe uma ideia de felicidade devido à escolha da profissão. A vida profissional é recheada de escolhas, desde especialização, mestrado, local de trabalho e vínculo empregatício. Para a escolha correta da carreira profissional, o objetivo primordial é ter consciência do que determina cada um, e a partir dessa consciência escolher (SOARES, 2002).

A escolha profissional não ocorre imediatamente, ela inicia antes mesmo da matrícula em uma faculdade e se estende ao longo do curso. Ela está relacionada ao processo de desenvolvimento da identidade pessoal de cada ser humano, seja ele como traços de personalidade, habilidades, interesses, maturidade, entre outros fatores, na qual também envolvem traços familiares (RUDÁ, 2016).

Fatores como estatísticas veiculadas na mídia sobre o desemprego e o tempo de permanência na universidade, aumento do número de cursos superiores fazem parte do tempo histórico em que os formandos estão vivenciando e indicam riscos ao se pensar no futuro profissional. Então, ao se ingressar na universidade, possibilidades e condições estão relacionadas à escolha inicial, o que limita e direciona decisões para a carreira profissional (DIAS; SOARES, 2012).

As demandas profissionais dos estudantes abrangem as expectativas à futura profissão e a conciliação com a atividade laboral atualmente exercida, o que evidencia a postura ativa de cada um diante de três categorias: Mercado, demanda de trabalho e valorização. Essas categorias levam a pensar sobre as dimensões imbuídas no papel da Educação Superior (SANTOS, et al, 2017).

A expressão mercado de trabalho traz significados como estar preparado, construir conceitos e ter experiência, revela também uma ideologia que ameaça o cumprimento do futuro. O medo do mercado é inevitável para estudantes que se preparam para o futuro profissional e se configura na necessidade de serem produtivos, tanto para si mesmo quanto para a sociedade. Devido a essa preocupação, estudantes buscam novas formas de se adaptar e estar à frente se diferenciando dos demais para obter um resultado positivo para si mesmo na futura carreira profissional (DIAS; SOARES, 2012).

A busca profissional abriga a imagem social da pessoa desde a realização de desejos e projetos de vida. As profissões que envolvem saúde, na educação superior, relatam uma busca de reconhecimento social, autonomia e emancipação de práticas (OJEDA, et al, 2009).

Para Ribeiro, et al (2013) como uma maneira de ingressar na carreira profissional, as pessoas buscam conhecimento e prática quanto à beleza e autoimagem, e se direcionam em seguir novas tendências englobadas pelo mundo, objetivando prazer pela profissão, como também posição financeira. Tem como foco para os profissionais da estética sentir-se bem consigo mesma.

A área de atuação em estética e cosmética cresce pela alta procura por novas fontes de embelezamento, devido à constante evolução da indústria. Os aspectos que mantêm esse crescimento englobam a participação da mulher no mercado de trabalho e os lançamentos de produtos, com preocupações tanto pela qualidade de vida quanto pela jovialidade das pessoas, atraindo pessoas de todas as camadas sociais, pois os produtos e procedimentos variam de preço e atendem todas as finalidades (ALMA; COSTA, 2011).

Com o passar dos anos, o surgimento de meios de comunicação se tornou o principal aliado para o crescimento da área, transformando em uma fonte de marketing profissional, chamando a atenção de novos clientes e também de profissionais para novas perspectivas, pois a publicidade traz mudanças nos comportamentos e hábitos das pessoas no que diz respeito ao cuidado do corpo, higiene, saúde e beleza (ROS, 2016).

Ainda para Ros, (2016) a mídia estimula o consumo de produtos e serviços por estar entre a sociedade e a indústria, o que caracteriza que a beleza é aliada do sucesso, na qual gera um crescimento acelerado na área da beleza.

A procura por serviços estéticos e cosméticos, como dito anteriormente, cresce consideravelmente, tendo em vista que a demanda por profissionais nessa área acompanha o ritmo de crescimento, fato que estimula a criação do curso superior de Tecnologia em Estética e Cosmética, reconhecido pelo governo e sociedade (WANDERLEY, et al, 2015).

O curso superior de tecnologia em estética prepara o profissional, na qual possibilita uma formação ampla, desempenhando habilidades e conhecimentos técnico-científicos, com capacidade intelectual, reflexiva e crítica, e atuando, primordialmente, na área da saúde preventiva. Sendo a arte de cuidar do outro, necessita-se que o profissional seja capaz de articular conhecimentos adquiridos com a prática e o saber-ser (CARVALHO, 2006).

O presente estudo busca conhecer por meio da visão de acadêmicos do curso de graduação em tecnologia em estética e cosmética o quanto estão satisfeitos com o curso escolhido e, conseqüentemente, o quanto contribuiu para seu aprendizado em relação ao mercado de trabalho.

Assim, se espera, com o presente estudo, identificar a visão dos graduandos do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética quanto às inquietações elaboradas, e visa contribuir com uma análise feita sobre a opção do curso de graduação, visto que possibilita uma abordagem relevante sobre as percepções e expectativas dos mesmos.

METODOLOGIA

Tipo de estudo e público estudado

Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa, com objetivos de classificação descritiva e exploratória. que contou com a participação de 30 acadêmicas do 5º e 6º período do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Itajubá (FEPI).

A amostra foi feita por contato verbal da própria pesquisadora, através de um questionário, na qual as entrevistadas são todas do sexo feminino com idade entre 18 a 50 anos.

Os critérios de inclusão para o presente estudo foram: 1) Ser acadêmica de Tecnologia em Estética e Cosmética e estar cursando o 4º ou 6º período de graduação no ano de 2017; e, 2) Aceitar participar da pesquisa mediante à assinatura de um termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).

Os critérios de exclusão são: 1) *Não ser acadêmico de Tecnologia em Estética e Cosmética e não estar cursando o 4º ou 6º período de graduação no ano de 2017; e, 2) Não aceitar participar da pesquisa, e não assinar o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).*

Procedimentos e instrumentos para a coleta de dados

A coleta de dados do presente estudo foi realizada pela própria pesquisadora após a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da FEPI, por meio de um questionário contendo dez perguntas, sendo a primeira: “Qual fator desencadeou a escolha do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética?”, na qual foram respondidas com “vocação”, “curiosidade”, “valor da mensalidade” ou “outro”. As outras nove perguntas foram respondidas com “sim” ou “não”.

A coleta de dados é um procedimento simples, emitindo mensagem oral, visual ou por meio de grupo de sujeitos registrando o seu comportamento (GIL, 2010).

O questionário é um dos métodos mais utilizados para uma pesquisa qualitativa, em que consiste numa lista de questões formuladas pelo próprio pesquisador, e existem inúmeras vantagens como sendo um método rápido, de baixo custo, atinge uma grande população dispersa, as distorções são menores e, até mesmo, permite a obtenção de dados superficiais (BAPTISTA, CUNHA, 2007).

A entrevista se deu em uma sala reservada nas dependências do local de estudo, na qual foi entregue o questionário, usado como instrumento para a coleta de dados, para assinalarem as respostas individuais de acordo com as respectivas perguntas fornecidas pela pesquisadora.

O questionário se deve para registro das características pessoais do participante, como idade e sexo. O intuito desse questionário é de identificar a participação do aluno quanto ao curso de Tecnologia em Estética e Cosmética e obter resultados relevantes sobre a escolha do curso de graduação, assim como suas perspectivas diante a formação.

Análise dos dados

Os dados referentes às características pessoais foram analisados por meio do programa Excel 2016, assim como também os dados coletados pelo questionário. As respostas obtidas, então, foram analisadas, descritas e exploradas por meio de revisão bibliográfica, para argumentar e complementar o estudo.

Ética da pesquisa

O presente estudo obedeceu aos preceitos éticos da resolução nº 466/12, de 12/12/2012; do Ministério da Saúde. Sendo assim, o presente estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa do Centro Universitário de Itajubá – FEPI, com número de parecer consubstanciado nº 2.347.674.

Foram respeitados os aspectos éticos relacionados a autonomia do entrevistado de aceitar ou não a participação no estudo e a privacidade, assegurando-lhe o anonimato e o sigilo das informações obtidas.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi informado e esclarecido ao participante e, posteriormente, solicitado a sua assinatura.

RESULTADOS

Características dos participantes do estudo

Através dos instrumentos utilizados com o intuito de obter a característica pessoal dos discentes participantes deste estudo, se evidenciou que 100% das pessoas entrevistadas (n=30) são do gênero feminino, sendo que 63% possuem idade entre 18 à 25 anos, 17% entre 26 à 30 anos, 13% entre 31 à 40 anos e 7% entre 41 à 50 anos.

Análise do questionário

Pergunta 1 - Qual fator desencadeou a escolha do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética?

De acordo com os resultados obtidos, evidenciou-se que 67% dos entrevistados, no qual é constituído pela maioria, disseram que o fator 'vocação' foi o que desencadeou a escolha do curso de graduação. Dos restantes, 10% assume que a escolha derivou-se da curiosidade obtida para realizar o curso e, por fim, 23% revelam que, na verdade, o fator foi outro não citado na pesquisa. É relevante observar que nenhum dos entrevistados assumiu como fator 'valor da mensalidade' a escolha pelo curso.

A escolha vocacional está presente nas pessoas acompanhando ao longo de todo seu desenvolvimento. Ela implica em escolher um objetivo, "pressupondo uma decisão e a ponderação de várias alternativas, tendo em conta a consideração das possibilidades de sucesso em cada uma delas" (SOARES, et al, 2015).

Pergunta 2 - Sua família/amigo o (a) influenciou na escolha do curso?

Evidenciou-se que a maioria dos entrevistados, somando 60%, não obteve qualquer tipo de influência familiar ou de amigos. Porém, é notório dizer que uma parte significativa da amostragem ainda é condizente com as influências obtidas pelos familiares ou próximos dos discentes que optaram pela escolha do curso de graduação.

Atualmente, os estudantes não estão levando em consideração as influências familiares, seu principal objetivo é buscar a profissão que mais se identificam, buscando satisfação profissional (RIBEIRO, et al, 2013).

Porém, a família é um aspecto importante que pode ajudar ou até mesmo dificultar a escolha profissional do jovem, pois este cresce com uma carga de expectativas que reflete seu desenvolvimento profissional, fazendo com que a escolha suceda dos valores familiares. É notório dizer que é na família que boa parte dos jovens encontra suporte para suas realizações pessoais e profissionais (ALMEIDA, PINHO, 2008).

Já a influência dos amigos aumenta da infância para a adolescência, pois compartilham novas experiências. Entretanto, ainda não é comprovada a influência que exercem diante a escolha profissional, "os amigos participariam de forma mais 'horizontal', por meio de discussões, troca de informações e mesmo apoio" (PEREIRA, GARCIA, 2007).

Pergunta 3 - A influência da mídia e o grande crescimento da indústria cosmética colaboraram para a escolha do curso?

Observa-se que a mídia é uma forte influenciadora quanto a escolha do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética. A amostra revela que 67% dos entrevistados são influenciados pela mídia e pelo rápido crescimento da indústria da beleza.

Para Hjarvard (2012), "a sociedade é permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais", e a mídia se torna uma importante influenciadora nas atividades de diversas instituições, como família, política, dentre outros.

A importância do papel da mídia diante a beleza é evidente, no qual transmite informações percebidas pela comunidade, pois "buscam vender sonhos, projetos de ascensão social, padrões de felicidade e de beleza, utilizando artifícios sonoros e visuais" (BARROS, OLIVEIRA, 2017).

Pergunta 4 - A sua atual ocupação influenciou na escolha do Curso?

Muitas das discentes envolvidas na amostragem já possuem uma atual ocupação da área estética e cosmética no mercado. Observou-se que 67% dos entrevistados foram influenciados pela atual ocupação exercida, ou seja, a maioria já está envolvida com a área da beleza, tornando uma forte influência na escolha do curso para uma melhor posição futura no mercado de trabalho.

Pergunta 5 - *Você acredita que poderá aplicar os conhecimentos adquiridos durante o curso na sua prática profissional?*

Obteve-se um resultado de que 100% dos entrevistados acreditam que poderão aplicar todos os conhecimentos adquiridos durante o curso na futura prática profissional.

O curso de Estética e Cosmética está inserido no Centro Universitário de Itajubá – FEPI, e visa proporcionar a habilitação na área da estética, saúde e bem estar, e tem como premissa preparar profissionais para atuarem com diferenciais competitivos no mercado de trabalho, tornando-os capaz de gerir seus próprios negócios de serviços (FEPI, 2017).

Pergunta 6 - *Com a formação que se propôs, você está satisfeito com a posição que poderá obter no mercado de trabalho?* **Pergunta 7** - *Você acredita que a profissão escolhida alcançará a sua expectativa financeira?*

As expectativas satisfatórias dos discentes diante a posição no mercado de trabalho são positivas, abrangendo 80% dos entrevistados. Os 20% restantes não estão satisfeitos com a posição que poderão obter.

Evidenciou-se que 90% dos entrevistados acreditam que alcançarão expectativa financeira com a profissão escolhida e os 10% restantes não acreditam nessa hipótese.

Assim como evidenciado na *Pergunta 4*, o profissional poderá colocar todos os conhecimentos adquiridos durante o curso em prática, obtendo também retorno financeiro e a maioria dos entrevistados acreditam que será satisfatório.

Pergunta 8 - *Você acredita na oportunidade de crescimento na profissão escolhida?* **Pergunta 9** - *Você acredita que a regularização do profissional de estética resultará em uma maior procura pelo curso?* **Pergunta 10** - *Pretende fazer outros cursos de especialização na área?*

Todos os entrevistados revelaram que acreditam na oportunidade de crescimento da área e que a regularização do profissional de estética resultará em uma procura maior pelo curso de graduação. Assim como todos os revelaram que pretendem fazer uma especialização na área.

CONCLUSÃO

Por meio deste presente estudo, se evidenciou os seguintes resultados: 100% dos entrevistados são do sexo feminino e prevalece a idade entre 18 a 25 anos com 63 %. Dos entrevistados ainda encontra-se que 67% assumem 'vocação' como o fator que desencadeou a escolha do curso, 60% afirmam não obter influência de família e amigos, 67% obteve influência da mídia, pelo crescimento da indústria cosmética e pela atual ocupação no mercado, 80% está satisfeito com a posição que poderá obter no mercado, 90% acredita no alcance da expectativa financeira e 100% acredita que poderá aplicar os conhecimentos adquiridos durante o curso na vida profissional, nas oportunidades de crescimento e na maior procura pelo curso.

Apesar de ocorrerem várias influências para a escolha do curso de graduação, vários são os fatores para a tomada de decisão, sejam elas por vocação ou não. Ao longo do curso, descobre-se na prática o que se deseja realizar no futuro, como uma pós-graduação na área, no qual é percebido que 100% dos entrevistados pretendem fazer.

Acredita-se que o mundo da beleza não irá parar de crescer, pois novas tecnologias surgem e chamam a atenção de vários indivíduos, seja para serem clientes, como também de profissionais.

As percepções adquiridas pelos discentes do curso de Tecnologia em Estética e Cosmética são claras e sucintas, e possuem expectativas positivas e relevantes diante o mercado de trabalho, pois este cresce aceleradamente e chama a atenção de novos profissionais que querem satisfação financeira, pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS

1. ALMA JM, COSTA MLRB. O mundo mediático no mundo da beleza: Como as esteticistas adquirem os seus produtos cosméticos. *Rumores – Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias*, 2011; 5(2): 166-187.
2. ALMEIDA AJ *et al.* Implantar ou não implantar curso superior de tecnologia: um caso para ensino. *Gestão Contemporânea*, 2012; 9(11): 147-167.
3. ALMEIDA MEG, PINHO LV. Adolescência, família e escolhas: implicações na orientação profissional. *Psic. Clin.*, 2008; 20(2):173-184.
4. ALVES DPB, SILVA LL M. Maturidade ou imaturidade na escolha da carreira; uma abordagem psicodinâmica. *Aval.psicol.*, 2008; 7(1).
5. ARAÚJO AB. Educação tecnológica para a indústria brasileira. *Rev. Brasileira de educação profissional e tecnológica*, 2008; 1(1): 69-82.
6. BAPTISTA SG, CUNHA MB. Estudo de usuários: Visão global dos métodos de coletas de dados. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 2007; 12(2): 168-184.
7. BARROS MD, OLIVEIRA RPA. A influência da mídia e da cultura sobre o conceito da beleza. *Anais da Conferência Brasileira de Folkcomunicação - Folkcom*, [S.l.], 2017, 18: 1-12.
8. BRASIL. Ministério da Educação. *Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia*. 3 ed. Brasília, 2016; 194p.
9. CARVALHO CRF. *Estudo do perfil profissional e da formação acadêmica do tecnólogo em estética: Estudo de caso*. Dissertação (Mestrado em Ensino de Biociência e Saúde) – Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2006; 13p.
10. Centro Universitário de Itajubá. FEPI. *Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética*. Disponível em: <<http://fepi.br/cursos/curso/Superior-de-Tecnologia-em-Estetica-e-Cosmetica/69>>. Acesso em: 24 set. 2017.
11. Centro Universitário de Itajubá. FEPI. *História*. Disponível em: <<http://www.fepi.br/site/historia>>. Acesso em: 8 out. 2017.
12. CONTRI MB *et al.* Satisfação dos graduandos da UNIJUÍ. *Salão do Conhecimento*, 2015; 1(1): 1-6.
13. DIAS MSL, SOARES DHP. A escolha profissional no direcionamento da carreira dos universitários. *Psicologia: Ciência e profissão*, 2012; 32(2): 272-283.
14. FAVRETTO J, MORETTO CF. Os cursos superiores de tecnologia no contexto de expansão da educação superior no Brasil: a retomada da ênfase na educação profissional. *Rev. Educação e Sociedade*, 2013; 34(123): 407-424.
15. FERREIRA FR. Corpo feminino e beleza no século XX. *Rev. ALCEU*, 2010; 11(21): 186-201.
16. FREITAS NO, SOUZA JC, ARAÚJO EC. As representações sociais. *Rev enferm UFPE online*, 2015; 9(7).
17. GIL AC. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5 ed, São Paulo: Atlas, 2010.
18. HANSEN D *et al.* Qualificação profissional das acadêmicas do curso de estética e cosmética através de ações voltadas à comunidade. *Rev. de Extensão da Universidade de Cruz Alta*, 2015; 7(1): 123-136.
19. HJARVARD S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Rev. Matrizes*, 2012; 5(2): 53-91.
20. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades. *Minas Gerais, Itajubá*. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/itajuba/panorama>>. Acesso em: 8 out. 2017.
21. LIRA LBO. *Estética e imagem pessoal: O uso das tecnologias da informação e da comunicação no curso de formação do tecnólogo na modalidade à distância*. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2015.
22. MACHADO LRS. O profissional tecnólogo e sua formação. *Revista da RET - Rede de Estudos do Trabalho*, 2008; 2(3): 20.
23. MARTINS BV, OLIVEIRA SR. Qualificação profissional, mercado de trabalho e mobilidade social: cursos superiores de tecnologia. *Rev. Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 2017; 12(2): 21-45.
24. MINAS GERAIS. *Prefeitura Municipal de Itajubá*. Disponível em: <<http://www.itajuba.mg.gov.br/>>. Acesso em: 8 out. 2017.
25. OJEDA BS *et al.* Acadêmicos de enfermagem, nutrição e fisioterapia: a escolha profissional. *Rev. Latino-am Enfermagem*, 2007; 17(3): 396-402.
26. PEREIRA FN, GARCIA A. Amizade e escolha profissional: influência ou cooperação?. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 2007; 8(1): 71-86.
27. PINTO BV, EMILIANO S. *Estética e imagem pessoal: A importância do trabalho do profissional em estética no mundo contemporâneo*. Dissertação (curso de Tecnologia em Estética e Imagem Pessoal) - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2017.
28. REIS SLA, BELLINI M. Representações sociais: Teoria, procedimentos metodológicos e educação ambiental, *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, 2011; 33(2): 149-159.
29. RIBEIRO LCV *et al.* Análise sobre a opção de curso de graduação em Tecnologia em Cosmetologia e Estética pelas discentes da Unincor. *Rev. da Universidade Vale do Rio Verde*, 2013; 11(1): 277-288.
30. ROS AR. *O crescimento da indústria de cosméticos no Brasil no século XXI..* Dissertação (Bacharel em Economia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016; 55p.
31. RUDÁ C. Educação superior e escolha profissional no Brasil. *Rev. Psicologia, Diversidade e Saúde*, 2016; 5(1): 74-85.
32. SANTOS BS *et al.* Educação superior: processos motivacionais estudantis para a evasão e a permanência. *Rev. Brasileira de Política e Administração da Educação*, 2017; 33(1): 73-94.
33. SANTOS MFS, ALMEIDA LM. *Diálogos com a Teoria das Representações Sociais*. Recife: Editora Universitária UFPE, 2005.
34. SOARES DHP. *A escolha profissional: Do jovem ao adulto*. São Paulo: Summus, 2002.
35. SOARES SM *et al.* Escolha vocacional em adolescentes: Contributos para um programa de competências sócio-emocionais. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, 2015; Extr.(3): 01-05.
36. TAKAHASHI ARW, AMORIM WAC. Reformulação e expansão dos cursos superiores de tecnologia no Brasil: as dificuldades da retomada da educação profissional. *aval. pol. públ. Educ.*, 2008; 16(59): 207-228.
37. VALDAMERI GA. *A formação profissional tecnológica em cosmetologia e estética: Limites e possibilidades do projeto pedagógico*. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2010; 116p.
38. WANDERLEY FS *et al.* Perfil profissional dos egressos do curso superior de tecnologia em estética e cosmética. *J. Health Sci. Inst*, 2015; 33(4): 299-302.
39. WICHINESKI MSC, SOUZA AW. *O tecnólogo em estética e sua participação na promoção de saúde e qualidade de vida*. Dissertação (curso de Tecnologia em Estética e Imagem Pessoal), Universidade Tuiuti do Paraná, 2011; 11p.