

ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL

Jacqueline Azizi
Professora e Coach

SEJA DIFERENTE,

FAÇA A DIFERENÇA!



O principal objetivo deste E-book é mostrar a necessidade de implementar estratégias diferenciadas para o atendimento a adolescentes em processo de escolha profissional e também para aqueles que ainda não estejam nesse momento.



CONFLITO DE GERAÇÕES?

Quando nos propomos a atender adolescentes, é preciso saber que vamos lidar com algumas particularidades da GERAÇÃO Z que vão nos exigir estratégias específicas.

É importante entender a classificação das gerações, que embora varie, serve como referencial para entendermos o comportamento em cada fase, incluindo a nossa própria geração



CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA

Baby Boomers – 1945 – 1964

- ❖ Conhecida: assim, devido à explosão demográfica após a Segunda Guerra Mundial.
- ❖ Essa geração passou por uma transformação cultural onde a ascensão da TV foi um influenciador na alteração do comportamento dos jovens da época.
- ❖ Acontecimentos históricos destacam-se o feminismo, os ideais de liberdade, os movimentos a favor dos negros e homossexuais.
- ❖ No Brasil, os festivais de músicas expressaram o descontentamento devido à repressão e censura da ditadura militar.



GERAÇÃO X – 1965 – 1984

- ❖ Maior preparo acadêmico e experiências internacionais
- ❖ Suas principais características: a ruptura com as gerações anteriores
- ❖ Busca por seus direitos e a escolha de produtos de qualidade.
- ❖ Acontecimentos políticos e sociais: Guerra Fria e queda do muro de Berlim
- ❖ Aparecimento da AIDS.



GERAÇÃO Y (MILLENNIALS) 1985 – 1999

- ❖ Marcada pela informática e a globalização
- ❖ Sempre conectados, pois se desenvolveram em meio à era da informação e avanços tecnológicos.
- ❖ São mais individualistas que as gerações anteriores
- ❖ Gosto por desafios, dinamismo, pensam na
- ❖ **muito mais flexíveis às mudanças.** são ávidos pela inovação e pelos desafios das transformações.

CLASSIFICAÇÃO AMERICANA

Baby Boomers – 1945 – 1964

Geração X – 1965 – 1979

Geração Y (Millennials) 1980 – 1994

Geração Z – 1995 – Atual

Geração Alpha: 2010 – 100% digital



GERAÇÃO Z – 2000 – ATUAL

- ❖ Pertence ao mundo conectado .
- ❖ Cresceu com um celular na mão são chamados de “nativos digitais” .
- ❖ Para eles, não existe divisão entre online e offline,
- ❖ Pra eles não há tempo a perder, extremamente ágeis, multitarefas e capazes de absorver uma grande quantidade de informações.
- ❖ Possuem um forte senso crítico.
- ❖ Quando o assunto é carreira, são desconfiados, pois não acreditam na ideia de exercer apenas uma função pelo resto da vida.



- ❖ Estão ainda para chegar ao mercado, mas já se espera dessa geração uma grande flexibilização nas relações de trabalho, com uma forte produção conectada à velocidade da tecnologia.
- ❖ Eles não se prendem às **fronteiras geográficas**, possuem amigos e relacionamentos em todo lugar.
- ❖ São consumistas, mas **preferem experiências**, como conhecer um lugar novo, a gastar com roupas e itens supérfluos.
- ❖ Buscam por um **mundo melhor**, se preocupam com sustentabilidade, alimentação orgânica e veganismo.



- ❖ Pesquisadores chamam de Instantaneidade, a ansiedade e superficialidade que são marcantes nesta geração.
- ❖ Sofrem se estão desconectados e podem sentir, por exemplo, da síndrome FOMO (*Fear Of Missing Out*), uma espécie de medo de perder algo que pode estar acontecendo e que saberia através



MAS, DE QUEM ESTAMOS FALANDO?
QUEM SÃO OS CONSIDERADOS ADOLESCENTES?

Adolescência é o período de transição entre a infância e a vida adulta, caracterizado pelos impulsos do desenvolvimento físico, mental, emocional, sexual e social.

Para a Organização Mundial da Saúde (OMS), estão na faixa etária entre 10 e 19 anos

No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA),

de acordo com a Lei 8.069, de 1990:

- criança a pessoa até 12 anos de idade incompletos

- adolescência como a faixa etária de 12 a 18 anos de idade



MINHA PERCEPÇÃO...

Tenho ouvido das coaches que eu atendo por meio do meu método, o DECIFRA-TE!, da dificuldade em manter a atenção dos coachees durante a sessão, devido a esse imediatismo inerente a essa geração Z.

Percebo que é necessário a utilização de técnicas inovadoras que possam ir de encontro ao que faz parte do universo desse jovem.

Se você atende a geração Z precisa agir de forma criativa e analítica tendo ferramentas aliadas de forma a engajar e estimular o interesse deles,



Nessa idade, gostam dos games, Existe uma grande necessidade do prazer na ação do aprender; a neurociência nos prova isso. Não estão interessados só na brincadeira , mas se não é prazeroso eles se desconectam .

Eu não sei se você já está usando alguma técnica parecida, mas se não está, eu reforço esta necessidade !

Teve uma época que eu ficava insegura, pois era minha função garantir a produtividade. Eu ficava ansiosa pensando... e se ele chegar cansado... Será que vai cumprir o que eu vou propor a ele? Isto me incomodava muito, eu não era inteira, eu era meia coach, isso me deixava frustrada....



Sabe, eu sou muito chata em relação a qualidade das minhas sessões, por isso que eu me empenhei tanto em criar possibilidades. Isso pra mim era razão de sofrimento, pois não abro mão de ter um atendimento de extrema qualidade, de mostrar a minha autoridade enquanto coach vocacional.

Outra situação que também já me ocorreu, é quando o jovem é muito tímido, de poucas palavras. ah! ainda tem os dispersos e os desmotivados!



Foi aí que eu entendi que precisava tornar a sessão mais leve, mais agradável. Ficou claro pra mim que não adiantaria chamar atenção, cobrar foco e mais outras cobranças. Era evidente que a questão não era essa o que acontecia era um pura desconexão com o meu trabalho, com o que estava propondo...



ACONTECE COM VOCÊ?

Isto pode estar acontecendo com você, como acontece com a maioria daqueles que trabalham com adolescentes.

É bom lembrar que também não funcionaria ficar usando mecanicamente aquelas ferramentas tradicionais do coaching, com certeza seria pior!

É preciso ficar claro que temos a obrigação, como profissionais, de tornar a sessão algo que gere resultado naquele dia do encontro, senão a sessão será estéril. E quem vai sair desamparado será o jovem.

Dito tudo isso, vou mostrar como eu resolvi todas essas minhas dores, que sei que você passa por algo parecido... Ansiedade, insegurança, culpa, medo de perder a produtividade, medo de perder o cliente, acertei?



GAMIFICAÇÃO

Falando de forma simplificada, gamificação, é a ação de utilizar recursos e **elementos de jogos**, para estimular o aprendizado e ou reflexão.

Contribuições da GAMIFICAÇÃO:

- ❖ Mais interação:
- ❖ Aulas dinâmicas
- ❖ Novas habilidades: a gamificação proporciona criatividade, autonomia e colaboração
- ❖ Mais motivação: o engajamento proporcionado pelos jogos também desperta a curiosidade e aumenta a motivação
- ❖ Protagonismo



RECONHECIMENTO

A partir do lúdico , eles passam a nos reconhecer, a se envolverem com o processo, a ter prazer em participar; não querem faltar aos encontros. Isso cria uma empatia enorme, aumentando sua percepção do valor real do processo de coaching como um todo.

Com isso tudo, eles vão te achar uma coach muuuito top! Eles saem da posição de meros expectadores e vão para postura de protagonistas, se sentem super empoderados e certos de que você sabe o que está fazendo, que realmente vai ajudá-lo!

Por meio de estratégias da gamificação , você vai finalmente colocar o seu propósito em ação!



Hoje já tenho muitos jogos, livro, mas a minha primeira ferramenta buscando a ludicidade, por meio da Gamificação foi o meu jogo PAPO FORA DA CAIXA!

Nada como um bom desafio para conectar jovens! Estou me referindo a um desafio lúdico de forma a aumentar o envolvimento dele durante às sessões de coaching, “quebrando” a resistência do coachee , aumentando sua conexão.

Pois sem conexão, não tem resultado; não se iluda, por mais que você se esforce. É isso não tem nada a ver com o seu nível de profissionalismo e de conhecimento . Não se culpe!



E AÍ VEM MAIS STORYTELLING!

À medida que eu ouvia as dificuldades dos colegas, que eram as mesmas minhas, ia mostrando o jogo eles gostavam e sempre o pediam emprestado. Cheguei a presentear alguns. Foi então que vi que essa estratégia era boa não só pra mim!

Várias vezes os orientei , explicando como podiam usar, mostrando várias possibilidades de utilizar o mesmo jogo.

É muito bom poder contribuir com aqueles que estão na mesma vibe que a gente! Ver os resultados positivos, as dificuldades serem superadas. Isso me dá uma sensação de Missão Cumprida!



A cereja do bolo pra mim foi o depoimento de uma fonoaudióloga que adquiriu o jogo e tem trabalhado com autistas! Não é bárbaro?

Sabe, eu tenho que dizer da minha satisfação em ver o Papo Fora da Caixa cumprindo a Sua Missão . Assim, vejo, na prática, o meu propósito em ação, ajudando as pessoas... A sensação é indescritível!

Você precisa utilizar a estratégia da *gamificação* no seu dia-a-dia, como diferencial do seu atendimento! Você vai perceber como as sessões vão ficar mais agradáveis e prazerosas pra você e principalmente quem você está atendendo!



NÃO É MÁGICA NÃO !

É importante saber que a gamificação não faz mágica; ela conecta e isso é tudo o que a gente precisa não é?

Na prática, tenho conseguido 100% de efetividade da sessão! Nesse tempo que a gente fica juntos, a conexão, a entrega do jovem ao processo é fantástica! E não é nada mirabolante, sofisticado, não é?



ENFIM !

Percebe como é simples?

É essa a mensagem que quero deixar pra você neste E-book.

Penso que é assim que uma estratégia ou uma ferramenta tem que ser: fácil, prazerosa e precisa.

É preciso investir nessa postura disruptiva, rompendo de forma definitiva, com o que é óbvio.

SEJA diferente , FAÇA a diferença!





QUERO ME CONECTAR COM VOCÊ !
@JACQUELINE.AZIZI