

O Autoconhecimento para a Apresentação Profissional de Jovens no Mercado de Trabalho



Leticia Stroparo Tozetti, Renata Souza de Lima
Faculdade Educacional de Araucária/ Unidade Bacacheri

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo verificar qual é a importância do autoconhecimento para a apresentação profissional dos jovens no mercado de trabalho, tendo como objeto de estudo uma ONG que trabalha com um programa de jovens aprendizes em Curitiba. Foram abordadas algumas dificuldades na iniciação destes jovens no mercado de trabalho e quais seriam os benefícios do autoconhecimento para um melhor preparo para enfrentar novas oportunidades no mercado de trabalho. Assim, foi realizada uma pesquisa bibliográfica juntamente com uma pesquisa de campo utilizando o método de introspeccionismo relacionado a algumas ferramentas de desenvolvimento com uma ex-aprendiz da ONG. Os resultados demonstram que as dificuldades do jovem no mercado de trabalho existem, mas o desenvolvimento do autoconhecimento pode proporcionar mais segurança, elevar a autoestima e buscar evidenciar as potencialidades dos jovens. Dessa forma ele encontrará realização tanto profissional quanto pessoal e o mercado reconhecerá o seu real valor, já que o próprio indivíduo saberá seu valor. Portanto, faz-se necessário buscar primeiramente o autoconhecimento para depois buscar uma oportunidade que se encaixe neste perfil agora conhecido.

Palavras chave: jovem, autoconhecimento, introspeccionismo.

ABSTRACT

This article aims to verify the importance of self - knowledge for the professional presentation of young people at labor market, in a non-governmental organization (NGO) that works with an young apprentice program in Curitiba. Some difficulties of young people's initiation in the job market were addressed, such as the benefits of self-knowledge for better preparedness to face the labor market. Thus, a bibliographic research and a research using the introspection method with some development tools were carried out with a former apprentice, whose purpose was to demonstrate the importance and the functioning of the tools used in the process of self-knowledge. The results demonstrated that the difficulties of young people in the labor market exist, but the development of self-knowledge provides more security, elevates their self-esteem, and seeks to highlight their potential, and should be careful to find a profession appropriate to their skills. In this way he will find both professional and personal fulfillment and the market will recognize its real value, since the individual himself will know its value. Therefore, it is necessary to seek self-knowledge first and then seek an opportunity that fits this profile now known.

Key Words: Young, Self-knowledge, Introspectionism.

1. INTRODUÇÃO

Observa-se atualmente que há muita dificuldade de o jovem se colocar no mercado de trabalho. Muitos deles reclamam da falta de oportunidades, exigência de experiência e até mesmo falta de confiança neles. Segundo alguns estudos, um dos principais motivos que geram esta dificuldade acontece já no início de um processo seletivo devido à dificuldade dos jovens em saber fazer sua descrição pessoal e profissional, ou seja, os candidatos não passam segurança e clareza em sua postura, começando pelo currículo e durante as entrevistas, causando um ruído na comunicação com o recrutador.

A ideia para realização deste trabalho surgiu com um projeto de uma ONG, objeto de estudo desta pesquisa, com a criação de um site *online* para cadastrar currículos de ex-aprendizes e assim divulgar vagas efetivas, visando à recolocação dos jovens ex-aprendizes no mercado de trabalho, pois estava havendo uma grande procura por parte deles na ONG, relatando sobre as dificuldades de encontrar novas oportunidades de trabalho.

Este artigo tem como objetivo compreender quais são as dificuldades do jovem no mercado de trabalho e também conhecer os benefícios do autoconhecimento como forma de auxiliar os jovens em suas carreiras profissionais, mostrando a importância do autoconhecimento para vida profissional.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Martins (*apud* Pais, 1991):

Resume essa discussão apontando os fatores que exprimiriam essa dificuldade de inserção dos jovens no mercado de trabalho e fortalecem a insatisfação, entre eles, com as perspectivas do futuro profissional: a diminuição das oportunidades de empregos para os jovens, principalmente em decorrência da introdução de novas tecnologias, com as exigências de maior qualificação e experiência; a significativa mobilidade ocupacional dos jovens, com a circulação por diversas situações seja de trabalho (formação, aprendizagem, precário, temporário, em tempo parcial, etc.), seja de emprego (desemprego, inatividade, emprego); a precarização do trabalho juvenil seria acompanhada pela periferização dos jovens em torno do mercado de trabalho secundário, tanto em consequência da sua fraca especialização/qualificação, que os orientaria para o trabalho nos setores periféricos, quanto por uma preferência pelo trabalho "intermitente", antes de buscarem estabilidade e assumirem maiores responsabilidades.

Martins (1997) constatou que outra explicação para a chamada "alergia do jovem ao trabalho" se daria pela inadequação da escola ao mercado de trabalho. A autora aponta ainda que o tempo passado nas escolas dificulta a adaptação do jovem à vida adulta e ao trabalho, trazendo uma rotina mais rígida com os horários e diminuição de sua vida social

e por fim gerando uma desvalorização do trabalho buscando trajetórias de satisfação em outras formas. Enquanto alguns jovens se esforçam em suas realizações de vida vinculadas a um sucesso profissional ou ao trabalho, outros veem o trabalho como apenas uma ferramenta para suas futuras satisfações (PAIS, 1991).

Para ajudar o jovem no mercado de trabalho, tudo deve começar pela sua preparação, segundo Pimenta (1981), a orientação vocacional é uma ferramenta para facilitar e ajudar o jovem a se conhecer e buscar fazer escolhas adequadas. A principal ajuda oferecida pela orientação vocacional é a necessidade de desenvolver o autoconhecimento para uma melhor adequação e preparo a futuras profissões (DONALD & SUPER, 1980).

A identidade profissional desenvolvida na orientação vocacional aborda a importância de serem desenvolvidos os potenciais do indivíduo (Andrade, Meira e Vasconcelos, 2001). “A Orientação Vocacional cumpre sua função de extrema importância quando leva o sujeito a refletir sobre si mesmo, analisando suas características, explorando sua personalidade e aprendendo a escolher e abordar situações conflitivas” (Andrade, Meira e Vasconcelos, 2001). Segundo Bock e Aguiar (1995), o autoconhecimento deve conduzir os jovens a conseguir identificar a composição de sua personalidade.

“No processo de orientação vocacional devem ser trabalhados o autoconhecimento e a elaboração da escolha em si, levando em consideração todos os determinantes” (Vasconcelos, Antunes & Silva, 1998). Bohoslavsky (1993) reforça que, a orientação vocacional trabalha com o objetivo de auxiliar os jovens a buscar sua vocação de forma a aprender sobre sua identidade pessoal primeiramente. Logo para um jovem conseguir realização, a melhor maneira é pela busca do autoconhecimento, dessa forma é possível ter uma visão das possibilidades profissionais que a sociedade o oferece (Bock & Aguiar, 1995). Muller (1988) afirma que a construção da identidade profissional demanda de um aprendizado difícil e contínuo.

Outra área que também trabalha o autoconhecimento é o *coaching*, sendo profissionais que preparam indivíduos a aprender a buscar e alcançar seus objetivos de vida. Marques e Carli (2012, p. 22) afirmam que o *coaching* “é um processo de aprendizagem e desenvolvimento de competências comportamentais, psicológicas e emocionais, direcionado à conquista de objetivos e obtenção de resultados planejados”.

Para Chiavenato, (2005, p. 43) “o *coaching* trabalha para proporcionar uma direção objetiva e profissional no sentido de ampliar o desempenho de uma pessoa, para ajudar a melhorar aquilo que ela já possui e adquirir aquilo que ela necessita”.

Segundo Marques (2013), o *coach* de carreira é dedicado a proporcionar ao *coachee* (aprendiz do *coach*) um desenvolvimento, sendo apresentando novas ideias e ferramentas adequadas para atingir a carreira sonhada com sabedoria. Catalão e Penim (2009) complementam ainda que, “o coach facilita a tomada de consciência, a identificação de potencial, a obtenção ou reforço da autoestima, a definição de objetivos, a elaboração e monitorização de planos de ação para a performance de seu *coachee*”. E que com o processo de aprendizado pelo *coachee* sobre suas características de personalidade e percepção, ele então terá o conhecimento necessário e que poderá utilizar esses meios muitas vezes ainda por sua vida (PINHEIRO, BROGE & PASQUAL, 2012).

Uma das ferramentas para ajudar a analisar o perfil comportamental é a apresentada pelo instituto Brasileiro de *Coaching* (2013), onde foi feito uma adaptação do trabalho de Ned Hermann “Dominância Cerebral”. Essa ferramenta é chamada de teste IBC sendo analisado o comportamento, traçando um mapeamento cerebral, apontando nossos comportamentos, valores e motivadores.

INSTITUTO BRASILEIRO DE *COACHING*, 2013, ADAPTADO DE NED HERMANN:

Nesta análise do comportamento são traçados quatro modelos que indicam as características centrais de cada um dos perfis comportamentais, como: idealização, comunicação, organização e ação. Assim fazendo uma metáfora com alguns tipos de animais, podemos dizer que a águia é idealizadora, o gato - o comunicador, o lobo - o organizado e o tubarão - o executor.

Existem também estudos abordando as inteligências múltiplas, desenvolvido por Howard Gardner na universidade de Harvard no ano de 1980, apresentando a ideia de que o ser humano possuía habilidades em várias áreas na sociedade além da inteligência Racional.

O teste de inteligências múltiplas veio para dar mais abertura para o conhecimento em várias áreas.

Segundo Travassos (2001) existem sete Inteligências e localizações no cérebro humano:

- 1. Inteligência linguística:** é o tipo de capacidade exibida em sua forma mais completa, talvez pelos poetas. *Localização:* parte do cérebro chamada Centro de Broca.
- 2. Inteligência lógico-matemática:** é a capacidade lógico-matemática, assim como a capacidade científica. *Localização:* Centro de Broca
- 3. Inteligência espacial:** é a capacidade de formar um modelo mental de um mundo espacial e ser capaz de manobrar e operar utilizando esse modelo. Exemplo: Os

marinheiros, engenheiros, cirurgiões, pintores, escultores. *Localização*: Hemisfério direito do cérebro.

4. Inteligência musical: é a capacidade voltada para a música. Exemplo: Leonardo Bernstein, Mozart. *Localização*: hemisfério direito.

5. Inteligência corporal sinestésica: capacidade de resolver problemas ou de elaborar produtos utilizando o corpo inteiro, ou partes do corpo. Exemplo: dançarinos, atletas, cirurgiões e artistas. A dominância desse movimento é encontrada no hemisfério esquerdo.

6. Inteligência interpessoal: capacidade de compreender outras pessoas: o que as motiva, como elas trabalham, como trabalhar cooperativamente com elas. Exemplo: vendedores, políticos, professores, clínicos (terapeutas) e líderes religiosos bem-sucedidos. *Localização*: lobos frontais.

7. Inteligência intrapessoal: é uma capacidade correlativa voltada para dentro. É a capacidade de formar um modelo acurado e verídico de si mesmo e de utilizar esse modelo para operar efetivamente na vida. *Localização*: lobos frontais.

Essas ferramentas citadas acima servem para dar um ponto de partida ao autoconhecimento, por meio de testes é possível chegar a algumas definições sobre o perfil do indivíduo, podendo ser acrescentados ou descartados pontos que conseguem trazer uma definição mais próximo ao seu perfil.

As próximas ferramentas servem para dar uma orientação ao jovem de como prosseguir, de forma que traga uma visão de como está seu comportamento atual e o que será necessário para alcançar as metas desejadas.

Existe uma análise na psicologia que fala sobre a comunicação neurolinguística (PNL - Programação Neurolinguística), segundo Lages e O'connor (2004), "no *coaching* com PNL, é mais importante começar o processo de *coaching* pelas metas e sonhos, fazendo já um plano de ação, ao invés de analisar mais profundamente o presente. "

A PNL analisa o comportamento voltado para as expressões verbais e não verbais, que por meio dos chamados "canais sensoriais de comunicação", esses canais fazem a captação de informações internas e externas levando-as ao cérebro. Segundo Bandler (1987) "o cérebro representa e codifica a informação antes de armazená-la em si, dependendo do canal de percepção, a mensagem será codificada pelo canal correspondente".

Para Souza, 2008:

O sistema visual (V) é caracterizado pelo registro de imagens, formas, cores, dimensões, profundidade, distância, velocidade, entre outros, ele reúne as partes visíveis da realidade e funciona principalmente através das lembranças e criação de imagens.

O sistema auditivo (A) se caracteriza por sons, palavras, tonalidades, timbres, ritmo, singularidade do som, etc., reunindo as partes audíveis da realidade a partir da comunicação sonora que recebe.

O sistema Sinestésico (K) é informado pelos outros sentidos, através de sensações olfativas, gustativas e táteis. Dentre o K olfativo pode se citar submodalidades como

tipo de cheiro, intensidade; no K gustativo: tipo de sabor, textura, intensidade e no K tátil – localização, intensidade, peso e temperatura são algumas das submodalidades

Os canais sensoriais quando trabalhados são também decisivos para o sucesso, já que possibilitam a melhoria do relacionamento interpessoal. O *coaching* com PNL utiliza-se a ferramenta *análise SWOT* onde se traça os fatores internos e externos com ameaças, fraquezas, oportunidades e forças, e a ferramenta *Roda da Vida*, que Lages e O'Connor (2004) dividem oito áreas a serem trabalhadas: meio ambiente físico, saúde, carreira, relacionamentos, romance, autodesenvolvimento, finanças e diversão/recreação.

E para finalizar com um plano de ação é possível utilizar a ferramenta 5W 2H (*what* – o que será feito, *why* – por que será feito, *where* – onde será feito, *when* – quando, *who* por quem será feito, *how* - por quem será feito e *how much* – quanto custa), que auxilia a solucionar problemas encontrados, e ainda definir ações a serem adotadas para alcançar os objetivos.

Com a existência de várias ferramentas, é possível ser trabalhado de diversas maneiras o autoconhecimento, possibilitando um preparo adequado para o mercado de trabalho, já que é lá que estão as oportunidades de alcançar sonhos e realizações, por isso à importância de se estar preparado para as oportunidades desejadas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa apresentada neste artigo possui origem teórica, sendo utilizadas informações obtidas em livros, artigos, revistas especializadas e na *internet*. Além desta pesquisa bibliográfica, também foram realizadas atividades de campo.

Foi realizada uma experimentação bastante utilizada na psicologia, que é o método do introspeccionismo, onde são feitos testes práticos de ferramentas mencionadas no artigo com um ex-aprendiz da ONG.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A ideia da presente pesquisa surgiu com um projeto da ONG na criação de um site *online* para cadastrar currículos de ex-aprendizes e assim divulgar vagas efetivas, ou seja, possibilitar a recolocação dos jovens ex-aprendizes no mercado de trabalho, pois estava havendo uma grande procura deles pela ONG relatando dificuldades de encontrar novas oportunidades de trabalho.

O tema abordado busca compreender as dificuldades encontradas pelos jovens e avaliar os benefícios do autoconhecimento para sua carreira profissional. O

autoconhecimento deveria ser o principal e primeiro passo para o jovem se inserir no mercado de trabalho, pois ao buscar compreender suas características, pontos fortes e fracos, habilidades e preferências, facilita sua apresentação diante as organizações que estão contratando. A maior dificuldade hoje dos candidatos em conseguir novas oportunidades de trabalho está no uso inadequado das ferramentas de apresentação pessoal, como currículo, comunicação, *marketing* pessoal e para piorar a situação, os jovens, não sabendo quais são seus objetivos, apresentam respostas que não condizem com sua real identidade, de forma que quando utilizadas da maneira adequada é que seus objetivos pessoais e profissionais facilitarão seu encaixe no mercado de trabalho.

A ONG é uma instituição que desde 2001 cria oportunidades para transformar a vida de jovens. O meio para a transformação é a colocação de adolescentes no mercado de trabalho, assumindo o compromisso de formar estes jovens para serem cidadãos atuantes por um mundo melhor. O trabalho é vinculado à Lei da Aprendizagem (Lei 10.097/2000), que diz em linhas gerais que estabelecimentos de qualquer natureza, excluídas as micro e pequenas empresas, devem empregar um percentual de jovens na condição de aprendizes. As atividades desenvolvidas pela ONG vão além da colocação de jovens dentro de empresas. Na ONG existe a preocupação em transformar a vida do jovem por meio de um trabalho conjunto com a empresa, a família e a escola.

Atualmente participam aproximadamente 700 adolescentes na ONG, todos eles atuando como aprendizes em empresas parceiras e simultaneamente participando de treinamentos semanais de qualificação profissional em administração ou comércio. São quase quarenta instrutores/profissionais ensinando os mais diferentes módulos: contabilidade, informática, comunicação, matemática, constituição de empresa, RH, poesia, leitura na música, escrita fiscal e muitos outros, totalizando quinhentas e sessenta horas, com certificado de qualificação profissional ao fim deste curso.

A pesquisa aconteceu da seguinte maneira: foi feita uma experimentação bastante utilizada na psicologia, o método do introspeccionismo, onde é feito um teste prático baseado nas ferramentas mencionadas anteriormente no referencial teórico, visando comprovar a funcionalidade delas.

A ferramenta Teste IBC: perfil comportamental, foi aplicada por meio de um questionário contendo vinte e cinco perguntas, sendo calculado e apurado a seguir a porcentagem da pontuação referente às letras A (tubarão), I (águia), C (gato) e O (lobo). Tais letras fazem referência a um tipo de animal e cada animal por fim apresenta um perfil comportamental, o resultado do teste aplicado

pelo método do introspeccionismo mostrou um perfil comportamental representado nas figuras 1 e 2 a seguir.

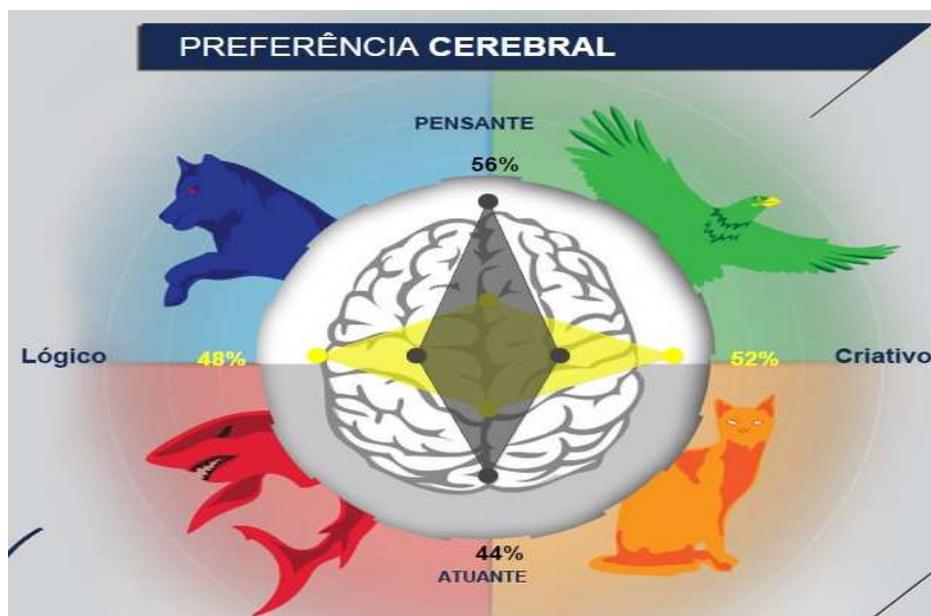


FIGURA 1: RESULTADO DO TESTE IBC – PREFERÊNCIA CEREBRAL.
 FONTE: IBC, 2016.



FIGURA 2: RESULTADO DO TESTE IBC – PERFIL COMPORTAMENTAL.
 FONTE: IBC, 2016.

Por meio do perfil “lobo”, as seguintes características podem ser ressaltadas no respondente da pesquisa, segundo o IBC (2016):

- **comportamento:** fazer certo; detalhista; organizado; estrategista; brusca do conhecimento; pontual; conservador; previsível;
- **pontos fortes:** organização; lealdade e segurança; regras e responsabilidade; passado, presente e futuro - equilíbrio;
- **pontos de melhoria:** dificuldades de se adaptar às mudanças; pode impedir o progresso; detalhista, estruturado e demasiado sistematizado;

- **motivações:** certeza compreensão exata de quais são as regras; ver o produto acabado - começo, meio e fim; ausência de riscos e erros; conhecimento específico do trabalho;
- **valores:** ordem e controle.

A próxima ferramenta utilizada no respondente era sobre inteligências múltiplas apresentada também por meio de perguntas e depois pela apuração da pontuação final. O resultado permite verificar na qual das sete áreas (linguística, lógica matemática, musical, sinestésica corporal, espacial visual, interpessoal ou intrapessoal) a pessoa tem mais aptidões. Os resultados deste teste mostraram que o respondente desta pesquisa tem mais aptidões linguísticas (palavras e linguagem, escrita e falada; retenção, interpretação e explicação de ideias e informações via linguagem, relação entre comunicação e significado) e interpessoal (percepção dos sentimentos das outras pessoas, capacidade de se relacionar com os outros, de interpretação do comportamento e da comunicação; entende as relações entre as pessoas e suas situações, incluindo outras pessoas). Características comuns a este perfil segundo DAAM Educação superior:

1. Linguística:

Escolhas, preferências ou potenciais: escritores, advogados, jornalistas, palestrantes, instrutores, redatores, professores de inglês, poetas, editores, linguistas, tradutores, relações públicas, consultores de mídia, apresentadores de TV e rádio.

Tarefas relativas, atividades e testes: escrever um conjunto de instruções; falar sobre um assunto; editar uma peça escrita ou trabalho, escrever um discurso; opinar em um evento; aplicar uma tendência positiva ou negativa para uma história.

Estilo de aprendizagem favorito: palavras e linguagem.

2. Interpessoal:

Escolhas, preferências ou potenciais: terapeutas, profissionais de RH, mediadores, dirigentes, conselheiros, políticos, educadores, vendedores, profissionais da religião, psicólogos, professores, médicos, organizadores, cuidadores, profissionais de publicidade, treinadores e mentores.

Tarefas relativas, atividades e testes: interpretar o humor de expressões faciais; demonstrar sentimentos através a linguagem corporal; afetar os sentimentos dos outros de forma planejada; treinar ou aconselhar outra pessoa.

Estilo de aprendizagem favorito: contato humano, comunicação, cooperação e trabalho em equipe.

A ferramenta PNL (canais sensoriais de comunicação) é aplicada por meio de um questionário. As perguntas são separadas por três colunas: A corresponde ao canal visão, B corresponde ao canal auditivo e C corresponde ao canal Sinestésico, são contabilizados apenas as respostas “sim” de cada coluna, ao final tem-se o resultado de qual canal é o mais dominante, os resultados do teste aplicado pelo método do introspeccionismo mostrou o seguinte:

Coluna A - Visão

8

Coluna B - Auditivo

7

Coluna C - Sinestésico

5

Canal visual:

É aquele no que predomina o ver, a tendência a desenhar no espaço os objetos que descreve com palavras de referência visual. Costuma falar rápido e olhar a diretamente aos olhos. As pessoas visuais preferem ler a seguir uma explicação oral, ou tomam notas para ter algo que ler. Ao pensar em imagens, uma pessoa pode trazer à mente muita informação ao mesmo tempo. Por isso a gente que utiliza o sistema de representação visual tem mais facilidade para observar grandes quantidades de informação com rapidez. Quando uma pessoa tem problemas para relacionar conceitos muitas vezes se deve a que está processando a informação de forma auditiva ou sinestésica. A capacidade de abstração e a capacidade de planificar estão diretamente relacionadas com a capacidade de visualizar. (Programação Neurolinguística de John Grinder e Richard Bandler)

A ferramenta de análise SWOT foi aplicada apontando os pontos positivos e negativos da personalidade do indivíduo fazendo um mapeamento dos seus recursos internos (características, pontos fortes e fracos, conhecimentos e competências) e externos (oportunidade de mercado e ameaças). Os resultados do teste aplicado pelo método do introspeccionismo foram os seguintes:

TABELA 1 – RESULTADOS DO TESTE DE INTROSPECCIONISMO.

	POSITIVOS	NEGATIVOS
INTERNA	<i>FORÇA</i> Curso ADM, RH; Informática; experiência 2 anos ADM/RH; comunicação aberta; organização; lealdade; responsabilidade; passado, presente e futuro - equilíbrio; sensível; busca harmonia; detalhista; organizada; estrategista; busca do conhecimento; pontual; afetar os sentimentos dos outros de forma planejada; automotivação.	<i>FRAQUEZA</i> Timidez; dificuldade para tomar decisões; voz baixa; esconder conflitos; felicidade acima dos resultados; manipulação através dos sentimentos; dificuldades de se adaptar a mudanças pode impedir o progresso; detalhista, estruturado e demasiado sistematizado; sem inglês.
EXTERNA	<i>OPORTUNIDADE</i> Cursos gratuitos; vagas operacionais; vagas temporárias.	<i>AMAEÇA</i> Indisponibilidade para viagens e mudança de casas; concorrência profissional; baixas oportunidades; segurança.

FONTE: AS AUTORAS (2016).

Posteriormente foi realizada uma análise dos dados obtidos acima, fazendo um confronto entre eles como:

Forças X Oportunidades

Forças X Ameaças

Fraquezas X Ameaças

Oportunidades X Fraquezas

Utilizando a ferramenta 5W 2H, foi feito um plano de ação para o respondente atingir seus objetivos de forma a melhorar sua postura e comportamento, buscando uma expressão melhor e que transmita mais confiança em sua postura.

What- o que será feito? Curso de oratória

Who - quem o fará? Respondente da pesquisa

When- quando será feito? Janeiro de 2017

Where- onde será feito? Senai/PR

Why- por que será feito? Para melhoria de postura e mais confiança em suas apresentações

How- como será feito? Por meio de curso de capacitação

How much- quanto custará cada ação? R\$ 300,00.

Ao final da experimentação foi possível perceber que as ferramentas utilizadas por profissionais da área de *coaching* e orientação profissional são eficazes sim, já que, possibilitam uma clareza maior sobre cada indivíduo, e que por meio dos resultados é possível desenvolver e trabalhar o autoconhecimento, causando progresso na postura profissional dos indivíduos.

3. CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve o objetivo de demonstrar a importância do autoconhecimento para a apresentação do jovem no mercado de trabalho por meio de ferramentas utilizadas nos processos de *coach* e orientação vocacional. As ferramentas foram testadas e foi comprovada a relevância do tema para garantir mais segurança ao jovem diante de entrevistas profissionais quando se é trabalhado com ele o autoconhecimento.

Os benefícios do autoconhecimento trabalhado antes do ingresso no mercado de trabalho são muitos, já que, é possível desenvolver e possibilitar um caminho mais adequado a cada indivíduo de acordo com suas aptidões, de forma que traga mais satisfação e segurança na busca por oportunidades. Assim, o jovem passa acreditar em si mesmo elevando sua autoestima, busca cada vez mais o desenvolvimento de seus potenciais, e com isso passa a ter mais confiança e firmeza conquistando seu espaço no mercado de trabalho, que estará além do sustento de cada dia, pois quando a pessoa sabe o que busca, enxerga o trabalho como meio de atingir suas satisfações e realizações pessoais.

Mesmo assim, novas pesquisas utilizando-se destes métodos devem ser realizadas para reforçar os resultados aqui apresentados a fim de melhor desenvolver estas ferramentas para utilização diária de profissionais de RH nas empresas.

4. REFERÊNCIAS

ANDRADE, J., MEIRA, G., VASCONCELOS, Z. **Processo de Orientação Vocacional Frente ao Século XXI: Perspectivas e desafios**. Departamento de Psicologia, Universidade Federal da Paraíba, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S1414-98932002000300008>>. Acesso em: 29/09/2016.

BANDLER, Richard. **Usando sua mente – As coisas que você não sabe que não sabe**. São Paulo: Summus. 1987

BOCK, B., AGUIAR, J. **A Escolha Profissional em Questão**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1995.

BOHOSLAVSKY, R. **Orientação Vocacional: A estratégia clínica**. 9 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

CHIAVENATO, I. **Construção de Talentos: As Novas Ferramentas de Gestão de Pessoas**. 5. ed. São Paulo: Elsevier, 2005.

DONALD, E., SUPER, J., M.. **Psicologia Ocupacional**. Tradução de Esdras do Nascimento e Jair Ferreira dos Santos. São Paulo: Atlas, 1980.

IDAAM Educação superior: Teste das múltiplas inteligências. Disponível em: <<https://www.posgrado.net.br/aplicacoes-e-recursos/teste-das-multiplas-inteligencias.html>>.

LAGES, A. E O'CONNOR, J. **Coaching com PNL: o guia prático para alcançar o melhor em você e nos outros: como ser um coach máster**. Rio de Janeiro: qualitymark, 2004

MARQUES, R. **Coaching e Carreira – Técnicas Poderosas e Resultados Extraordinários**. Goiânia: IBC, 2013.

Marques, R. J. **Instituto Brasileiro De Coaching (IBC)**. 2016. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/portal/comportamento/analise-comportamento-teste-perfil-comportamental/>>. Acesso em: 14/11/2016

MARQUES, R., & CARLI, E. **Coaching de carreira: Construindo profissionais de sucesso**. São Paulo, SP: Ser Mais, 2012.

MARTINS, H. **Revista Brasileira de Educação: O jovem no mercado de trabalho**. Departamento de Sociologia, Universidade de São Paulo, 1997, pág. 96 áH109.HDisponível em: <<file:///C:/Users/RENATA/Documents/Faculdade/projeto%20integrador/Jovem+como+Modelo+Cultural+-+Peralva.pdf>>.HAcessoHem: 29/09/2016.

MÜLLER, M. **Orientação Vocacional: Contribuições clínicas e educacionais**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1988.

PAIS, J. **Emprego Juvenil e Mudança Social: Velhas Teses, novos modos de vida.** Análise Social, Lisboa, 1991.

PENIM, A. T., CATALÃO, J.A.. **Ferramentas de Coaching.** Lisboa: Lidel, p. 05, 2009.
PIMENTA, G. **Orientação Vocacional e Decisão: Estudo crítico da situação do Brasil.** 2 ed., São Paulo: Editora Loyola, 1981.

PINHEIRO, B., BROGE, V.; PASQUAL, J. **Coaching e Formação de Liderança/Coaching.** Digitado. S.L.s.d, 2012.

Programação Neurolingüística: “De sapos a príncipes”, GRINDER, J. E BANDLER, R. “Use sua cabeça para variar”, Bandler, R. Disponível em: <http://www.resumosetrabalhos.com.br/programacao-neurolinguistica_5.html>. Acesso em: 28/11/2016.

SOUZA, E. **Uso de PNL no Atendimento do Turismo PNL Use of The Attendance Services Of Tourism.** Centro Universitário Fundação Santo André, Foz do Iguaçu – Paraná, 2008. Disponível em: <http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/46.-USO-DE-PNL-NO-ATENDIMENTO-DO-TURISMO.pdf>. Acesso em: 14/11/2016

TRAVASSOS, L. **Revista de Biologia e Ciências da Terra: Inteligências Múltiplas.** H2001, HISSNH1519-5228. Disponível em: http://www.iadi.com.br//Downloads%20IADI/IADI%20-%20inteligencias_multiplas.pdf. Acesso em: 12/11/2016

VASCONCELOS, Z. B. DE., ANTUNES, R. F., SILVA, O. C. **Orientação Vocacional : Relato de uma experiência na clínica de psicologia da UFPb.** *Revista de Extensão / UFPb*, nO. 6, 20-27, 1998. Disponível em: <<http://artefactum.rafrom.com.br/index.php?journal=artefactum&page=article&op=view&path%5B%5D=589>>.