



**FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI – PROGRAMA DE PÓS
GRADUAÇÃO MBA – BUSINESS & INTUITION**

ILDO CORSO

**DESENVOLVIMENTO E EVOLUÇÃO DO LÍDER, PARA
MELHORAR E APRIMORAR A EMPRESA:**

Aprendizado prático do MBA e Identidade Empresarial

Recanto Maestro, RESTINGA SÊCA - RS

2023

DESENVOLVIMENTO E EVOLUÇÃO DO LÍDER, PARA MELHORAR E APRIMORAR A EMPRESA: Aprendizado prático do MBA e Identidade Empresarial

ILDO CORSO

Trabalho de conclusão de curso do MBA Business & Intuition, Faculdade Antônio Meneghetti-AMF.

Orientadora: Prof^a. Patrícia Wazlavick.

RESUMO

Este artigo apresenta uma coletânea de fatos e relatos, inspirados na literatura da cultura ontopsicológica e estudos realizados no MBA da Faculdade Antônio Meneghetti. As peças foram desenvolvidas com apontamentos do autor. Neste artigo, apresenta-se um conjunto de estudos desenvolvidos e no processo de autoconhecimento que foi fundamental para o autor realizar este trabalho. A busca do próprio “*core business*” e a prática vivenciada e pelos fatos evidenciados, e foram fundamentais para que se chegasse ao resultado alcançado. Esta narrativa foi realizada com abordagem qualitativa e usado o método de narrativa autobiográfica. A pesquisa inclui fundamentação teórica sobre os temas: Líder, Liderança, Criatividade, Intuição, o próprio negócio. Inclui ainda uma narrativa autobiográfica em texto e fatos. Como resultado, apresentou fatos e evidências que demonstraram que todos os processos de desenvolvimento dos esboços que originaram tais fatos e evidências, foram comprovados e eficazes.

Palavras-chave: **Líder, Liderança, Core Business e Gestão.**

Variáveis: **Desenvolvimento do Líder, Criatividade e Inovação**

Variável Independente: **Ontopsicologia**

ABSTRACT

This article presents a collection of facts and reports, inspired by the literature of ontopsychological culture and studies conducted in the MBA at Faculdade Antônio Meneghetti. The pieces were developed with the author's notes. This article presents a set of studies developed and in the process of self knowledge that was fundamental for the author to carry out this work. The search of one's own “*core business*” and the practice experienced and evidenced by the facts, and from consulting to ontopsychological authentication were fundamental in achieving the attained results. This narrative was carried out with a qualitative approach and used the autobiographical narrative method. The research includes theoretical foundations on the themes: Leader, Leadership, Creativity, Intuition, and one's own business. It also includes an autobiographical narrative in text and photos. As a result, it presented facts and evidence that demonstrated that all the draft development processes that originated such facts and evidence were proven and effective.

Keywords: **Leader, Leadership, Core Business and Management.**

Variables: **Leader Development, Creativity and Innovation**

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho é resultado de um esforço e persistência do autor desenvolvido como atividade de conclusão do MBA Business & Intuition, realizado na Faculdade Antônio Meneghetti, iniciado no ano de 2021, por meio de uma narrativa vivenciada, visando o “Desenvolvimento e Evolução do Líder”, para melhorar e aprimorar os resultados da empresa.

A intuição, os sonhos e outras evidências, ao longo da história da humanidade, foram utilizados como importante fonte de tomada de decisão. A consultoria ontopsicológica empresarial prevê dois ângulos de exame (MENEGHETTI, 2010, p. 311): o externo: que é a análise da “funcionalidade técnico-prática e instrumental a todos os setores da empresa”, e o interno: que se refere ao “piloto da empresa: o líder que dirige os negócios” (MENEGHETTI, 2010, p.311).

O presente trabalho nasceu do interesse e necessidade do autor estudar os sonhos, visto que, em sua trajetória existencial, sempre lembrava dos sonhos e também pensava que seus conteúdos pudessem revelar algumas informações importantes para melhoria dos processos de tomada de decisão. Contudo, não sabia o que revelavam e o quão importante seriam tais informações.

Sendo para o autor de sua importância pessoal, pois os sonhos, o exercício da liderança e sua trajetória de sucessos, na medida em que seguiu ou não as diretivas e a seriedade das informações obtidas, e o que pode acontecer quando o líder simplesmente as ignora.

Ainda faz-se necessário lembrar que o *core business* é definido por aquela série de produtos, segmentos de clientes e tecnologias com as quais se pode construir a maior vantagem competitiva, que define o negócio principal no qual o empreendedor atua, o que o faz tornar-se líder no segmento, detendo conhecimento e sendo reconhecido.

Um novo ciclo pessoal e profissional marcou as decisões e trajetória do autor deste trabalho com a participação do “MBA Business Intuition”, que evidenciou e aflorou seu estilo de gestão e liderança nos seus empreendimentos e na sua área de atuação de suas empresas do ramo de Tecnologia da Informação (TI), permitindo realizar uma experiência vivencial e de percepção real no espaço do campo semântico das atividades e tomada de decisão de suas empresas. Assim esta pesquisa foi criada fundamentada através de fatos, informações e inspirações durante o período de estudos, os quais contribuíram para a descoberta e evolução do líder (do “EU”) e para a vida do homem (SER).

Portanto, por meio da percepção do líder, várias descobertas e manifestações obtidas pelo campo semântico¹, foram consideradas necessárias para prever as mudanças de cultura e dos processos pelas equipes e pessoas do seu quadro, aliados ao conhecimento da ciência ontopsicológica, da formação em lideranças oferecida pela metodologia FOIL e do processo de autenticação vivenciado pelo autor.

Diante deste cenário surgiu o seguinte problema de pesquisa a ser investigado: “Como podem acontecer as passagens de desenvolvimento e evolução do líder para melhorias e aprimoramento de sua empresa ?”

Para responder esta problemática definiu-se como objetivo geral: Investigar como podem acontecer as passagens de desenvolvimento e evolução do líder para melhorias e aprimoramento de sua empresa. Por consequência pontuou-se como objetivos específicos: a) Discorrer sobre a compreensão de Líder e Liderança, segundo a visão da Ontopsicologia; b) Estudar os conceitos de identidade e core business; c) Estudar os conceitos de Criatividade e Inovação, como propulsores do desenvolvimento e evolução da pessoa do líder e do seu negócio.

Este estudo justifica-se inicialmente pela percepção do líder, autor deste trabalho, em meados de 2021, em sentir a necessidade de ampliar seus conhecimentos em gestão de pessoas e novos aprendizados no campo da avaliação e desempenho de seus colaboradores. O líder que é um dos sócios fundador de uma empresa de TI, nesta busca por qualificação, tomou conhecimento do “MBA-Business & Intuition”, junto a Faculdade Antônio Meneghetti (FAM).

Para atender a proposta, este estudo fez uso do método narrativo autobiográfico em que o sujeito da pesquisa é o líder autor deste trabalho, que atua há 34 anos como empresa fabricante de software de gestão pública. Deste modo, o presente artigo estrutura-se da seguinte forma: após esta introdução apresenta-se a fundamentação teórica que sustenta o estudo, e em seguida o percurso metodológico. Posteriormente são apresentados os resultados e as considerações finais do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico apresenta-se os conceitos que nortearam teoricamente o presente trabalho. O tópico 2.1 aborda conceitos de líder e liderança. Já o tópico 2.2 aborda as questões relacionadas com a Identidade do líder e o core business. E o tópico 2.3 trata da criatividade e inovação, que são tema diretamente relacionados com o mundo profissional e da Tecnologia da Informação (TI), contexto de empreendedorismo e empresarial do autor.

2.1 O Líder e a Liderança

Sabe-se que a fundamentação teórica invoca e sustenta-se pela literatura que estuda a ciência ontopsicológica, e que requer uma compreensão mais aprofundada dos temas: Líder, Liderança, autenticação pessoal, inovação, criatividade, e “core business pessoal”.

Neste artigo tem-se a pretensão de estudar e buscar a compreensão para dar o primeiro passo no sentido de compreender a prática da intuição do autor, em relação com a qual sua vocação mais se identifica, foi preciso submeter-se à várias mudanças do seu modo mental e comportamental, bem como iniciar um processo de autenticação por meio da consultoria ontopsicológica. Segundo Meneghetti (2012), a autenticação se dá quando “eu me ponho igual à ação que sou” (p. 29). Trata-se de “Conformar o Eu lógico-histórico à intencionalidade

do Em Si ôntico, isto é a capacidade de desenvolver-se segundo a própria intrínseca virtualidade. Elementaridade formal de executar o cumprimento da própria posição virtual como indivíduo.”

a) **Conceito de Líder**

Pode-se dizer que o Líder é uma pessoa-vetor, que possui habilidades e capacidades de controlar operações e exercer diversas funções operativas em um grupo que o reconhece.

Segundo A. Meneghetti, (2013, p. 23), diz:

“ o líder alguém que constrói a função, repara-a quando necessário e aperfeiçoa-a, portanto é um artesão, que sabe fazer a relação com vantagem , com ganho. É um vetor proporcional de diversos pontos-força. É uma pessoa que estabelecido um escopo, busca e cria os meios e as pessoas funcionais ao escopo. O líder é posto pela natureza para ser uma função para muitos, é uma necessidade da natureza, e não é uma construção social.”

b) **Vocação Ôntica do Líder**

O Líder é um ativador de valores. Aquilo que faz mais ser, ou qualquer fenomenologia que produz passagem de maior investimento ôntico. No ser mais, qualificam-se todos os outros dotes: a saúde, a beleza, a inteligência. O valor pode ser definido como uma atitude, uma operação, um comportamento, um modo de fazer que produz identidade e evolução do sujeito. Que segundo A. Meneghetti. A Psicologia do Líder (2013), o líder deve fazer um do seu “*em sí ôntico especial por natureza*”, ele que garante e identifica a exatidão ou não da unidade de ação homem em processo histórico, sendo que em alguns casos

Para A. Meneghetti, A Psicologia Empresarial (2020), se reconhece o líder quando ele demonstra possuir a capacidade em cinco pontos. O primeiro é “em âmbito econômico, o líder é aquele que possui a intuição de eficiência para o escopo econômico [...]. A intuição é a capacidade de saber as conexões simples, as relações diretas dos conjuntos para um o escopo” (p. 265). Quando se define o escopo, organiza-se o organograma da realização. O líder não necessita nascer rico, ele constrói sua fortuna. O segundo ponto, conforme o autor, é que “o líder tem a capacidade de relação específica com a identidade dos clientes” (idem, p. 268).

O líder sabe servir os seus clientes, e da melhor maneira que os agrada. O terceiro ponto é a capacidade de ordem funcional e geral: o líder examina todos os setores da sua empresa. O quarto ponto é a “capacidade de examinar as psicodinâmicas dos participantes no próprio business, no primeiro ponto da própria hierarquia de trabalho” (p. 269). É necessário verificar com atenção as informações do campo semântico¹ de todos que estão próximos ao nosso negócio. Deve-se observar as intenções conscientes, mas sobretudo inconscientes, de todos. E, por fim, o quinto ponto é a “capacidade de prever ou de antecipar o movimento de produção e distribuição” (p. 270): o líder sabe como as coisas acontecem em sua empresa e muda-as antes que ocorram as crises.

¹ O campo semântico é uma das descobertas da ciência ontopsicológica. Trata-se da informação que vida usa entre as próprias individualizações, estabelecendo ente elas a comunicação (MENEGETTI, 2010; 2012).

Para Meneghetti (2013, p. 107), A Psicologia do Líder., “o líder é uma causalidade da natureza, não é dado por linha genética. Por nascimento dá-se um potencial, porém, este potencial, se não é ajudado pelo ambiente, não chega a manifestar-se”. Exercer a liderança, ser um líder nato, não é uma questão fácil e nem todos estão dispostos a assumir os riscos. O líder nasce com uma pré-disposição de natureza, porém torna-se líder por sua ambição e empenho, através de uma formação contínua com escolas e mestres no seu segmento. Líder é aquele que conduz um grupo, que alinha todas as questões, pelo propósito de sucesso da empresa.

c) **Características do Líder**

Ao rever as características e aspectos do líder, como um sujeito reconhecidamente dirigente ou de qualquer modo representante de um grupo, de um contexto, de um movimento, daquele econômico social, daquele político, que possui três características fundamentais:

- Superioridade potencial de nascimento, no que se refere ao talento de fazer a coordenar;
- Superioridade de conhecimento e práxis sobre atitudes e profissões particularmente solicitadas pela sociedade local ou múltipla;
- Superioridade de realização devido a decisões intuitivas.

d) **A Ética do Líder**

Falar de ética é um tema relativamente complexo, principalmente quando estuda-se questões relacionadas com a liderança, pelo peso impactante ao julgar se alguém age ou não com ética em determinada situação em relação a outra pessoa.

O líder é uma pessoa que sabe administrar o poder do próprio corpo social, garantindo a esta identidade funcional e, conseqüentemente, crescimento. Sendo que o poder é qualquer potencial disponível naquele momento: psicológico, emotivo, político, econômico e legal.

Ao estudar e pesquisar os conceitos e valores Éticos de um Líder, aprendemos o quanto difícil é para o profissional atuar em sua constância diária, mantendo-se em coerência com todos os preceitos éticos e morais que as pessoas, família e sociedade os impõem.

Para a compreensão da dialética do cotidiano histórico, Meneghetti. A Psicologia do Líder (2013), o líder deve fazer um do seu “em sí ôntico especial por natureza”, ele que garante e identifica a exatidão ou não da unidade de ação homem em processo histórico, sendo que em alguns casos a natureza abre o potencial do super-homem: onde todas suas faculdades são aumentadas a um nível elevado, porém, junto à espontaneidade provincial da natureza, é indispensável a aculturação em uma área determinada. Isso consente a atuação metabólica do Em Sí Ôntico que, em tal caso, pode especificar todas as próprias fenomenologias e, sobretudo, o nascimento do Eu com “Eu lógico histórico funcional superior” (p.96).

Cabe lembrar que o Em Si ôntico é “a identidade do ser que se especifica na história, portanto, é uma informação”, MENEGHETTI (2010, p. 274). E o trabalho de autenticação

partirá do pressuposto que: “a partir do momento em que o homem acontece como projeto, há uma história que deve cumprir e nisso deve ser conforme um projeto que não pode inventar”. A coerência em relação a esse projeto vão gerar o bem estar, a satisfação, e a evolução desejadas pelo sujeito em processo de autenticação.

e) A Trilogia do Líder

Segundo A. Meneghetti na obra a Psicologia do Líder, (2013, p.100), evidência a Trilogia do Líder, citando três valores com uma relação hierárquica entre si:

“A Ação é como a inteligência específica o Ser em situação em função de identidade e crescimento do vetor do corpo (social, econômico, histórico, etc.). O dirigente específico o ser no devir ecceico. Portanto, ele é o mediador ôntico na história e mediador de funções na existência configurada. A “Ação de sucesso é o primeiro todo do Líder “.

O Prazer é estar, com paz, sob o “ponto importante” das funções que realizam específicas proporções do contexto em equilíbrio provisório. O devir não consente uma função fixa ou estática, por isso, cada função, na existência, deve ser atualizada e inventada continuamente.

O tempo do prazer é ritmado pelos intervalos da ação, que devem ser encontrados e vividos a qualquer custo, porque neles a força faz a própria autogênese. Sobretudo porque, nesse “tedio” do ócio, pode-se entrar na experiência ponta do metafísico possível, que é indispensável na vida do líder, porque a partir dele, todos os escopos da ação se iluminam e ganham lógica.

A Tópica é o pedaço de terra onde o cedro do Líbano finca suas raízes para abrir o seu prado no céu e um universo de vida. O líder deve ter uma constante circunspeção legal e física sobre tudo o que configura no “tabuleiro de xadrez”, base do meio social em que opera (casa, família ou relações particulares, clubes, contas, dependentes, direitos físicos, fisco, propriedades diretas ou indiretas, etc.). Tudo isto é a porção de terra firme na qual o líder salva e garante a si mesmo como indivíduo diante do social que o contém. Jamais deve subestimar esta balsa de sustentação.”

f) A Psicologia do Líder Empreendedor:

O verdadeiro líder é aquele que sabe servir. É uma outra mentalidade, uma outra dimensão. Não basta ter a melhor mercadoria, mas ter garbo e requinte no servir o cliente.

O autor A. Meneghetti, na obra Psicologia do Líder. (2013 p.69), relata 7 pontos e aspectos do empreendedor, considerados de fundamental importância:

1. Potencial natural que varia por especificação e por intensidade.
2. Evolução técnica racional em ISO com o potencial natural.
3. A Ambição.
4. Amor pelo próprio trabalho.
5. Conhecimento superior específico sobre o seu setor.
6. Transcendência solitária ao utilitarismo funcional.
7. Racionalidade sobre a intuição.

g) Projeto Homem

Na obra de Projeto Homem. (MENEGHETTI 2011), Analisando o que é um ser humano, encontra-se no problema que sempre colocou em oposição as correntes filosóficas do passado: o conceito de alma e conceito de corpo. Pois o corpo não é campo específico da

investigação psicológica e ontopsicológica não precisa conhecê-lo, porque o erro psíquico se individualiza em outro nível.

Na temática da psicologia da Genitura Humana, (p. 75-84), interessante saber que quando se fala de genitora, ela é entendida sem em relação ao gênero do sexo. A genitora procede segundo a ordem dos nascimentos biológicos, mas somente segundo a identidade do sexo, por isto um filho homem e uma filha mulher são ambos primogênitos.

O autor A. Meneghetti. Projeto Homem (2011), também enfatiza o tema o Estado de Graça, que fala do perfeito proceder do organísmico em sintonia imediata com a consciência, igual a revelação do Em si ôntico, e cita ainda:

“É uma forma de busca e dedicação para identificar a própria energia e intencionalidade para chegar a autorrealização. “Cada individuação tem o potencial necessário para atingir a autorrealização, a qual se mede exclusivamente pela capacidade de ser feliz. O potencial se especifica ao infinito na miríade das estruturas existenciais dos seres humanos” (MENEGETTI, 2010, p. 259).

Portanto, no traçado histórico realizado pelo autor para que pudesse chegar a completar o projeto prático de que trata este trabalho, foi preciso uma coerência de ação e de escolhas em relação ao vetor desejado, por meio da busca da própria vocação, do “core business”.

“O indivíduo faz a si mesmo toda vez que transfere o potencial ao fato realizado. Se as escolhas são congruas, segundo a coordenadas potenciais individuais delineadas no habitat circunstanciado, ele descobre novamente a própria vida como epifania do ser e o potencial se incrementa sempre mais” (MENEGETTI, 2010, p. 260).

O primogênito psicológico espontaneamente é levado a ser chefe. No perigo, quer ser primeiro a proteger os outros. Em outras situações quer ser o primeiro para comandar, porque imagina ser como o primeiro pai na família, portanto tem uma tendência prepotente, generosa, mas também ingênua.

Na natureza, o desequilíbrio não existe, enquanto, em si mesma, a nossa unidade de ação permanece sempre harmônica e vencedora – mesmo que exista o mais grave perigo, e deixa, de todo o modo, aquele sentimento de paz orgulhosa e de sentido eficiente dentro de si.

A consciência não é mais do que um espelho, um monitor no qual os quânticos e traduzem em imagens, exatamente como se dá o monitor da televisão onde os fótons e os seus diversos movimentos são reduzidos em imagens. Percebendo tais imagens, nós temos a realidade do movimento, dos atores e personagens que se movem na tela. Nosso cérebro as reconhece como imagens acústicas. Ele se uniformiza em diálogo com a recepção dos sentidos e o impulso elétrico produz um gráfico em forma espetacular, isto é o estímulo chega a se refletir, é traduzido em imagens.

Na esfera do estudo da Consciência histórica e Consciência Ôntica, diz que o verdadeiro líder vive em uma constante seleção temática dos próprios “dois valores”, Meneghetti (2013, p. 192-193):

a) Qualificação interior Individual: a convivência material externa faz caráter interiormente, o ambiente que se frequenta marca interiormente. Portanto é necessária uma constante seleção de valor qualificativo individualmente, cada dia é preciso ter ganho um ponto de crescimento para si mesmo, interiormente. Caso contrário foi perdido ou foi vivido contra si mesmo.

Neste primeiro valor entram muitos aspectos, relacionados com a cultura original do líder. Ele deve ter uma cultura sempre superior ao seu mercado e aos seus clientes, porque o business é administração de cultura, por isto o líder deve ser mais culto. Desta cultura, deve ter uma competência competitiva, ou seja, uma capacidade superior de produzir mais e melhor que os outros.

b) Ser um fiel capaz ao próprio core business: é quando encontra sua própria estrada, sua cultura social, um líder de negócios, uma biblioteca, um mestre ou uma palavra vivente da comunicação intelectual.

Quando descobre o que lhe agrada em todas as coisas que produz, deve ter o primado hierárquico do próprio interesse, entrando em uma espécie de vocação pessoal, deve ser um “profeta”, inspirador do bem que oferece. Nesse negócio deve estar presente também o “Em Si Ôntico vital do Líder”.

Ao estudarmos o primeiro capítulo da parte II do livro Sistema e Personalidade (MENEGHETTI 2019 p. 79-92), vimos que desde os tempos do império romano e dos primórdios das primeiras civilizações em Israel e na Palestina, o conceito de poder foi se consolidando àqueles que detinham o comando político e econômico do planeta.

Porem existe um conceito voltado para a esfera do homem, e o que é este poder? É um dote que faz parte da bagagem natural da inteligência humana. O poder é co-naturalizado ao ecossistema da multiplicidade dos indivíduos.

E na esfera político-social, o poder do estado deriva dos legitimados para exercer o poder de governar uma sociedade formada por cidadão e indivíduos, regidos pelas suas normas e leis vigentes em seu território de ação.

Surge aí então o Sistema, que é um organograma ou seja uma máquina silogística, uma forma matemática que procede com princípios absolutos, no sentido de que se pode acrescentar de novo somente aquilo que é igual ao primeiro.

O Sistema não pode perdoar, não pode consentir: é logístico, é consequente, é como um teorema ou uma operação matemática. As leis profundas da economia não tem piedade, não tem assistencialismo, possui uma estrutura rígida e robusta para regulamentar a sociedade.

Sabe-se que é preciso observar alguns princípios em relação ao sistema, do tipo: a) Jamais atacar ou criticar o sistema; b) Ser cidadãos normais com absentismo passivo; c) Aprender a manipular: aprender bem o sistema, com todas as suas regras e as suas leis. O Poder e o Sistema existirão sempre, mas depende de “quem” entrará na sala de comando. Todos podem entrar, se souberem fazer ou usarem da inteligência para exercer o comando.

E Segundo capítulo da parte III, que trata do “Direito e Funcionalidades”, que diz que o Direito é um fato e eliminável no sócio antrópico e discerne a ordem com a autoridade da razão e o suporte da violência; a razão tem vigor de força sobre o fato social, caso se valha do primado também da violência, do contrário, perde autoridade junto aos fracos, aos inferiores à massa. A violência é um dado indispensável no coletivo. A justificação da obrigatoriedade do direito motiva-se sobre mandantes e mandados, como se evidencia em um regime absoluto ou em um democrático.

Assembleias constituintes, câmaras parlamentares, órgãos institucionais, intervenções de necessidades são “coisas” que todos vivemos, toleramos, sem ter uma justificativa clara e distinta das relativas epistemologia: ninguém está em condições de justificar moral e racionalmente os corpos de fundação de processualidade e aplicação do direito.

Os políticos não são inteiramente especialistas, os juízes operam no plano executivo e nos encontramos em uma ambivalência que, de fato, implica a contradição; não são claros os bens jurídicos na modalidade e consistência, por isso, tanto o direito quanto o corpo institucional agora se justificam prescindindo da sua falta de referência. (P.133 a 140).

h) A coragem para Liderar: Encarando a Vulnerabilidade

Segundo Brené Brown, em sua obra “A coragem para Liderar”, (2022), acredita que coragem não é sobre vencer ou perder, mas sobre agir sabendo que o resultado é imprevisível e incontrollável. Para ela, as porradas que surgem no caminho são a consequência natural de ousar grandemente.

O fracasso e a decepção podem aparecer no caminho de quem busca a coragem. Mas isso não é razão para desistir, já que os riscos são o que torna a coragem mais rara. As pesquisas de nossa autora mostraram que líderes destemidos e culturas corajosas são uma demanda universal. Mas não dá para alcançar a coragem sem encarar a vulnerabilidade.

Por isso, a habilidade fundamental dos líderes é a capacidade de confrontar a vulnerabilidade sem vê-la como fraqueza. Para isso, é preciso estar disposto a enfrentar a “física da vulnerabilidade”, a ideia de que a ousadia passa por assumir a possibilidade de fracassar e ainda assim mergulhar de cabeça.

Aqui, a vulnerabilidade aparece como o cerne de todas as emoções. Nesse caso, associar a vulnerabilidade à fraqueza é presumir que sentir é ser fraco. A transparência ainda deixa de ocupar o espaço de indelicadeza e passa a ocupar o de gentileza. Afinal, é mais gentil ser claro do que falar meias-verdades. Brené Brown (2022).

Se no passado o mercado de trabalho dependia dos músculos, hoje depende do cérebro. Mas, futuramente, dependerá do coração. A ideia de que tirar o coração da jogada e evitar a vulnerabilidade torna os profissionais mais fáceis de gerir é um mito. As lideranças mais bem-sucedidas são as que aceitam e incentivam a plenitude.

Para a autora, a plenitude é sobre cultivar a coragem e a noção de se considerar o suficiente e digno de valor, ainda que imperfeito e vulnerável. O problema é que a coragem é sabotada quando o coração fica trancafiado. Um coração aberto e livre é um atalho para se conectar com as próprias emoções, tomar decisões melhores e ser levado a poderosas demonstrações de empatia.

A vergonha é um sentimento relevante para trabalhar, simbolizado pela sensação de nunca ser bom o suficiente, de ser imperfeito e de ser indigno de amor. Todos temos vergonha, até a palavra é desconfortável. Assim como é preciso falar sobre a dor física para levar a cura, o mesmo vale para a dor emocional.

2.2 IDENTIDADE E CORE BUSINESS

Estes são temas centrais do estudo e pesquisa relacionados com o MBA em curso, onde a busca de identidade própria e a descoberta do seu *business core*, permitiram ao esclarecer muitas de suas angústias e indecisões no seu campo de atuação profissional.

a) *Conceito de Identidade*

Segundo MENEGETTI (2013, p. 469), Identidade é o fundamento da inteligência do fazer. O autor argumenta que “o termo identidade é uma palavra tomada da filosofia perene: deriva das raízes da língua latina de Roma, dos primeiros pais do direito e da economia”.

E de acordo com Meneghetti no Dicionário de Ontopsicologia (2012, p.130), identidade “é a forma que especifica em si o objeto ou o indivíduo e o distingue de qualquer outro”. Do latim *id quod est ens* = o que o ser é aqui, assim e agora. Para Meneghetti (2012), “identidade” significa aquilo que o ser (o ente) é aqui, assim, agora, portanto o quem ou que coisa neste lugar.

Em Psicologia Empresarial. Meneghetti (2013), ele questiona:

O ser é, mas o que é? Eis a identidade: o ser é aquele e não outro. Por isso, a identidade é a individuação una, unida e total em si mesma, mas diversa e distinta de todo o resto, desde o contexto dos outros símiles, do ambiente de todos os outros entes, portanto também diversa e distinta do ser total (MENEGETTI, 2013, p. 470).

Em Direito, Consciência e Sociedade. Meneghetti (2009, p.19) revela que o problema está em ver quanto esta identidade lógico-consciente – vivida, amada com todos os meios, em modo absoluto, inclusive com a morte de si mesmo – seja coincidente com a identidade de natureza”. A Ontopsicologia descobriu: “ao entrar no profundo da natureza, reencontrou esta identidade nativa e original ôntica e – através deste princípio – compreende, encontra o homem” (MENEGETTI, 2009, p. 19).

Da epopéia de Gilgamés pode-se compreender o pensamento do homem de 5000-6000 anos atrás. De acordo com Meneghetti em Intelecto e personalidade (2006, p. 25), quando esse foi aconselhado a alegrar-se, pois:

Quando os deuses criaram a humanidade, estabeleceram a morte para a humanidade e retiveram a vida nas próprias mãos. Tu Gilgamés, trata de encher a tua barriga! Alegra-te dia e noite, faz festa todos os dias, dança e canta noite e dia! Que sejam limpas as tuas roupas, que a tua cabeça seja lavada, que tu te banhes com a água. Alegra-te com o filho que segura a tua mão, que a mulher goza no seu ventre. Este é o dever da humanidade (...) (MENEGETTI, 2006, p. 26).

Viver a simplicidade da vida, sem perder de usufruir o crescimento e evolução alcançados. Em Ontopsicologia reporta-se ao conceito de “miricismo cotidiano”, ou seja as pequenas ações do dia a dia, que devem ser feitas com esmero e dedicação alegre.

Na obra Psicologia Empresarial. argumenta que: identidade é um conceito forte, enquanto é exclusivo e irrepetível em cada modo de ser. Todos somos, mas nenhum é o outro. A identidade me faz uno em mim mesmo, tão uno que sou e distinto de tudo e de todos. O Em

Si ôntico, descoberto pela Ontopsicologia, “é a base constituinte que representa a identidade de cada um de nós. A identidade é a chave, o critério-base de todos os critérios” (MENEGETTI, 2020, p. 473).

b) *Core Business*

Para compreender de forma mais profunda o que o autor denomina *core business*, que é a centralidade que motiva o interesse, a ação, a técnica e a racionalidade do líder, a qual se fenomeniza na empresa. É o ponto de interesse, de valor, o ponto que motiva e que dá problema, amor, paixão e convicção. Segundo Meneghetti (2003, p.172): “O *core business* é definido por aquela série de produtos, segmentos de clientes e tecnologias com as quais se pode construir a maior vantagem competitiva, também em uma situação de mudança, como é aquela atual”. Trata-se, então, do negócio principal no qual o empreendedor pretende atuar ou produzir, o que o faz tornar-se líder no segmento, detendo conhecimento e sendo reconhecido. Para Meneghetti, quando o líder:

Encontrou a própria estrada através da qual vender cultura social, o líder de business é também uma universidade, uma biblioteca, um mestre, uma palavra vivente de comunicação intelectual. Quando descobre o que lhe agrada, em todas as coisas que produz, deve ter o primado hierárquico do próprio interesse, entrando em uma espécie de vocação pessoal, deve ser um “profeta” inspirador do bem que oferece. Neste core business deve estar presente também o Em Si ôntico vital do líder. (MENEGETTI, 2008, p. 183).

O *core business*, portanto, significa o negócio que é desenvolvido a partir da vocação do Em Si Ôntico² daquele empreendedor. Cada Em Si ôntico possui um projeto que é aberto, mas que se especifica fenomenalmente na existência, ou seja, no momento em que se contextualiza. No âmbito empresarial, o *core business* manifesta-se como serviços, produtos, missão, valores alinhados ao Em Si ôntico do empreendedor. Compreender o *core business* como essência da organização e do empreendedor, fortalecendo o seu desenvolvimento em ambos é, então, relevante, é o eixo central da realização do presente estudo.

Trata-se, também, nesta busca, de entender o próprio *core business*, que é a “vocação, o que quer se tornar” (MENEGETTI, 2017, p. 19). Encontrá-lo é um desafio individual de cada indivíduo. “Não se pode pretender saber imediatamente qual a própria estrada, entretanto, é bom seguir com convicção – ou seja, com estudo, empenho, sacrifício, etc. – aquilo a que se aspira hoje”.

c) **As Três Descobertas, Intuição e Autenticidade**

Segundo o autor A. Meneghetti . Manual de Ontopsicologia. (2010), em seu terceiro capítulo, (p. 145) relata suas três grandes descobertas, que deram a origem a evolução das pesquisas que foram: o “Em si Ôntico”, o “Campo Semântico” e “Monitor de Deflexão”.

² O Em Si ôntico é uma das descobertas de Meneghetti (2010) e o critério da ciência ontopsicológica. O autor explica que é o projeto do ser na existência humana, é a expressão ou palavra do ser que individua cada ser humano, a radicalidade da atividade psíquica (MENEGETTI, 2010; 2012).

A crise das ciências é contínua e o problema, se a nossa razão conhece com exatidão ou não, ainda está em aberto. A Ontopsicologia nasce como regulamentação, dando porém, a base concreta para começar a formalizar e fundar a ciência, portanto é o modo pelo qual a nossa razão pode colher o ser, o real entendido no sentido de um físico, de um matemático, de um filósofo ontológico.

O “Em Si Ôntico” é o fundamento de toda a Ontopsicologia, e que para aprofundar estes estudos baseou-se em critérios que permitem esclarecer sob dois gêneros: o critério convencional (a opinião) e o critério natureza.

O critério convencional é aquele usado em todas as ciências chamadas exatas (estatística, matemática, física, medicina, química, etc.), enquanto que o critério natureza é uma medida que procede por evidência, responde por uma intensão da natureza, e concretiza o objetivo ou campo pré-escolhido. É a intencionalidade de natureza quando e como se evidencia.

O Em si Ôntico é projeto-base originário da natureza, é um princípio formalizante de uma ação em virtualidade complexa, é também um centripetante expansivo com ação de identidade. Assim o homem, sendo virtual, é um projeto que faz autóctese.

O monitor de deflexão é uma superfície ou plano ótico, sobre o qual se pode ler ou ver projeções do real ou concreto em todos os seus aspectos. Ele é um espelho através do qual os módulos da percepção se projetam holograficamente, instaurando o processo das imagens.

É, portanto, equiparado a uma grelha de deformação, caracterizado como um dispositivo psicodélico que deforma as projeções do real à imagem. Em vez de repetir a imagem referente ao objeto, altera qualquer sinal que reflete o real segundo um programa ‘prefixado. Em vez de projetar especularmente (refletir), desvia segundo uma temática imposta no receptor (deflete).

O monitor de deflexão é um fornecedor gratuito de memórias. Precisa de pontos de contato, caso contrário, não funciona. Requer que se estabeleçam pontos em modo prolongado sobre um objeto qualquer.

E, a terceira descoberta foi o “Campo Semântico“, que é qualquer mediação de informação: é um transdutor de informação. O contexto onde a informação acontece é um campo, definido por três coordenadas: espaço, tempo e individuação (unidade de ação).

O campo semântico é um transdutor informático sem deslocamento de energia: transmite a informação, uma imagem, um código que, quando chega, estrutura em emoção qualquer coisa vivente, ou organizada em vida, comportando uma variante psicoemotiva orgânica. Ocorre quando a informação transmitida chega sobre a unidade de ação receptora, a energia do receptor muda, formaliza-se em consequência da informação sofrida. Essa mediação de informação é sempre sinérgica: não transfere a energia, mas está com a energia. A energia se formaliza nas imagens.

Três modos de Campo Semântico classificam o tema: biológico (emocional), psicológico (informativo) e campo semântico intelectual, que é uma capacidade de conhecimento que se atua a qualquer distância, energia pura.

d) **O Nascimento do EU**

O início da vida para o homem corresponde a uma situação não totalmente individuada, protoplasmática; é necessário recorrer ao primitivo conceito de “Eu amébio”. A Ameba é um organismo unicelular, cuja característica é delinear-se em infinitas formas, segundo o que metaboliza, o alimento que ingere o lugar onde caminha. Inicialmente, o organismo humano está em um estado amébio, no sentido de que ainda não é um “homem”, mas uma situação potencial do homem.

Em última redução, a virtualidade é a forma da potência, a força com endereço, ou seja, a constante H, que diagnostica a posição formal do total potencial homem.

O Eu nasce do processo de conscientização do próprio corpo, nasce processualmente no possuir do próprio corpo. É determinado por três instâncias:

- Tecido orgânico ou código genético;
- Imediatismo de interação corpo-ambiente e,
- Incidência diretiva organizacional social.

e) **O Fórum Econômico Mundial**

O Fórum Econômico Mundial apresentou 15 habilidades profissionais do futuro que são consideradas importantes até 2025. Entre elas, diversas são relacionadas à gestão de pessoas e habilidades comportamentais. (relato de 09/03/2023 – Assunto Carreira , por Comunicação Krypton BPO).

Portanto com esta compreensão do alto grau de exigência de capacidades e habilidades que o novo empreendedor líder deverá construir-se para poder prosperar e vencer no novo mundo dos negócios, tornando-se condição prioritária qualificar-se e investir no seu projeto ou Core Business.

2.3 CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

A narrativa autobiográfica presente na parte da fundamentação teórica deste trabalho relata como o tema central Identidade e *core business*, quando apresentado em uma aula do MBA, foi fundamental para o despertar o interesse do autor. A partir daí, decidiu-se assumir para si o desejo de trabalhar também no campo da Criatividade e Inovação, colocando em prática sua vocação para inovar e intuir em seu trabalho relacionado com fábrica de software de gestão de Serviços.

a) **Criatividade**

Para Meneghetti (2012), a criatividade é “produzir algo do nada de si mesmo. Construir uma solução positiva não prevista pelas premissas vistas segundo a lógica corrente. Efetuar um resultado não previsto pela causalidade conhecida” (p. 68). Dado o ponto em que

o autor definiu por desenvolver o próprio projeto em um campo de trabalho no qual a criatividade é necessidade iminente, é preciso compreender também como se nutre a própria criatividade, como se coloca ela em função do sujeito. Segundo Meneghetti (2020, p. 131), cabe ao indivíduo criativo a busca pelo prazer que nutre a sua criatividade: “A criatividade nutre-se de prazer. O criativo deve prover sozinho todos instrumentos de gratificação para a sua inteligência. É tarefa do criativo saber instrumentalizar todos os paradigmas, todas as ideologias onde acontece”.

A criatividade é constituída, para Meneghetti, em “Criatividade e Sensibilidade Estética”, (2018p. 75, 76), da tríade dialética: situação problemática, competência técnico-racional do sujeito, aplicação de um novo modo de racionalidade à situação problemática, através da competência do sujeito operador.

Enquanto o homem existe por si só, tem problemáticas biológicas, mas quando existem os outros, tem problemáticas também sociais. Portanto, o homem se move, caminha, está em corrida, e na corrida existem novidades de impactos, sendo necessário inventar uma solução nova para continuar a existir, a viver.

Com relação a competência técnico-racional do sujeito, exige estar sempre dotado de boa saúde e de uma intrínseca capacidade histórico-racional, histórico-subjetiva, de ter mais códigos de leitura do fato.

Com a aplicação de um novo modo de racionalidade à situação problemática, através da competência do sujeito operador, se entende pela capacidade de introduzir conhecimentos críticos que alargam o princípio unívoco da competência ordinária, uma elasticidade de interpretação e introdução.

Na realidade cada homem é somente a si mesmo em relação a cada coisa, também porque no final é a mente que joga com o objeto, o espírito com a matéria: a matéria já existe, não pode ser anulada, implica em impacto. Em vez disso, o homem tem muito mais meios e, se a matéria é uniforme, o homem é proteiforme, prometeico: tem diversas competências e facilita de impacto para obter um resultado gratificante. Toda visão ontopsicológica caminha a partir do concreto ativo, não aceita garantias do mito ou do passado: vivo aqui e agora, e portanto resolvo aqui e agora. (p. 83).

b) Conceitos de Psicologia Empresarial

A Formação Ontopsicológica Interdisciplinar Liderística (**FOIL**), oportuniza com o estudo da Psicologia Empresarial, um aprofundamento de diversos temas relacionados com o mundo do Trabalho e das Empresas, dos comportamentos e processos comportamentais das pessoas e da capacidade dos líderes de conduzir os seus negócios.

Ao estudar o “Ato de Delegar”, Psicologia Empresarial. Meneghetti (2020, cap. 18), percebe-se que o processo de delegar é uma das formas raramente prevista e estudada nas escolas de economia. Onde a palavra “delegação” possui vários significados, sendo que em sua etimologia, deriva do verbo latino “*delegare*”, que significa conceder autoridade para outra pessoa executar algo que é de sua responsabilidade. Contudo esta delegação requer um estudo e escolha responsável da pessoa que receberá a incumbência delegada, devendo esta possuir algumas capacidades técnica e de gestão para poder exercer com sucesso a delegação.

De igual forma ao estudar Psicologia Empresarial, Meneghetti (2020, Cap. 20), que trata da Colaboração, Díades, Delegação, Sabotagem e Incremento, vê-se que um processo de delegação correto dos colaboradores não só permite a realização da intuição do líder, mas também uma expansão superior às expectativas ou em áreas inicialmente nem consideradas, com infinitas conexões.

No estudo do Escopo Econômico da Empresa, Psicologia Empresarial, Meneghetti (2020, cap. 22) que é considerado como o poder de aquisição: tornar-se mais, poder comprar mais, ter mais crédito, mais imagem, que tem três modalidades: de projeto, de lucro e social.

c) A Intuição e Campo Semântico

Este é o principal tema de estudo e pesquisa deste trabalho, Meneghetti (2015, cap. 3), Campo Semântico³, com sua conceituação e evoluindo para a compreensão e interpretação das informações captadas nas diferentes formas de sua manifestação.

Sabe-se que para transferir uma informação de um estado para outro, requer uso de energia dinâmica, impulso, necessidade, carência, magnetismo, atração ou uma vibração ou seja uma ação depende de diversos estados físico e mental, para que gere o efetivo resultado.

No campo da pesquisa, “percebe-se que a ordem é psíquica. O campo se define pela ótica ou interação funcional do sujeito pré-escolhido. De per si, cada campo é virtualidade aberta, é experimentador, é um outro campo que lhe faz variável”.

Campo é o contato imediato de uma operação, e mede-se pelo quanto e como variado em relação a um ou a outro, que é mensurado por um critério convencional, e portanto torna-se um modo racional. O importante é que o “metro pré-escolhido” seja aceito e confirmado pelos mediadores de consciência científica.

Ainda vê-se o critério do conhecimento convencional, demonstrado pela “Evidência”, que significa correspondência ou coincidência entre o ser e saber, portanto o processo ou fato se identifica e se reconhece somente se reconhecido igual pelo critério que busca ou pleno real que exige. Quando o projeto do real e imagem especulativa coincidem. “Eu sou aquilo que é e sou aquele que sou”.

Isso significa que é um critério que se certifica enquanto existente, isto é, por quanto for posto. Portanto, não se trata do em si do Ser ou do real em si, mas do real pelo qual existo: o Em SI ôntico do homem. Com base nele, pode-se convencionar qualquer saber, desde que ele o reconheça com uma das suas tantas possíveis funções operativas.

Com este estudo e pesquisa, vê-se, portanto, que “o campo semântico é a formalização de um vetor entre dois contextos energéticos. Cada contexto ou campo, embora mantendo o próprio específico isso, é posto em correlação informática de modo tal que um contata e conscientiza a forma do outro”.

³ Conceito: “O campo semântico é a transferência de uma informação de um campo ao outro. A transferência é possível em um universo semântico e é devida a pressupostos de situação que podem determinar uma ou outra informação.”

Deste modo “o campo semântico é tudo o que ser definido e especificado pelas coordenadas espaço-temporais, químico-sensoriais, necessidades-resposta da ecceidade ôntico-existencial do sujeito ou de um dos seus componentes. Ele é mensurável e definível no evento programático, mas sempre em antecipação ao seu acontecimento histórico-temporal, o qual consente anulá-lo, interceptá-lo, variá-lo. Isso é possível, dado que o homem é atividade inteligente, isto é, forma ativante prioritária e concretamente distinguível pela própria efetualidade histórica.

A ideia ou forma que atua materialização energética é somente um possível capaz específico. No caso em que seja “visualizado” é interceptável como qualquer palavra intencionada no pensamento, mas ainda não precipitada no evento do falante manifesto.

Este tema também nos remete para o estudo do “real formal” onde lê-se: “todo o universo é constituído por seus reais formais. O Campo semântico é um real formal. Dos reais formais, estruturam-se as variáveis de qualquer concreto especificado e individualizado. O elétron tem um campo próprio que se revela quando se aglomera a outros compostos. O Campo revela o eléctron e o eléctron indica o campo. É assim a árvore e seu ecossistema, e assim o indivíduo humano e sua esfera de existência e de ação.

Portanto nós humanos somos reais formais e conhecemos todos aqueles reais formais que de algum modo podem interceptar ou controlar o nosso “ISO”. Todo real é um nexó ontológico formalizado.

Então define-se que: “campo semântico é intencionalidade de um contexto energético ou operativo.

Não é quântico, mas aquilo que formaliza a ação do quântico.

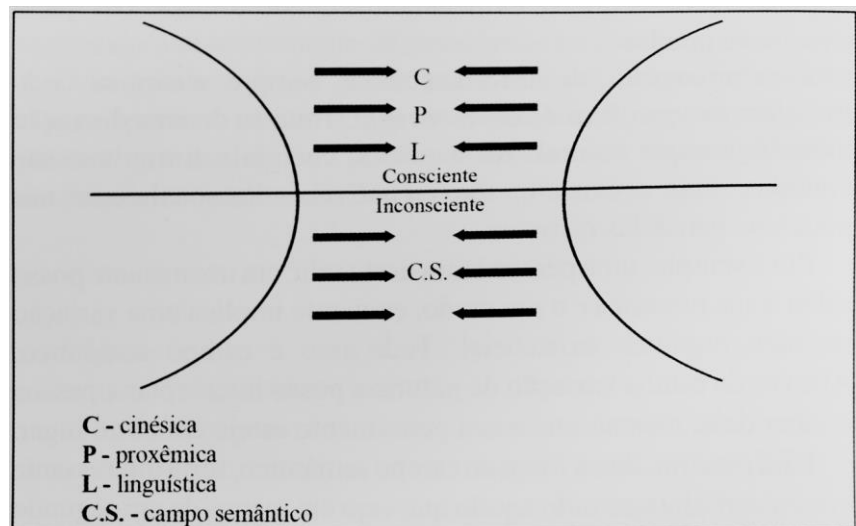


Fig. 01- o Universo comunicativo do Homem.

Não é objeto, mas o modo que qualifica o objeto para o sujeito”.

Conclui-se também que não é uma questão de paranormalidade: é um normal dom de natureza, que nós perdemos com o desuso, com a não-atenção em relação a nós mesmos e com a hierarquia sócio-familística dos estereótipos da lógica comportamental-social. Porém o nosso organismo tem esta potencialidade. Além disso, somos dotados de atividade intelectual. O Intelecto é a faculdade de saber ler dentro.

No quadro acima, demonstra o universo comunicativo do homem, percebe-se o “C”- da comunicação cinésica, que representa o movimento autônomo, específico, individual que o sujeito faz enquanto está presente, falando ou não, mesmo que esteja parado (toca o nariz,

cruza as pernas, coça a cabeça, etc.) é o movimento como fenomenologia do sujeito operante, o seu mover-se como quer que seja.

De igual forma o “P” sendo a comunicação proxêmica (que é tudo aquilo em relação ao próximo), e que representa a gestão do próprio corpo em relação a outra Pessoa. Isso implica a gestão do espaço, as distâncias, o gestual das mãos, etc. Um homem tem movimentos típicos de acordo com quem entra em relação: um amigo, uma mulher, a mãe, etc.

O autor cita “o corpo fala sempre, e conclui afirmando que quem não sabe compreender o campo semântico”, pois se conseguisse ter esta exata leitura das linguagens cinésica e proxêmica, teria a íntegra do processo natureza.

E ainda tem a comunicação do “L”, a Linguagem, que compreende todas as problemáticas e as conexões da linguística e seus códigos. A Grafologia é linguagem gráfica: existe a linguagem artística, com o desenho psicosssemântico.

Ao estudar o aspecto do conhecimento, no âmbito científico se diz que o parâmetro da objetividade é externo. E vimos também que “o princípio fundamental da Escola Ontopsicológica é: para conhecer o homem, é preciso usar o todo o homem”. O conhecimento organísmico é conhecer o outro através de mim. É um conhecimento corpóreo.

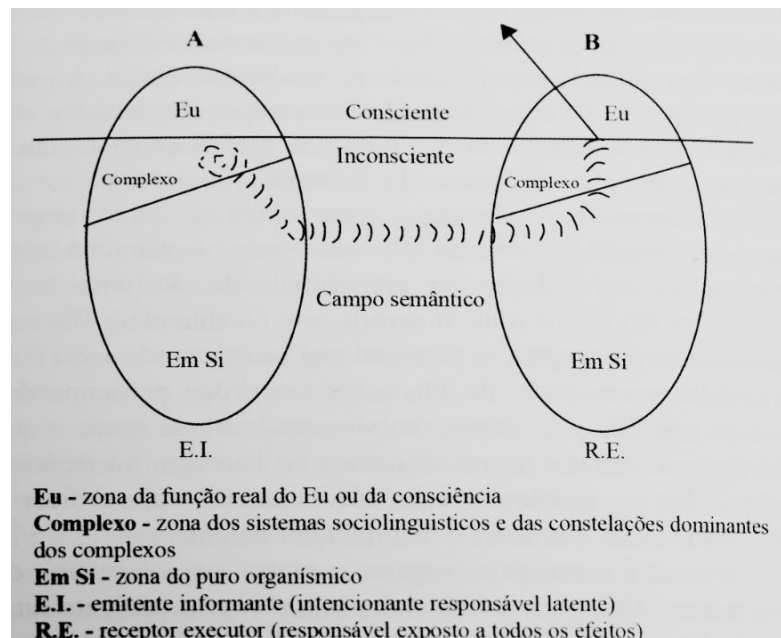


Fig. 02- Hipótese ideográfica do Campo Semântico

No estudo da Fenomenologia do Campo Semântico, Meneghetti (2015 p. 105 a 108) Campo Semântico é sempre positivo para o receptor, quando apresenta um sinal holístico, com dinâmica evoluída em círculo completo, portanto, apresenta um contato esférico, cérebro-visceral. Isto é, o sinal colocado se completa com a recepção orgânica do receptor. É negativo para o receptor, quando é incompleto, quebrado, seco, em golpe, ou parcial.

Enquanto se está auscultando uma pessoa, aparece como livre associação, isto é uma imagem que não tem qualquer relação racional com quanto o outro está dizendo. Propõe-se como algo ilógico, gratuito, que se coloca lado a lado a indicação racional do sujeito.

O Campo Semântico é colhido através das seguintes frases:

É uma imagem “gestáltica”, isto é, uma forma que individua um lugar completo, um “Lugar de ação” que fisionomiza uma outra história e uma outra identidade. Propõem-se duas estradas, aquela racional e uma outra conseqüente à associação feita pelo receptor.

Os Campo Semânticos são quânticos de sentido que constelam ou pré-orientam os comportamentos do Eu. Podem derivar de qualquer real ativo ou vivente. A Sua positividade ou negatividade é sempre determinada por um “Ser funcional ou não”, para o receptor. E sua formalização é terminada por várias fases.

De igual forma é classificado em três modos:

- O Campo semântico Biológico ou Emocional: representado pelo conhecimento elementar e diz respeito a todo arco reflexo, incluso os aspectos da sexualidade e da agressividades;
- O campo semântico psicológico ou Informativo: interfere exclusivamente nas intencionalidades típicas da nossa mente, entendida como “Starter” energético ou pulsional, ou melhor, voluntarista;
- O campo semântico intelectual ou numênico: é uma capacidade de conhecimento, que se atua a qualquer distância. Entra-se na contemporaneidade da energia pura.

Poderíamos dizer que a energia psíquica é estética, um “motor imóvel”. Cada um destes três modos de campo semântico é percebido segundo a esfera de ressonância, isto é, o modo exteroceptivo, proprioceptivo e egoceptivo. O ser humano pode assumir o controle da exteroceptividade e da proprioceptividade, somente se alcança a egoceptividade. A egoceptividade coincide com a exatidão da subjetividade. Conseqüentemente, deve coincidir também com outros dois modelos de conhecimento. (p.111)

d) **Consultoria de Autenticação**

A consultoria de autenticação tem um papel fundamental na obtenção desta clareza sobre quais escolhas seguir: “O ontopsicólogo é aquele que sabe reencontrar o Eu a priori do sujeito para além da reflexão fictícia. Ele segue o campo semântico do cliente e, lendo logicamente o verbalizado do Em Si desse, individua a ação ótima para ele ou ação especificada”. (MENEGETTI, 2010, p. 261).

Cabe lembrar que o Em Si ôntico é “a identidade do ser que se especifica na história, portanto, é uma informação”, (MENEGETTI, 2010, p. 274). E o trabalho de autenticação partirá do pressuposto que: “a partir do momento em que o homem acontece como projeto, há uma história que deve cumprir e nisso deve ser conforme um projeto que não pode inventar” (p. 274). A coerência em relação a esse projeto vão gerar o bem estar, a satisfação, e a evolução desejadas pelo sujeito em processo de autenticação.

Trata-se, também, nesta busca, de entender o próprio *core business*, que é a vocação, o que quer se tornar (MENEGETTI, 2017, p. 19). Encontrá-lo é um desafio individual de cada indivíduo. “Não se pode pretender saber imediatamente qual a própria estrada, entretanto, é bom seguir com convicção – ou seja, com estudo, empenho, sacrifício, etc. – aquilo a que se aspira hoje”, (p. 19). Os passos realizados no presente poderão consentir abertura de novos horizontes no futuro, quando o sujeito estiver mais próximo de compreender o próprio *core business*.

Segundo (MENEGETTI 2012, p. 29), a autenticação se dá quando “eu me ponho igual à ação que sou”. Trata-se de “Conformar o Eu lógico-histórico à intencionalidade do “Em Si ôntico”. Capacidade de desenvolver-se segundo a própria intrínseca virtualidade. Elementaridade formal de executar o cumprimento da própria posição virtual como indivíduo”.

No 7º. Capítulo: Os fundamentos do Humanismo Empresarial. A operatividade da ciência ontopsicológica no campo econômico: o exemplo da Formação Ontopsicológica Interdisciplinar Liderística (FOIL) vimos que o pensamento ontopsicológico está voltado para apoiar os estudos da ciência em diversos campos, a começar pelos negócios até as pesquisas que visam melhorar a vida do homem. A ontopsicologia com certeza não é fácil, não é uma ciência para todos, porque é um conhecimento que requer maturidade científica no campo da filosofia, da psicanálise, da sociologia e também de racionalidade na economia .

A FOIL é uma estrutura de ensino e formação completa sobre o homem que pretende desenvolver-se na conquista econômica e, portanto, oferece uma formação àqueles jovens e àqueles empresários que, através do “business” bem sucedido, querem também transmitir uma afirmação da superioridade da inteligência humana: o negócio como supremacia da alma e arte da razão. Isto é uma economia de sucesso consente a autonomia da liberdade dos indivíduos.

A essência deste estudo está na intuição, que está baseado no saber distinguir a mensagem precisa do “Em Si ôntico”, que consiste em captar um momento de síntese infalível pela inteligência suprema que o homem possui. A capacidade de captar inúmeros feixes de informação através do campo semântico.

3 MÉTODO

Utilizou-se a metodologia de pesquisa do tipo teórico-aplicada com abordagem qualitativa e exploratória e que segundo Collins e Stockton (2018), a abordagem qualitativa implica descrições e análises não numéricas de um tema, sendo utilizada principalmente nas ciências humanas.

Segundo Santos e Garms (2014), o uso do método de narrativa autobiográfica, que, vem sendo amplamente utilizado nos estudos das ciências sociais: “pois contribuem para o estudo da forma como os seres humanos experimentam o mundo. Em outras palavras, narrativas (auto) biográficas são úteis para avaliar a repercussão das experiências de vida e da formação nas práticas profissionais”.

De acordo com SANTOS, GARMS, 2014, p. 4104, as narrativas como metodologia de pesquisa valorizam e exploram as dimensões pessoais dos sujeitos, seus afetos, sentimentos e trajetórias de vida, e levam à percepção da complexidade das interpretações que os sujeitos pesquisados fazem de suas experiências e ações, sucessos e fracassos e dos problemas que enfrentam. Por sua vez, a investigação narrativa recorre às explicações dadas pelos indivíduos para entender as causas, intenções e objetivos que estão por trás das ações humanas.

No método de pesquisa narrativa, podem ocorrer diferentes tipos de narrativas, que conforme Preskill e Jacobvitz (2001) apud SANTOS, GARMS, 2014, podem ser: de crítica

social, de aprendizagem de esperança, praticas reflexivas, sobre trajetórias e liberdade. Para o presente estudo adequam-se as narrativas:

“a) de práticas reflexivas: Ao longo da carreira os professores devem continuar a desenvolver suas competências e este tipo de narrativa se baseia na capacidade dos professores de refletir, questionar e transformar sua prática diária.

b) sobre trajetórias: se constituem em uma oportunidade para que os professores reflitam sobre sua vida e sua carreira. Esse tipo de narrativa incorpora todos os outros tipos de narrativas, uma vez que estimula o professor a refletir sobre seu passado e projetar-se no futuro.”

Assim a narrativa de prática reflexiva foi utilizada neste trabalho no intuito de propiciar ao líder a capacidade de refletir, questionar e transformar a sua prática constante de gestão e do fazer diário. Já a narrativa sobre trajetórias permitiu a possibilidade de relatar vivências de sua carreira, refletindo seu passado e projetando seu futuro.

Como técnica de coleta de dados, as narrativas autobiográficas podem incluir os depoimentos dos protagonistas destes relatos e histórias, além de materiais secundários, como processos, entrevistas, etc. Neste caso utiliza-se de fatos e evidências do próprio autor e também de elementos e materiais levantados na empresa estudada.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Feitas as pesquisa e fundamentações, com a coletânea de todos os dados e informações, condensados e agrupados por área de foco do presente trabalho, foi possível perceber o quanto o MBA, contribuiu para a descoberta, crescimento e evolução do Líder (do “EU”).

Comprovou-se a contribuição no processo decisório das empresas, com base nas informações semânticas, obtidas no ambiente informal da empresa, e de igual forma como identificar possíveis soluções de mudanças organizacionais, obtidas através dos “Sonhos” (fatos evidenciados na data 13/12/2023) e que impactou em decisões e ações já executadas pela empresa.

Ficou evidente também o quanto a “Cultura da Ontopsicológica” pode influenciar nos processos de gestão da empresa, e que a partir deste estudo e aprofundamento destas questões acima apontadas, permitiram implementações de medidas de melhorias em vários processos analíticos e operacionais.

4.1. Líder e Liderança

O quadro abaixo apresenta os itens e temas que foram fundamentados como referências para este trabalho, e quais resultados procura demonstrar:

Aprendizados no MBA Identidade Empresarial	Como	Resultados
Psicologia da Organização	- Como é o Comportamento do líder conforme a metodologia FOIL nas empresas;	Poder, Dinheiro, Uso da Inteligência, etc. Avaliação, Performance e

		Visão de Resultados As mudanças organizacionais A compreensão com da relação entre sistema e personalidade. +As Leis e Normas Sociais + As díades; + As Escolhas x Projeto
O Líder - A Psicologia do Líder; - A Trilogia do Líder;	- Características do Líder - Consultoria de Autenticação; - A ética do Líder; - Como lidar psicologicamente com os medos, as perdas, e as oportunidades	
A Liderança	- Os estilos de liderança; - Os comportamentos de Liderança; - Os reais papéis da Liderança; - As aspectos da Liderança: delegação, autoridade, responsabilidades, etc.; - A arte de liderar - A saúde do Líder!	Nas Empresas: Precisamos de Pessoas amem o Projeto do Negócio (<i>Core Business</i>), não o Líder + Que vestem a Camisa + Crescer Juntos (Real) Compreendi o meu papel na empresa: dizer qual é e o que compreendeu;

Quadro 01: Temas de Pesquisa da Liderança.

4.2. Identidade e Core Business

<i>Ciência Ontopsicológica</i> - <i>O que é;</i> - <i>Diferenciação da Psicologia convencional;</i>	- Estudo teórico;	- Compreensão racional, técnica e existencial do que é a Ontopsicologia;
- <i>Metodologia FOIL</i> - <i>O propósito do Ser x Empreender;</i> - <i>Visão para resultados (em âmbito econômico);</i> - <i>A gestão de diferentes personalidades no ambiente empresarial;</i>	- Estudo teórico e vivência prática;	- Considerações do estudo no MBA: processo decisório, Métodos/Gestão; - Evidências de intuição; - Compreensão e análise de Resultados, visão de mais lucros nas operações e contratações de serviços.
<i>As Três Descobertas da Ontopsicologia:</i> a) <i>Em Si ôntico</i> b) <i>Campo Semântico</i> c) <i>Monitor de Deflexão</i>	Universo deste tema é amplo. Os três modos do Campo Semântico: Biológico, Psicológico e Intelectivo	Algumas evidências: precisa colocar quais. -Foi muito importante para minha mudança: precisa especificar o quê.
<i>Core Business</i>	- Como?	A descoberta do Meu Projeto.
<i>O Projeto Homem</i>	A Compreensão do ser pessoa (aspecto existencial); A Psicologia da Genitura A estrutura da personalidade e a dinâmica do homem;	- A compreensão do meu projeto (primogênito); (Perda do pai muito cedo, e com 8 irmãos) (abalos)
<i>Os complexos, crenças e</i>	- A compreensão dos	- Algumas crenças religiosas

<i>dogmas</i>	complexos; - A influencia das crenças religiosas; - Como funcionam e como utilizar a força do complexo; -Eu lógico-histórico)	(fui seminarista); - Igreja, Padres (noção de pecado, peso da formação judaico-cristã.
<i>Os medos</i>	- Indecisão; - Procrastinação de decisões, pessoais e na empresa;	- A melhoria da questão - Explicar a indecisão; - Explicar a procrastinação de decisões na empresa.
<i>Os hábitos</i>	- Hábitos cotidianos; - Hábitos psicológicos; - Hábitos patológicos;	- Explicar cada um deles. - Os velhos hábitos que persistem no empreendedor.
<i>Monitor de Deflexão</i>	-Compreensão da exata da comunicação do Em si ôntico, com o ELH- (Eu lógico-histórico).	- Explicar com um exemplo prático seu.
<i>Miricismo Cotidiano</i>	Eu não me permitia este prêmio (não comemorava as vitórias)	- Explicar com um exemplo também.

Quadro 02: Temas em Relação a Identidade e Core Business.

4.3. Criatividade e Inovação

Intuição e Racionalidade (MB)	Como funciona a racionalidade sobre a intuição; Intuição Operativa Inteligência Humana + Conceitos de ISOMASTER + Inteligência Emocional;	- Compreendi as diferentes formas de intuir e obter informações; A Sexualidade e os Relacionamentos x Empresa; As Diades, Transfer, Sabotagem ; A Intuição e Racionalidade: explicar como vivenciou isto.
Percepção Organísmica;	(Business e Intuição, Feeling)	- Informações Organísmica; - Informações Físicas
Consultoria de Autenticação e análise de interpretação dos sonhos	- A hierarquia dos sonhos; - As relações sociais, empresa, negócios, etc.;	- Compreensão de que é uma necessidade: especificar o que compreendeu. - As questões da Interpretação de Sonhos.

Quadro 03: Temas da Criatividade e Inovação

4.4. Narrativa de Evidências e Sonhos na própria Empresa

Ao evoluir e aprimorar os métodos de observação e coleta de informações do campo semântico, o autor deparou-se por diversos momentos de registros de sonhos e evidências que o levaram à ações e providências em relação à fatos e evidências percebidos em sonhos.

Uma situação típica de campo semântico, foi vivenciada pelo autor em sonho, com o relato em uma madrugada do dia 13 de dezembro de 2022, com apontamentos em 7 páginas de arquivo pessoal, envolvendo vários cargos e gerentes, cita-se apenas 3 casos:

a) Gerente de vendas: CJM

O autor teve a clara visão e percepção de que este colaborador, estava com seu foco já fora da empresa, e que tudo foi comprovado, através de ações já executadas.

- Identificados fatos concretos de Negociações diretamente entre o gestor de Vendas e Clientes com operações financeiras extras sem transito interno na empresa;
- Foram realizadas visitas “*in loco*”, a partir de informações levantadas com as áreas de suporte técnico, quem apontavam possíveis irregularidades, no comportamento deste profissional;
- Foram comprovados fatos com cópias de documentos e extratos bancários;

b) Gerente de Pessoal e RH: RM

De igual forma no mesmo sonho teve a percepção de que este coordenado de setor de pessoal, mesmo sendo contratado a menos de 60 dias, já estava com intenções de criar animosidade e conflitos dentro da empresa, para justificar uma possível efetivação na área de Recursos Humanos, com evidências comprovadas:

- Sucessivos conflitos, com colegas do setor e de outros setores, gerando desconfiança sobre os processos padrões da empresa;
- Ocorrência de “casos com litígio e intransigências de opiniões com colegas”, gerando desconforto em colegas com mais de 10 anos de empresa;
- Invenção de “fatos” e “boatos”, gerando clima de vítima, para que todos tivessem, pena dele, a ponto de simular uma gravidez de sua esposa, que nunca ocorreu;
- Adulteração de Documentos (holerite) e Assinaturas (Autorização do Diretor), para obtenção de benefício próprio, junto ao agente financeiro, para concessão de crédito pessoal;
- Negou ter contraído “vale-empréstimo”, junto ao setor financeiro da empresa. Dentro outros tantos fatos.

Assim que comprovadas estas evidencias, foi consumado a Demissão, vindo este após entrar na justiça requerendo inúmeras rubricas e dano moral, sem nunca ter motivos para tal.

c) Gerente Administrativo: MF

Este gerente, com mais de 1 ano de contratado, deu fortes evidências que já estava com o foco em outra atividade:

- Surgimento de “casos” de litígio e intransigências de opiniões com colegas, gerando desconforto entre pessoas de outras áreas;
- Ações e Atitudes em desacordo com normas e procedimentos internos, gerando clima de divergências e conflitos, para justificar uma possível demissão;

Assim que foram comprovados, foi consumada sua Demissão, com acordo.

4.5. A trajetória Profissional e Empresarial

Desde muito cedo o autor por ser primogênito, tornou-se independente, sendo desafiado a conduzir sua vida de forma autônoma. Já na adolescência, quando oportunizou-se vaga para o internato (seminário) na cidade de Três de Maio, RS, mesmo morando no interior,

os pais agricultores, no ano seguinte mudaram-se no ano de 1970 para o estado de Santa Catarina, com atividade agrícola e pecuária.

Após um ciclo de 4 anos no internato, obteve seu primeiro emprego em 1975, na Cotrimaio em Três de Maio, trabalhando por 17 anos, iniciando como auxiliar de escritório, chegando ao cargo de Gerente de TI, no ano de 1990.

Cursou colegial e científico em análises químicas nos anos 70, graduou-se em Administração de Empresas pela SETREM – Extensão da UFSM, no ano de 1982, e Ciências Contábeis pela FEMA em 1999, com vários pós graduação em Gestão Cooperativa, Finanças e Processos Gerenciais. Concluindo o Mestrado e Ciências da Computação, pela UFSC, no ano de 2002, com tema da monografia “o IMPLEMENTAÇÃO de SERVIÇOS de E-GOV em Gestão Pública Municipal”.

A opção para cursar o MBA na FAM, teve motivação através da indicação de amigos e empresários do setor de TI, com foco similar em Gestão e Governança de TI com base tecnológica em provimento de serviços SAS, e Gestão de Pessoas.

4.6. O processo de aprendizagem e evolução da Empresa

Ao longo dos 34 anos de atuação como sócio e CEO de uma empresa de tecnologia de TI-Tecnologia da Informação, numa busca constante de aprendizado, compreensão, desenvolvimento e evolução como líder, resultou em aprimoramentos à empresa.

Neste relato autobiográfico, compartilho algumas das experiências mais significativas que moldaram minha trajetória como líder e influenciaram a transformação positiva da organização, e da gestão da empresa tanto a nível estratégico como comercial, o que permitiu ao autor o acúmulo de muito aprendizado, gerando uma maturidade e profissionalismo crescente do grupo.

a) O amadurecimento Profissional

Foram longos anos de docência, vivência gerencial, vários cursos e especializações que permitiram o autor amadurecer e estabilizar seu modos operandi pessoal e profissional, fazendo a própria gestão das empresas onde participa em sociedade de capital.

Desenvolveu muitos projetos e processos de Planejamento Estratégico (PE), Planos de Negócios (PN) e outros, vindo a criar várias empresas todas ligadas ao segmento de TI, Comércio, Desenvolvimento de Software e prestação de serviços em Gestão Pública Municipal, com atuação nos diversos estados do sul do Brasil.

b) Reorganização das Estrutura Organizacional da Empresa

A Nova Estrutura Organizacional da Empresa, resultante da unificação de todas as áreas de fábrica, suporte técnico e gestão com a transferência para o novo prédio sede da empresa ocorreu em maio de 2022, permitindo ampliar as atividades comerciais e de suporte técnico, vindo a firmar novas parcerias de representação, com ampliação do seu faturamento.

A partir de 2023 a empresa iniciou um novo período de expansão e um novo ciclo de acordos comerciais, com a criação de um novo escritório de negócios, na região metropolitana de Porto Alegre, RS, para atender demandas de clientes dos estados do sul e permitindo avaliar a capacidade de atuar em um mercado maior para:

- Avaliar opções de Fusão e Incorporação de empresas do segmento;
- Atuar no mercado nacional com Parceiros e Representantes Comerciais;

Portanto a descoberta do prazer em realizar esse projeto é mais uma confirmação para o autor da aproximação com o seu próprio “core business”. A intuição que a levou a escolha por esse projeto, ao ser colocada em prática, permite a abertura de um novo horizonte de ação em que o prazer se desenvolve permitindo a abertura de novos horizontes de auto realização com o fazer profissional em suas próprias atividades empresariais e pessoais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, na primeira parte foi realizada a Introdução e apresentação do tema. Na segunda parte a justificativa e apresentado o referencial teórico. Na terceira parte a apresentação da metodologia. Na quarta parte a narrativa autobiográfica por meio de texto e imagens e os respectivos resultados.

A realização deste trabalho em forma de artigo demonstra a importância do líder evoluir e desenvolver-se para melhorar sua capacidade de tomada de decisão e o processo de coleta de informações intuitivas, que foi despertado inicialmente num curso de alta formação, posteriormente, aprofundado com a realização do MBA *Business Intuition* na FAM, onde evidenciou-se também a necessidade de consultoria de autenticação por parte do autor, que era necessário dar um passo prático, para confirmar o que a intuição já indicava uma realidade para o projeto profissional do mesmo.

Assim é necessário ao autor desenvolver, com vontade e intelecto, a própria intuição e trata-se de adquirir mais conhecimento técnico, ampliar seu espaço de liderança e informações do mercado, reestruturar o seu business e seu negócio.

E Perceber que o caminho profissional desenvolvido pelo autor até esta fase, com sua experiência e vivência nas áreas de Gestão de Negócios, Pessoas e Produção de Sistemas Aplicativos, se tornará útil no crescimento e ampliação de seu projeto profissional. Conforme indica (MENEGETTI, 2017), a descoberta do core business e efetiva atuação nele podem ser facilitadas por experiências profissionais anteriores bem sucedidas.

Neste artigo pretende-se explicitar a importância do líder seguir as diretrizes do sonho a partir da sua análise e interpretação, quando se realiza a consultoria de autenticação. Apesar de ainda ser um tema considerado inédito, o fato de considerar o sonho como instrumento de diagnose fiel sobre o real que vivencia o líder, faz toda a diferença para auxiliá-lo na tomada de consciência de sua realidade existencial e de como resolver suas situações problemáticas ou de como evitar que se envolva em dificuldades que causem danos ao seu negócio.

Com a análise objetiva proporcionada pelo uso da metodologia ontopsicológica aplicada na subjetividade do líder, através dos seus sonhos, pode-se ter uma informação exata, que se for seguida se torna saúde, sabedoria e sucesso para ele e todos os seus dependentes.

É importante ressaltar no processo de consultoria de autenticação ontopsicológica, visto que, por si só, o líder já possui um Eu lógico Histórico formatado por seus estereótipos, e este o impede de evidenciar com clareza a mensagem emanada de seu Em Si ôntico. O profissional ontopsicólogo possui o *training* e é capaz de cruzar as análises a fim de que o líder tenha como resultado uma diretiva clara e indicativa de qual é a atitude que deve tomar, segundo a lei da vida, ou do seu Em Si ôntico.

O sujeito do sonho necessita da ajuda profissional para as interpretações, que o levarão, conseqüentemente, a tomada de decisões corretas. Além disso, é fundamental o exercício de lembrar dos sonhos. Isso exige uma atitude de conciliar equilíbrio emocional e organização do líder para anotá-los, a fim de que, posteriormente, sejam levados para a consultoria de autenticação. Trata-se de começar a cultivar a sua realidade íntima, interior, valorizar todos os aspectos da sua dinâmica psíquica e aprender a ter humildade diante da informação da vida. O sonho é que dá a radiografia de como está incidindo na dinâmica psíquica, a relação do sujeito na medida em que participa daquela específica circunstância existencial: se ele está em conexão com a sua vida e com o ser.

Somos parte da natureza diz Meneghetti, e, portanto, temos que seguir o rumo normal da vida. É fundamental, por isso, saber que o próprio corpo fala, e que os sonhos merecem ser analisados e verificados para que possam subsidiar as escolhas, a fim de que sejam idênticas ao critério de natureza, ou seja, úteis e funcionais à verdadeira identidade da pessoa líder. O que o sonho verbaliza é sempre infalível, mas é preciso saber interpretar os símbolos através dos quais fala e atuar historicamente a sua indicação, a sua diretiva.

Por fim, as experiências relatadas demonstram a importância da consultoria de autenticação ontopsicológica para o líder, visando auxiliar nas mais importantes tomadas de decisão, sejam existenciais, pessoais bem como de seu negócio (*core business*).

Ao analisar meu legado e histórico profissional, concluo que sempre nos cargos, funções e posições exercidas como líder, sempre influenciou a empresa de forma positiva. Aprendi que a evolução do líder é um processo contínuo e que o sucesso de uma organização está profundamente ligado à maturidade e crescimento de seus líderes.

Espero que minha busca incessante pelo aprimoramento continue a inspirar os futuros líderes da empresa, ajudando-os a enfrentar desafios com coragem e empatia. E pretendo disponibilizar meus “*insights*” e cases positivos como contribuição, e evolução de novos líderes, influenciando positivamente o aprimoramento da empresa. Cada experiência vivida moldou minha perspectiva e habilidades como líder, e espero que essas lições possam ser compartilhadas com outros líderes em suas próprias ações de crescimento e sucesso.

REFERÊNCIAS

- BROWN, BRENÉ. **A Coragem para Liderar. 15ª. ed.** Tradução de Carolina Leocadio. **BestSeller.** Rio de Janeiro. 2022.
- COLLINS, C. S., STOCKTON, C. M. **The Central Role of Theory in Qualitative Research.** International Journal of Qualitative Methods. International Institute for Qualitative Research. University of Alberta (CANADA). 2018.
- Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1609406918797475>>. Acesso em 12/02/2023.
- KRAFTA, L., FREITAS; H., MARTENS; C. D. P., ANDRES, R. **O método de pesquisa-ação: um estudo em uma empresa de coleta e análise de dados.** Revista Quanti&Quali. 2007. Disponível em:
- https://posgraduacao.faccat.br/moodle/pluginfile.php/1725/mod_resource/content/0/09pesquisa_a_acao_2009_1.pdf. Acesso em 12/02/23.
- MENEGHETTI, A. **A Psicologia do Líder . 5ª. ed.** Recanto Maestro: Fundação Antônio Meneghetti, 2013.
- MENEGHETTI, A. **Campo Semântico. 4ª. ed.** Ontopsicológica Editora Universitária. Recanto Maestro 2015.
- MENEGHETTI, A. **Criatividade e Sensibilidade Estética.** Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2018.
- MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia.** 2.ed. rev. atual. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.
- MENEGHETTI, A. **Economia, Política e Sociedade.** Recanto Maestro: Fundação Antônio Meneghetti, 2004.
- MENEGHETTI, A. **Filosofia Ontopsicológica.** 5ª. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editora Universitária, 2015.
- MENEGHETTI, A. **Jovens e Realidade Cotidiana.** Recanto Maestro: Fundação Antônio Meneghetti, 2017.
- MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia.** 4ª. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2010.
- MENEGHETTI, A. **Pedagogia Ontopsicológica.** 6ª. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editora Universitária, 2019.
- MENEGHETTI, A. **O nascimento do eu.** 2.ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2003.
- MENEGHETTI, A. **Projeto Homem.** 3ª. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2011.
- MENEGHETTI, A. **Psicologia Empresarial.** 2ª. ed. Recanto Maestro: Fundação Antônio Meneghetti, 2020.
- MENEGHETTI, A. **Sistema & Personalidade.** 3ª. ed. Ontopsicológica Editora Universitária. Recanto Maestro 2019.

SANTOS, H. T.; GARMS, G. M. Z.. Método autobiográfico e metodologia de narrativas: contribuições, especificidades e possibilidades para pesquisa e formação pessoal/profissional de professores.

CONGRESSO NACIONAL DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES, 2.; CONGRESSO ESTADUAL PAULISTA SOBRE FORMAÇÃO DE EDUCADORES, 12., 2011, Águas de Lindóia. Anais 2. Congresso Nacional de Professores 12. Congresso Estadual sobre Formação de Educadores... São Paulo: UNESP; PROGRAD, 2014. p. 4094-4106. Disponível em <<http://hdl.handle.net/11449/141766>>. Acesso em 12/02/2023.