

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo  
PUC-SP**

Junia Rusig

**Quem é o profissional *coach* em comunicação?**

**Mestrado em Fonoaudiologia**

SÃO PAULO  
2021

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**  
**PUC-SP**

Junia Rusig

**Quem é o profissional *coach* em comunicação?**

Mestrado em Fonoaudiologia

Dissertação apresentada à Banca Examinadora como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Fonoaudiologia pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ruth Ramalho Ruivo Palladino.

SÃO PAULO  
2021

Autorizo exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução parcial ou total desta dissertação, através de fotocópias ou meios eletrônicos.

---

Junia Rusig  
São Paulo, Janeiro 2021.

## **Banca Examinadora**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ruth Ramalho Ruivo Palladino (Orientadora)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marta Assumpção de Andrada e Silva (PUC-SP)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marcia Helena Moreira Menezes

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

This study was funded with support by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

*“Tudo posso naquele que me fortalece.”*

À CAPES pelo incentivo financeiro  
concedido durante o Mestrado.

## **Agradecimentos**

Agradeço à Deus, por ter me dado sabedoria e capacidade para chegar até esse momento.

À minha mãe, Elizete, que me ensinou tudo o que sei sobre amor, dedicação e responsabilidade. Que zela por mim a todo o momento. Sem ela, nada disso seria possível.

Ao meu amor, por todo o carinho e apoio incondicional. Por me escutar, incentivar e torcer por mim. Por sempre me desafiar a ir além. Que possamos permanecer de mãos dadas.

Aos meus irmãos, em especial, Carolina e Mateus, que foram os primeiros a me incentivar nesta caminhada pela busca do conhecimento, e, me ensinarem que mudamos o que somos através dele. Sou grata em tê-los ao meu lado, hoje e sempre.

À minha orientadora Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ruth Ramalho Ruivo Palladino, obrigada por ter me guiado de forma firme e amiga, me dando a segurança necessária para que eu concluísse essa trajetória. Reconheço que seus conselhos, paciência e bom humor foram de extrema importância neste trabalho.

À Prof<sup>a</sup>.Dr<sup>a</sup>. Marta Assumpção de Andrada e Silva, por ser um grande referencial e gentilmente aceitar dividir tanto do seu conhecimento sobre o assunto comigo. Obrigada pelo acolhimento desde o início.

À Prof<sup>a</sup>.Dr<sup>a</sup>. Marcia Helena Moreira Menezes por ter aceitado o convite para ser parte da minha banca examinadora e ter compartilhado seu conhecimento de forma clara, contribuindo imensamente no exame de qualificação.

À Stela Verzinhasse Peres pelo cuidado e paciência na análise dos dados coletados.

Aos professores que fazem parte do Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia por compartilharem e acrescentarem tanto.

Ao meu grupo (Fonofriends) de amigas que me acompanha desde a graduação, principalmente à Mariane Maião, pela parceria e leveza desde o momento em que fomos aprovadas no processo de seleção deste Mestrado.

À todos os sujeitos que fizeram parte desta pesquisa, sem os quais ela não teria sido realizada.

Deixo aqui a minha gratidão a todos que direta ou indiretamente me ajudaram e me encorajaram durante a elaboração desse trabalho.

## RESUMO

**INTRODUÇÃO:** No campo profissional, há, atualmente, um conjunto de práticas com e sobre a comunicação, que visa a maximizar os efeitos positivos no exercício de um trabalho, seja ele artístico, educacional, terapêutico, empresarial ou mesmo no âmbito pessoal. Há algumas denominações para essa atividade aplicada, entre outras, assessoria em comunicação ou *coaching* em comunicação, sendo que diferentes profissionais podem executar as propostas. **OBJETIVO:** caracterizar o profissional *coach* em comunicação. **MÉTODO:** Pesquisa exploratória, realizada com 40 sujeitos, divididos igualmente entre fonoaudiólogos e psicólogos com atuação na área de *coaching*. Foi aplicado um questionário on-line; os dados obtidos foram tabulados e analisados descritivamente. **RESULTADOS:** a pesquisa contou com a participação de fonoaudiólogos e psicólogos, com idade variada entre 26 e 52 anos, 13 homens e 27 mulheres, com formação complementar realizada em Institutos especializados. São dois os principais nichos de atuação: o *coaching* executivo no caso dos fonoaudiólogos e o *personal coaching*, no caso dos psicólogos. **CONCLUSÃO:** Nos mais variados contextos, a prática do *coaching* vem ganhando maior destaque. 50% dos fonoaudiólogos e 45% dos psicólogos reconheceram uma especialidade denominada *coaching* em comunicação. Apesar de não haver unanimidade nestas respostas, a mídia e a internet mostram que os profissionais estão se identificando nestes termos, o que incrementa a discussão e demanda mais estudos. Outras pesquisas podem verticalizar o tema, favorecendo a formação e atuação profissional cada vez mais ética e sustentada conceitualmente.

**Descritores:** Tutoria; Fonoaudiologia; Comunicação.

## ABSTRACT

**INTRODUCTION:** In the professional field, there is currently a set of practices with and about communication, which aim to maximize the positive effects in the exercise of a work, be it artistic, educational, therapeutic, business or even in the personal sphere. There are some names for this applied activity, among others, communication advice or communication coaching, and different professionals can carry out the proposals. **OBJECTIVE:** to characterize the professional coach in communication. **METHOD:** Exploratory research, carried out with 40 subjects, equally divided between speech therapists and psychologists working in the area of coaching. An online questionnaire was applied; the data obtained were tabulated and analyzed descriptively. **RESULTS:** the research had the participation of speech therapists and psychologists, aged between 26 and 52 years, 13 men and 27 women, with additional training carried out in specialized institutes. There are two main areas of activity: executive coaching in the case of speech therapists and personal coaching in the case of psychologists. **CONCLUSION:** In the most varied contexts, the practice of coaching has gained greater prominence. 50% of speech therapists and 45% of psychologists recognized a specialty called communication coaching. Although there is no unanimity in these answers, the media and the internet show that professionals are identifying themselves in these terms, which increases the discussion and demands more studies. Other researches can verticalize the theme, favoring the formation and professional performance that is increasingly ethical and conceptually supported.

**Keywords:** Mentoring; Speech Therapy; Communication.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVO .....</b>	<b>18</b>
<b>3</b>	<b>REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>MÉTODO.....</b>	<b>26</b>
	4.1 Certificação ética .....	26
	4.2 Casuística .....	26
	4.3 Critérios de inclusão .....	26
	4.4 Instrumento .....	26
	4.4 Organização e análise de dados. ....	27
<b>5</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>28</b>
<b>6</b>	<b>DISCUSSÃO. ....</b>	<b>39</b>
<b>7</b>	<b>CONCLUSÃO. ....</b>	<b>46</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>47</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>51</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A comunicação garante a sobrevivência dos homens, modula sua evolução, regula sua relação com a natureza, participa estruturalmente da produção da cultura e define a relação entre as pessoas. A comunicação humana é fundamentalmente envergada pela linguagem (FIORIN, 2013), o que a diferencia da comunicação animal e inclui o corpo no sistema simbólico que a sustenta. Enfim, a comunicação é “um constante diálogo entre corpos biológico, cultural e social” (ARAÚJO e LIMA, 2002, p. 230).

Como posto, a comunicação é origem, opera e sustenta a interação social, base da vida dos homens e, portanto, é sempre intencional (ALVES, 2007), no sentido que sempre convoca e afeta o outro, é sempre uma inter-ação na linguagem, revelada por inúmeros fenômenos, corporais, emocionais, discursivos, culturais, comportamentais e atitudinais.

O campo da comunicação é habitado por diferentes disciplinas, dada a complexidade e multi-dimensionalidade desta inter-ação, (VASSALO de LOPES, 2003, p.6) e, assim, pensá-lo como um “espaço de intersecção” parece ser uma resolução pertinente para qualquer dúvida que se possa instaurar sobre sua natureza e função (CANCLINI, 1999).

A comunicação, em última instância, é foco principal da atenção dos homens, constituindo assunto do campo científico, em termos de produção do conhecimento, do campo acadêmico, em termos de reprodução desse conhecimento e do campo profissional, espaço de aplicação do conhecimento (VASSALO de LOPES, 2003).

No campo profissional, há, atualmente, um conjunto de práticas com e sobre a comunicação, que visa a maximizar os efeitos positivos no exercício de um trabalho, seja ele artístico, educacional, terapêutico, empresarial ou mesmo no âmbito pessoal. Há algumas denominações para essa atividade aplicada, entre outras, assessoria em comunicação ou *coaching* em comunicação, sendo que diferentes profissionais podem executar as propostas.

Por ser um “espaço de intersecção”, na questão do trabalho com a comunicação, visando a obter um melhor desempenho nas relações sociais com efeitos positivos em diferentes atuações profissionais e/ou pessoais, muitos são os interessados que aí têm presença.

Importa destacar, entre outros, os campos fonoaudiológico e psicológico e para instaurar uma reflexão, vale começar discutindo a natureza e o tipo do trabalho em comunicação que cada um destes campos propõe com vistas a modificações na qualidade do desempenho social de um indivíduo, profissional ou não.

É interessante começar a reflexão pela natureza do trabalho.

Neste “espaço de intersecção”, tem importante participação a Fonoaudiologia que, desde muito cedo, empreendeu esforços no sentido de discriminar o trabalho clínico em comunicação do trabalho em assessoria, em função do objetivo específico de um e outro tipo de intervenção.

Isto porque, muito precocemente, por volta de 1970 (FERREIRA, 2004), a Fonoaudiologia, na área da voz, escapou da situação clínica e pôde se alargar em outros ambientes, não clínicos, bastante diversos, acadêmicos, artísticos e, mais tarde ainda, empresariais (KYRILLOS, 2004), nos quais a questão da reabilitação não tem pertinência e, assim, demandam intervenções diferenciadas e particulares.

Nestes ambientes, importam as questões sobre a “habilitação” (KYRILLOS, 2004), relativas à manutenção da saúde vocal, ao aperfeiçoamento vocal e à modulação no desempenho social, pautado por estratégias comunicativas que incluem aspectos verbais, não verbais e vocais (SANTO e ANDRADA e SILVA, 2016).

Esta prática constituiu uma intervenção de “assessoria” e estabeleceu por objetivo “trabalhar o potencial do profissional (cliente), fazendo com que esse tenha a percepção da riqueza de efeitos gerados pela voz na interlocução com as pessoas, na tentativa de adequar ao contexto em que cada um está inserido. O fonoaudiólogo conduzirá o profissional (cliente) a perceber fatores psicossociais implícitos na produção vocal, marcados pela personalidade, pelo estado emocional e presentes nas relações inter-pessoais”, (FERREIRA, 2004, p. 141, parêntesis meus), num processo que visa a desvendar as habilidades e competências comunicativas que estão encobertas ou mesmo são desconhecidas pelo cliente. O trabalho é composto por três partes: avaliação das condições do cliente e do ambiente em que ele se insere; elaboração de um plano de ação e desenvolvimento do plano proposto.

Quando se trata da comunicação, não há na literatura fonoaudiológica, estudos que orientem uma discussão sobre a distinção entre o trabalho em

assessoria e aquele realizado em *coaching*, uma prática não clínica atualmente em voga.

No campo psicológico, diferente do fonoaudiológico, ficou estabelecida naturalmente e desde sempre, uma separação entre ações clínicas e não clínicas. O campo dispõe de ampla variedade de métodos e técnicas, tendo em seu conjunto, estratégias e instrumentos específicos, em diferentes ambientes e, assim, substrato essencial para ações não clínicas (ASCAMA, 2004), além, é claro, de métodos e técnicas essencialmente clínicas.

Na Psicologia, também de modo diferente da Fonoaudiologia, esforços são feitos na comparação distintiva de diversas práticas não clínicas entre si, tais como consultoria, mentoria, aconselhamento e *coaching*.

Os conceitos estão ligados e, muitas vezes, se confundem. O correto uso desses métodos resulta no aumento de produtividade e na conquista de grandes e efetivos resultados, sendo que, com isso, as relações de trabalho estabelecidas nas organizações se tornam mais harmoniosas, beneficiando tanto a empresa quanto seus colaboradores (BASTOS e MARTINS, 1990).

A consultoria, área de atuação da Psicologia, é um método que propõe soluções dentro de empresas e instituições, a partir de estudos, análises e pesquisas da própria realidade organizacional. Com a utilização dessa ferramenta, é possível avaliar e compreender as necessidades, diagnosticando as principais falhas e facilitando a implantação de ações para melhorias internas e externas. Ao lado disto, utilizam instrumentos como testes psicológicos e dinâmicas que avaliam o perfil dos funcionários para melhorar o ambiente organizacional (GRASSI, 2006). **O consultor vai sugerir intervenções nos pontos fracos e o realce dos pontos fortes**, dos funcionários e, sobretudo, na própria dinâmica da empresa.

Na mentoria ou *mentoring*, o foco do trabalho do mentor é a preparação do profissional mais jovem, visando avanços em sua carreira, sendo que seu desenvolvimento pessoal também é parte do processo. Um mentor é aquele que oferece conhecimento, perspectiva ou sabedoria, que serão especialmente proveitosos para outra pessoa. Ou seja, o mentor pode ser entendido como alguém especializado em determinada área de atuação, que busca **repassar seus conhecimentos e experiência a outro menos experiente** (SHEA, 2001).

O aconselhamento ou *counseling* é uma ferramenta de desenvolvimento humano que utiliza a interação entre o *counselor* (profissional especializado) e o cliente. Este é um termo comumente utilizado na área clínica, no sentido de aconselhamento médico ou psicológico, embora, o termo venha sendo utilizado de forma parecida ao de *mentoring* (PINCHOT e PINCHOT, 2003). A atuação do profissional/conselheiro geralmente se dá em consultório particular, fora do ambiente organizacional. No aconselhamento, **o objetivo central é a busca do bem-estar do indivíduo, podendo o processo contemplar qualquer dimensão da sua vida.**

**O *coaching*, diferentemente, propõe uma ação, operada pelo *coach*, representada pelo ato de conduzir, guiar e caminhar junto, apoiando o *coachee* (o cliente) a atingir metas e objetivos pré-estabelecidos, sem dar conselhos nem tampouco modelos.** É indispensável que o *coach* esteja junto ao seu cliente, apoiando, orientando, sugerindo, fazendo questionamentos, dando *feedbacks*, abrindo caminhos e apresentando possibilidades. Além disso, o *coach* não aborda distúrbios de qualquer ordem. Seu trabalho é focado em "estratégias relativas ao presente das pessoas, com objetivo futuro a ser alcançado" (RICCI, 2006, p. 13).

É interessante notar que, na Psicologia, são menos frequentes os estudos que envolvem a distinção entre ações não clínicas e clínicas, sobretudo quando a comparação se estabelece com relação à clínica e o *coaching*.

Um exemplo é o estudo de Hart (2001) que, aplicando uma série de entrevistas com profissionais da área, verificou que seus entrevistados identificaram diferenças entre os conceitos de *coaching* e de terapia nos seguintes aspectos: foco de atenção, no tempo de orientação, o tipo de orientação com os seus clientes e nos temas que tratam.

Embora ambas as abordagens envolvam questões similares, na terapia há o incentivo da conscientização de dificuldades e falhas anteriores, a fim de promover uma visão e cura, no sentido da remoção de sintomas e sinais, enquanto o *coaching* se concentra em possibilidades presentes inexploradas, a fim de ligar a consciência para a ação. Em outras palavras, **a atuação do *coach* é prospectiva, focando em objetivos, potencial inexplorado e fatores críticos de sucesso em uma pessoa que busca maximizar sua realização em vida e trabalho.** Na terapia, a ênfase está nos relacionamentos passados, problemas e padrões de comportamento.

Outro exemplo é o trabalho de Monte (2014), que faz uma interessante diferenciação entre demandas terapêuticas e demandas por *coaching* em termos do que ele denomina “patologia” e “funcionalidade” respectivamente.

Ambos os campos, o fonoaudiológico e o psicológico, nas ações não clínicas, focam principalmente o desempenho do indivíduo em práticas sociais (RANGEL e BARRETO, 2017), sobretudo quando se visa a modificar as condutas de inter-relacionamento social também pela via da modificação comunicacional.

Assim, neste momento, é interessante discutir, brevemente, o tipo de trabalho que cada campo propõe para a comunicação.

A Psicologia aposta fortemente na ideia de assertividade comunicativa, entendida como conteúdo norteador de comportamentos e atitudes sociais adequados e eficientes. Ao lado deste aspecto, apontam, também, para a assertividade emocional e comunicação não violenta.

A comunicação assertiva é considerada uma das principais competências de uma performance social adequada, é capacidade que demonstra o nível de inteligência social, ou seja, a habilidade de relacionamento do indivíduo com o mundo externo (MARTINS, 2012). Uma comunicação assertiva é aquela que possibilita a transmissão de informações pelo locutor ao interlocutor, com clareza, dinâmica e respeito, obtendo o resultado desejado. Envolve a fala, os gestos, a postura corporal e, mais além, o controle das emoções e sentimentos (FILHO e BLIKSTEIN, 2013).

A Psicologia pondera que a comunicação assertiva é um comportamento/atitude que pode ser treinado, ou seja, não se refere a qualidades naturais, inatas do indivíduo ainda que reconheça que personalidades mais reservadas, mais tímidas, podem compor uma situação um pouco mais complexa de trabalho (ALBERTI e EMMONS, 2008).

Por outro lado, a Fonoaudiologia propõe trabalhar a expressividade, importante nível de informação no processo de comunicação (BELLER, 2008), construída pela relação que existe entre elementos segmentais (a fala); prosódicos (ritmo, qualidade de voz, taxa de elocução e pausas) e discursivos. **Os recursos utilizados na expressividade se inserem na interação entre a intenção do falante e a interpretação do ouvinte (MADUREIRA, 1992) e, assim, constitui uma situação interacional, dialógica.** Aqui parece possível começar a indiciar uma tênue diferença com relação à assertividade, cujo foco de atenção é o

treinamento do comportamento do falante ou comunicador, e a **expressividade**, que **vai sendo construída no interior de uma situação de troca, de interação, de “comunicação”, sendo assim, uma “construção” sempre singular**. Note-se que apesar de uma origem em áreas específicas, assertividade e expressividade são conteúdos abordados pelos dois campos.

Enfim, ambos os campos, o fonoaudiológico e o psicológico, tomam para si o trabalho em comunicação cuja natureza, tipo e objetivo são semelhantes, no sentido de que parecem se tocar em alguns pontos e se distanciar em outros. Note-se que, como referido na literatura, a psicologia insere este trabalho principalmente em uma prática denominada *coaching* e a fonoaudiologia, o reconhece no ambiente de práticas não clínicas, denominado “assessoria” (FERREIRA *et al.*, 2008, p. 221).

Contudo, vale observar que na literatura há, também, referência ao trabalho de *coaching* em comunicação operado por fonoaudiólogo (BORREGO e BEHLAU, 2018; RANGEL e BARRETO, 2017) e na internet há vários serviços sugeridos, ligados à atuação de fonoaudiólogos em *coaching*, como se pode observar na publicação abaixo, entre inúmeras semelhantes:

#### **“Coaching de Comunicação Dicção/Oratória”**

A dicção é maneira de articular e pronunciar as palavras de forma correta tornando a mensagem expressa mais compreensível. E a oratória condiz com a arte da comunicação por meio de técnicas que tornem a expressão mais adequada e compreensível com o objetivo de informar, influenciar ou trazer entretenimento a um público alvo.

O profissional fonoaudiólogo apresenta tem um papel de extrema importância para o profissional que tem como instrumento de trabalho a comunicação, e que necessita passar a mensagem de forma clara e assertiva. Desta forma quando a comunicação se dá de forma adequada, usando as técnicas e estratégias adequadas, maiores são as chances de obter sucesso profissional e pessoal.

Texto encontrado em busca na Internet: LV (fonoaudióloga).

A fim de verificar este “estado de coisas”, qual seja: a ausência na literatura de estudos específicos sobre o *coaching* em comunicação e a presença na prática profissional de *coaches* operando na e com a comunicação, inclusive no campo fonoaudiológico, foi realizado um pequeno estudo exploratório, já convertido em

artigo científico submetido em um periódico da área<sup>1</sup>. Os resultados obtidos são interessantes e acabaram por corroborar na decisão pela pesquisa que é objeto desta dissertação.

Neste estudo exploratório, optou-se por levantar dados na voz dos próprios profissionais e, para tanto, foi elaborado um questionário na plataforma *Forms* do *Google*, com duas perguntas iniciais para identificação do informante, duas perguntas abertas e dez fechadas, visando ao levantamento dos seguintes conteúdos relativos a três aspectos principais: temáticas abordadas na formação em *coaching*, profissionais-tutores envolvidos na formação especializada e práticas profissionais. O questionário ficou disponível por 30 dias, e os sujeitos participantes foram escolhidos por conveniência. A análise do material se deu por meio de estatística descritiva, frequências absolutas (n) e relativas (%), medidas de tendência central (média e mediana) e dispersão (desvio-padrão, mínimo e máximo).

É importante neste estudo apontar os seguintes achados, entre outros que aqui não estarão citados: 50% dos profissionais se denominam **coaches em comunicação**, sendo a maioria **fonoaudiólogos**, seguidos de **psicólogos**. E, 78.9% dos **fonoaudiólogos chegaram ao coaching como uma formação complementar**.

Tais achados acabaram por compor um cenário do qual surgiu o interesse em tentar verificar o perfil destes profissionais que dão assessoria em comunicação em processos de *coaching*, e que, inclusive, em muitos casos se auto-denominam *coaches* em comunicação.

Assim, este estudo pretendeu responder a uma questão que dá nome à pesquisa: quem é o profissional *coach* em comunicação? E a resposta foi buscada na própria fala destes dois profissionais, fonoaudiólogos e psicólogos.

---

<sup>1</sup> RUSIG, Junia. **A Fonoaudiologia e a formação em coaching**. Trabalho de Conclusão de Curso: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2018.

## **2. OBJETIVO**

Caracterizar o profissional *coach* em comunicação.

### 3. REVISÃO DA LITERATURA

A visita à literatura visou a buscar dados sobre temas específicos, necessários à discussão que aqui se instaura, como modo de responder à questão norteadora da pesquisa e, assim, está dividida em duas partes: 1) o que é *coaching* e 2) a questão da comunicação no *coaching*.

Não foi imposta qualquer restrição na construção da revisão bibliográfica e, portanto, várias áreas estão presentes, como Psicologia, Fonoaudiologia, Administração, Ciências Sociais, etc., sendo que a produção nacional foi privilegiada. A busca fundamental foi feita na base do *Google Acadêmico*, com dois descritores iniciais: *coaching* e comunicação, sendo que, durante o percurso, verificou-se a necessidade de modificar o sistema. Com isto, a busca foi se dando tanto pela temática posta em cena quanto pelos autores identificados, ou seja, foi uma busca livre, modulada pelas necessidades da discussão frente às informações levantadas.

#### 3.1 O que é *coaching*?

O termo *coaching* tem entrada no dicionário em diversos campos semânticos, entre eles os de **guiar, preparar, ensinar, treinar, desenvolver, acompanhar**, o que pode esclarecer os diferentes ambientes linguísticos e culturais em que esta palavra foi usada ao longo do tempo.

Os usos iniciais da palavra *coach* se localizam na Europa, já desde o século XV, nomeando o cuidadoso condutor de um transporte familiar em carruagens. A referência para com este personagem se ligava ao seu trabalho delicado de **guiar** o veículo em que as crianças da família aproveitavam o tempo da viagem para fazer suas tarefas de aprendizagem e, claro, precisavam de condições adequadas para tal atividade (BATISTA e CANÇADO, 2017).

A palavra *coach*, constituindo-se em termo específico a partir de um dado momento, foi disseminada para situações análogas por vários lugares daquele continente, sendo que, por volta de 1830, na Universidade de Oxford, a palavra passou a ser empregada especificamente como sinônimo de **tutor**, aquele que exerce o *coaching*, ou seja, que **prepara e ensina** os estudantes em suas jornadas acadêmicas (MARQUES, 2017). Mais tarde, um esportista inglês, John Withmore

(WITHMORE, 2009), importante treinador de tenistas, passa a sistematizar o método do *coaching*, agora aplicado ao **treinamento** dos atletas universitários.

Chegando à América, por volta desta mesma época, o *coaching* passou a ser integrado, inicialmente, ao campo dos esportes e, assim, exatamente com o sentido do **treinamento**, também no trabalho com atletas universitários, pelo treinador de tenistas Timothy Gallwey.

Ambos, Witmore e Gallwey, começaram a partir das décadas de 40 e 50, a usar o termo na literatura de negócios, no sentido de **desenvolver** a competência empresarial e foi, com o passar do tempo, constituindo um método de **preparação, ensino, treinamento e acompanhamento** das pessoas para um fim determinado, escolar, esportivo e empresarial (MARQUES, 2016).

Os treinadores voltaram-se para a área empresarial, motivados pelos questionamentos dos seus atletas sobre a eficiência da aplicação do método de treinamento para o desenvolvimento de executivos, nascendo, por exemplo, a Escola de *Coaching* de Gallwey, centro da maior importância na América. Exponentes na área, passaram a sistematizar o procedimento para o denominado *coaching* executivo, publicando inúmeros livros.

Na atualidade, um dos ramos mais ativos é exatamente o *coaching* executivo, que trabalha o desenvolvimento de competências específicas, desenvolvimento e aproveitamento do capital humano, visando atingir metas organizacionais (MILARÉ e YOSHIDA, 2009).

Em outras palavras, de uma prática associada ao desenvolvimento pessoal, ou grupal, passou a diferentes práticas associadas, também, e sobretudo, a diversos ambientes (empresarial, industrial, etc), visando à articulação entre o profissional e as soluções de gerenciamento. Mas, é importante notar, as organizações não compõem o único ou mais prestigiado nicho de inserção do *coaching*. Foi um dos pioneiros, mas atualmente este universo é imenso: *coaching* de carreira, de saúde, de estilo, pessoal, etc (DA MATTA e VICTORIA, 2018).

Em uma expansão de seu universo de atuação, o *coaching* é apresentado como um **método de autoconhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional**, voltado para a **realização de objetivos**, sendo seu maior benefício, a conquista de resultados **em qualquer contexto, tanto pessoal quanto profissional** (MARQUES, 2017). É um processo de **aprendizagem e treinamento**, construído por meio de metodologias, ferramentas e técnicas cientificamente

validadas, aplicadas por um profissional habilitado (o *coach*) em parceria com o cliente (o *coachee*) (DA MATTA e VICTORIA, 2018).

Chiavenato (2002), ao criticar a ideia de que o *coaching* é uma atividade humana moderna, como muitos imaginam, lembra que ele já era realizado pelo filósofo Sócrates (470aC – 399aC), mas o termo não era conhecido na época, apenas o método que o filósofo aplicava. Sócrates se reunia com seus discípulos para discutir ideias e pensamentos, **incentivando-os a buscarem os aprendizados dentro de si mesmos**, quer dizer, **desenvolver suas habilidades e competências**. Não é ousado, portanto, pensar que esta atividade, desde sempre, esteve presente como mediadora das relações humanas.

É um território multidisciplinar, assentado em teorias e ferramentas advindas sobretudo da Sociologia, Linguística e Psicologia, conformando uma prática por excelência, extensamente utilizada em diferentes áreas profissionais, com diferentes objetivos (BROCK, 2008).

Provavelmente, em função de tal diversidade de objetivos e técnicas, o termo *coaching* pode ganhar tantas e tão diferentes definições, parecendo ser mais uma forma de descrição das ações empreendidas do que exatamente uma questão conceitual (BATISTA e CANÇADO, 2017).

A diversidade de definições e abordagens do *coaching* impõe verificar o que há de transversal a todas estas posições. Estudos mostram que o **desenvolvimento do autoconhecimento e das competências e habilidades do sujeito, rumo a determinada finalidade**, compõe o cerne da atuação dos *coaches*, em diferentes institutos e centros (OLIVEIRA-SILVA et al, 2018).

É um trabalho **guiado** cuidadosamente pelo *coach*, que vai **desfolhando o que está encoberto, minimizado ou mesmo falho, por meio de um conjunto lógico e singular de perguntas** apresentado ao *coachee*, visando ao desenvolvimento de sua **auto-percepção**, para seu **auto-conhecimento** (de suas habilidades e competências) e **auto-controle** (de comportamentos e emoções).

Portanto, o ***coaching*** é um **método** que implica um trabalho cujo **protagonismo é do coachee, provocado**, é claro, pela **escuta acurada do coach** relativamente às **necessidades, condições, possibilidades e objetivos** do próprio *coachee*.

A diversidade de tipos de *coaching* pode ser justificada pelas inúmeras exigências humanas e mercadológicas, assim como por sua maleabilidade, que

permite que seus princípios sejam aplicados a diferentes contextos. Porém, tal diversidade contribui para a disseminação de dúvidas e questionamentos acerca da atuação do *coaching*, principalmente por não haver um consenso entre as definições e metodologias (FERREIRA, 2008), gerando, por vezes, até uma imagem distorcida da prática.

Importante notar que para se tornar *coach* e exercer o *coaching* nos mais variados nichos de atuação, é preciso ter formação especializada em institutos oficiais, sendo interessante destacar que as experiências de vida de um *coach*, bem como sua formação profissional original, contam muito para seu bom desempenho, dada a natureza delicada e específica do seu trabalho. Quer dizer, deve ser um profissional habilitado, com expertise pessoal e profissional para conduzir o cliente ao desempenho “almejado”, aí sempre incluída melhor qualidade de vida (JESUS e MATTEUS, 2014).

### **3.2- A questão da comunicação no *coaching***

A comunicação é um mecanismo extremamente importante para a transmissão de valores, ideias, sentimentos e muito mais. Porém, a arte de se comunicar bem é composta por diversas competências que, em muitos casos, precisam ser desenvolvidas ou aprimoradas.

Em todos os nichos de inserção do *coaching*, a comunicação constitui uma área a ser trabalhada sistematicamente, e indicada, segundo pesquisas, como um dos aspectos considerados mais importantes na formação do profissional, ao lado da ética e da escuta ativa (JESUS e MATTEUS, 2014).

O *coaching* visa a desenvolver as competências fundamentais para a comunicação, referentes à capacidade de transmitir e compreender mensagens. Para isso, é preciso um repertório de habilidades, atitudes e comportamentos composto por características como: o domínio da linguagem verbal e habilidade de falar de forma clara e concisa; consciência e controle da linguagem não verbal; escuta ativa e observação com atenção; convencimento e empatia; estímulo do ouvinte em compreender e dar a resposta desejada; recepção e processamento da mensagem de modo a fornecer a outra pessoa uma resposta adequada (KOFMAN, 2004).

Por ser a comunicação um campo multidisciplinar, diversas são as áreas que se voltam ao seu estudo e acabam por sugerir noções e práticas específicas relativamente a essa habilidade. Aqui, a visita à literatura privilegia alguns campos disciplinares, a Psicologia e a Fonoaudiologia, em função do objetivo do estudo, o que não significa ignorar que há outros campos cuja reflexão e produção é intensa, inclusive porque muitos deles são abordados neste estudo.

Da Psicologia, no trabalho de *coaching*, surgem diversas técnicas de lidar com os comportamentos e atitudes, destacando-se a comunicação assertiva, comunicação não violenta e a assertividade emocional, que podem ser usadas, em diferentes ambientes, por diferentes demandas, em conjunto ou isoladamente.

A **assertividade está intimamente ligada ao auto-conhecimento** e é uma **habilidade que pode ser desenvolvida**. O desequilíbrio da assertividade pode refletir tanto na passividade quanto na agressividade, aspectos nocivos nas relações pessoais e profissionais (MARTINS, 2018).

A **comunicação assertiva** surge com o psicólogo Abraham Maslow, que a esclarece como uma **conduta afirmativa, potencialmente convincente** que, com a assertividade emocional, compõe vigoroso instrumental de trabalho.

Já a **comunicação não-violenta** (CNV) surge por volta dos anos 60 do século passado, na obra do psicólogo M. Rosenberg, assentada, sobretudo na noção de “**empatia**” (SEPAROVIC, 2019). O autor aponta que ao lado da comunicação assertiva e da assertividade emocional, compõe instrumental potente para a potencialização da comunicação social. A empatia, nestas circunstâncias, está vinculada ao aspecto comportamental.

Em termos gerais, a não-violência (CNV) é uma tradição teórica e prática muito longa que se alia a outros saberes de modelos comunicacionais, como por exemplo, o saber da psicologia social. Trata-se da habilidade de melhorar a forma de expressar-se, ouvir as pessoas e resolver conflitos, minimizando resistências, reações defensivas e violentas com o objetivo de construir relacionamentos sinceros e empáticos (ROCHA, 2017).

A Inteligência Emocional (IE) ou Assertividade Emocional constitui um campo de investigação relativamente novo, que traz consigo a proposta de ampliar o conceito do que é aceito como tradicionalmente “inteligente”. Ela reflete o estudo

das interações entre emoção e inteligência, o que nos permite inferir a complexidade do campo conceitual, bem como as dificuldades metodológicas daí decorrentes (WOYCIEKOSKI e HUTZ, 2009).

A noção de expressividade, em sua vez, é tocada predominantemente pelos fonoaudiólogos da área da voz e se refere à: “qualidade vocal, projeção, articulação, expressão facial, gestos e expressividade de fala” (AMORIN et al., 2014, p.224; SANTOS et al.; 2019).

Compõe uma temática há muito tempo presente no rol de estratégias utilizadas no aprimoramento da competência comunicativa (BORREGO e BEHLAU, 2018), podendo envolver trabalho individual e/ou em grupo e envolver diversas estratégias, para melhor aproveitamento do cliente.

O trabalho com a expressividade participa sobretudo do ambiente não-clínico, havendo grande variação na terminologia empregada para a descrição desse trabalho: assessoria, aprimoramento ou educação vocal, estética vocal e treinamento (FERREIRA et al.; 2012, p.225).

Alguns estudos apontam que o treinamento fonoaudiológico pode despertar o interesse como um “processo de aperfeiçoamento expressivo”, que pode impactar de maneira positiva na prática profissional e pessoal de um indivíduo (CHIEPPE e FERREIRA, 2007, p. 124), pois a atuação fonoaudiológica aumenta a performance de recursos comunicativos, diminuindo as dificuldades que um indivíduo possa apresentar (TRINDADE e FERREIRA, 2008).

A expressividade trata, também, da construção discursiva, apreciação das escolhas lexicais, sintáticas e pragmáticas, que determinam não apenas o valor da enunciação, em termos de esclarecimento e convencimento, mas permitem, além dos elementos prosódicos, a transmissão de emoções e intenções transmitidas na relação com o interlocutor (FERREIRA, 2015; SANTOS e ANDRADA E SILVA, 2016).

Contudo, vale observar, também, que uma das metas do trabalho fonoaudiológico é instaurar assertividade na conduta comunicativa do indivíduo, e isso é observável quando os esclarecimentos trazem à tona noções como intenção do discurso, desenvolvimento da auto percepção e aprimoramento da comunicação. (MOREIRA-FERREIRA et al.; 2014).

Em outras palavras, há um uso democrático das noções de expressividade e assertividade por ambos os profissionais aqui exemplificados, psicólogos e fonoaudiólogos, nos seus diferentes trabalhos, em termos de instrumentos e estratégias específicas, em função de objetivos específicos, reunidos na ideia de uma intervenção para maximizar a competência comunicativa de um indivíduo com vistas à uma determinada finalidade.

É interessante verificar que há materiais que trazem a denominação “*coaching* em comunicação” ou mesmo “comunicação e fonoaudiologia no *coaching*”, como apontado em alguns artigos e em diversos sites, anteriormente citados na Figura 1.

Contudo, não há produções que conduzam uma distinção entre os trabalhos não clínicos em fonoaudiologia (*assessoria/ consultoria/coaching*) e que poderiam orientar a identificação de um perfil profissional, do *coach* em comunicação

O *coach* em comunicação poderá ser um acelerador do processo de treinamento, dando o foco adequado para o cliente que quer potencializar suas habilidades comunicativas ou diminuir os bloqueios relacionados ao tema.

Diante do exposto e da lacuna existente em relação a trabalhos científicos focados na investigação da temática, o presente trabalho buscou investigar quem é e qual é a atuação do profissional *coach* em comunicação, destacando suas estratégias e conteúdos de trabalho, como expresso em seu objetivo.

## **4. MÉTODO**

### **4.1 Certificação ética**

Pesquisa exploratória, aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo sob o número: 4.002.041 (Anexo 1). Todos os sujeitos voluntários do estudo assinaram o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (Anexo 2).

### **4.2 Casuística**

Composta por 40 sujeitos, sendo 20 psicólogos e 20 fonoaudiólogos, com atuação na área de *coaching*. A seleção dos sujeitos se deu por conveniência: parte por indicação de contatos pessoais e parte por divulgação do formulário na internet em redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e em grupos de profissionais no *WhatsApp*. O número de cada conjunto de profissionais (20 fonoaudiólogos e 20 psicólogos) foi resultante do cálculo de amostra de tamanho fixo, método indicado pela estatística adotada nesta pesquisa.

### **4.3 Critérios de inclusão**

O público alvo da pesquisa foi composto por psicólogos e fonoaudiólogos, com atuação na área do *coaching*. Este critério resultou de dados colhidos na literatura visitada, apontando para o protagonismo destes profissionais na questão da comunicação no *coaching*, e dos resultados do estudo exploratório anteriormente realizado pela pesquisadora e já apresentados em texto, seção “introdução”.

### **4.4 Instrumento**

Questionário on-line, elaborado pela pesquisadora a partir do objetivo da pesquisa e dados da literatura fonoaudiológica e psicológica, sobretudo nacional, sobre *coaching*.

O questionário foi feito na plataforma *Forms* do *Google* (Anexo 3) com duas perguntas introdutórias para identificação de gênero e idade dos participantes (A e B), e, outras treze perguntas, sendo sete fechadas (1, 4, 6, 7, 9, 10 e 12), respondidas pelo formato de múltipla escolha; cinco de campo aberto (2, 3, 5, 8 e 11) e uma (13) com caixa de seleção para as repostas, visando ao levantamento dos seguintes conteúdos: formação original, tipo de formação, objetivos do

*coaching*, área de atuação, e, conteúdos e estratégias abordados na atuação. O questionário foi disponibilizado por 30 dias, até atingir o número de cada conjunto de profissionais estabelecido.

Note-se que não foi encontrado na literatura visitada instrumento adequado ao objetivo da pesquisa (validado ou em processo de validação ou mesmo fora do processo de validação), que pudesse ser utilizado ou servido de modelo para a elaboração deste questionário. Portanto, foi utilizado questionário inteiramente elaborado pela própria pesquisadora, segundo critérios já apontados.

#### **4.5 Organização e análise de dados**

Foi realizada a análise descritiva dos dados por meio de frequências absolutas (n) e relativas (%), medidas de tendência central (média e mediana) e dispersão (desvio-padrão, valores mínimo e máximo).

Nas análises de associação foi aplicado o teste do Qui-quadrado ou teste Exato de Fisher, quando alguma casela apresentou valor esperado menor ou igual a cinco. Quanto à variável idade (quantitativa), foi aplicado o teste não paramétrico de Mann-Whitney.

Assumiu-se um nível descritivo de 5% ( $p < 0.05$ ) para significância estatística. Os dados foram analisados no programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 23 para *Windows*.

Os dados foram dispostos em algumas tabelas a fim de organizar e tabular o material para análise. Ao longo do tratamento estatístico, decidiu-se fazer uma tabela para a associação de fatores (associação entre gênero e área de atuação no *coaching*) e uma tabela geral com a associação de todos os fatores (associação entre os fatores e a formação profissional). Decidiu-se também, não fazer tabelas para as respostas idênticas na totalidade, caso das questões 1 e 4, bem como para a questão 2 (pois a casuística estava determinada). No caso das questões 5 e 11, que são de campo aberto, implicando em grande diversidade de respostas, decidiu-se criar categorias para reunir respostas muito diversas e depois calcular percentagens no caso da questão 5 e, no caso da questão 11, aplicar percentagem e depois criar categorias para descrição, de modo a poder apresentar as respostas mais incidentes.

## 5. RESULTADOS

A amostra do estudo foi composta por vinte fonoaudiólogos e vinte psicólogos e todos se autodenominaram *coaches*. A média de idade destes profissionais foi de 35.5 anos (dp=6.3), mediana de 35, variando entre 26 a 52 anos e não foi observada diferença estatisticamente significativa entre os grupos de profissionais. Observa-se que, quanto ao gênero, houve diferença estatisticamente significativa entre os grupos de profissionais: dos fonoaudiólogos 85.0% eram do gênero feminino enquanto apenas 50% do outro grupo eram mulheres (p=0.018) (Questões A e B).

### Questão A - Qual sua idade?

Formação	Qual a sua idade?					
	Média	DP	Mediana	Mínimo	Máximo	P
Fonoaudiólogo	33.5	5.4	32.0	27.0	47.0	0.059
Psicólogo	37.4	6.6	36.0	26.0	52.0	
Total	35.4	6.3	35	26	52	

### Questão B - Qual seu gênero?

Variáveis	Categorias	Total		Fonoaudiólogo		Psicólogo		p
		n	%	N	%	N	%	
Qual o seu gênero?	Masculino	13	32.5	3	15.0	10	50.0	0.018
	Feminino	27	67.5	17	85.0	10	50.0	

### Questão 1 - Você se autodenomina *coach*?

Todos os sujeitos (100%) assinalaram “sim”.

### Questão 2 - Se sim, qual sua formação original?

Responderam a esta questão: (20) fonoaudiólogos e (20) psicólogos.

### Questão 3 - Você fez sua formação em instituto especializado? Se sim, qual?

Todos os profissionais responderam “sim” à primeira parte da questão. Na segunda parte, os fonoaudiólogos citaram preferência pelos institutos Febracis, SBC e SLAC, e os psicólogos, IDLH, SBC e ICI.

Variáveis	Categorias	Total		Fonoaudiólogo		Psicólogo		P
		n	%	N	%	N	%	
Instituto de formação	Febracis	6	15.0	4	20.0	2	10.0	0.658*

Holos	5	12.5	3	15.0	2	10.0
IBC	4	10.0	2	10.0	2	10.0
IDLH	6	15.0	1	5.0	5	25.0
ICI	5	12.5	2	10.0	3	15.0
SBC	8	20.0	4	20.0	4	20.0
SLAC	6	15.0	4	20.0	2	10.0

**Questão 4 - O que é o *coaching*?**

100% responderam “método”.

**Questão 5 - Qual o objetivo central do *coaching*?**

Variáveis	Categorias	Formação						p
		Total		fonoaudióloga		psicóloga		
		n	%	n	%	N	%	
5. Qual o objetivo central do Coaching?	Alcançar metas e objetivos	23	57.5	9	45.0	14	70.0	0.110
	Melhorar performance	17	42.5	11	55.0	6	30.0	

Pela diversidade nas respostas, elas foram reunidas em duas categorias: “alcançar metas e objetivos” e “melhorar a performance”

(57.5%) profissionais responderam “alcançar metas e objetivos”, sendo que a maioria era psicólogos (70%), comparados com 45% dos fonoaudiólogos. No entanto, não houve associação estatisticamente significativa. Entre os fonoaudiólogos, a maioria (55%) respondeu “melhorar a performance”.

**Questão 6** - Em que área do *coaching* você atua?

Ao se comparar a área de atuação, 65% dos fonoaudiólogos trabalham exclusivamente com *coaching* executivo e 5% dos psicólogos estão nesta área. Dentre as demais categorias, para os fonoaudiólogos, 15% atuam na área de saúde, 10% executivo mais saúde e 5% em três frentes, pessoal, executivo e saúde. Dos psicólogos, 90% atuam como *personal coaching*, os demais 5% atua como *personal* e executivo e alegam fazer uso de estratégias do *coaching* no consultório também ( $p < 0.001$ )

Variáveis	Categorias	Total		Fonoaudiólogo		Psicólogo		P
		n	%	n	%	N	%	
	Executivo	14	35.0	13	65.0	1	5.0	<0.001*
	Executivo e de saúde	2	5.0	2	10.0	0	0.0	
	<i>Personal Coaching</i>	19	47.5	1	5.0	18	90.0	
	Personal e executivo, mas uso estratégias do <i>coaching</i> no consultório também.	1	2.5	0	0.0	1	5.0	
	Pessoal, executivo e de saúde.	1	2.5	1	5.0	0	0.0	
	Saúde	3	7.5	3	15.0	0	0.0	

Foram colocados em relação, o gênero e a área de atuação:

Entre as mulheres 40.7% trabalham com *coaching* executivo, enquanto 23.1% dos homens atuam nessa área. Por outro lado, 69.2% dos homens atuam como *personal coaching* comparando com 37% entre as mulheres. Nota-se que não houve associação estatisticamente significativa ( $p = 0.181$ ).

**Associação entre gênero e área de atuação do *coaching*:**

Variáveis	Categorias	Qual o seu gênero?						P
		Total		Masculino		Feminino		
		n	%	n	%	N	%	
6. Em que área do <i>Coaching</i> você atua?	Executivo	14	35.0	3	23.1	11	40.7	0.181
	Executivo e de saúde	2	5.0	0	0.0	2	7.4	
	<i>Personal Coaching</i>	19	47.5	9	63.0	10	37.0	
	<i>Personal</i> e executivo, mas uso estratégias do <i>coaching</i> no consultório também.	1	2.5	0	0.0	1	3.7	
	Pessoal, executivo e de saúde.	1	2.5	1	7.7	0	0.0	
	Saúde	3	7.5	0	0.0	3	11.1	
Total		40	100.0	13	100.0	27	100.0	

**Questão 7- Você trabalha com comunicação em sua atividade de *coach*?**

Variáveis	Categorias	Total		Fonoaudiólogo		Psicólogo		P
		n	%	n	%	N	%	
		7. Você trabalha com Comunicação na sua atividade de " <i>coach</i> "?	Não	12	30.0	0	0.0	
	Sim	28	70.0	20	100.0	8	40.0	

Quanto ao trabalho com a comunicação, 100% dos fonoaudiólogos responderam trabalhar este aspecto. Entre os psicólogos, este percentual foi de 40% ( $p < 0.001$ ).

**Questão 8 – Se sim, você poderia apontar os objetivos, conteúdos e estratégias deste trabalho?**

Variáveis	Categorias	Total		Fonoaudiólogo		Psicólogo		P
		n	%	n	%	N	%	
8. Se sim, você poderia apontar os objetivos, conteúdos e estratégias deste trabalho?	Não trabalho	12	30.0	0	0.0	12	60.0	<0.001*
	Conteúdos referentes à comunicação	20	50.0	17	85.0	3	15.0	
	Conteúdos emocionais vinculados à comunicação	5	12.5	1	5.0	4	20.0	
	Objetivos	1	2.5	0	0.0	1	5.0	
	Estratégias	2	5.0	2	10.0	0	0.0	
Total		40	100.0	20	100.0	20	100.0	

Para a segunda parte da questão, houve respostas diversas relativas a: objetivos/ conteúdos (referentes à comunicação e conteúdos emocionais referentes à comunicação) /estratégias. Dentre os psicólogos, (n=8), 37.5% (n=3) responderam conteúdos referentes à comunicação, 50% (n=4) conteúdos emocionais vinculados à comunicação e 12.5% (n=1) referente à objetivos. Dos fonoaudiólogos, 85% responderam a opção “conteúdos referentes à comunicação”. Destaca-se que os demais, 10% trabalham com estratégias e 5% conteúdos emocionais vinculados à comunicação.

Ainda em relação aos 40% dos psicólogos que responderam trabalhar com comunicação, 87.5% (n=7) atua como *personal coach* e 12.5% (n=1) atuam no *coaching* executivo.

**Questão 9** - Você reconhece uma especialidade denominada “*coaching* em comunicação”?

Verifica-se que, 50% dos fonoaudiólogos e 45% dos psicólogos reconhecem uma especialidade denominada “*Coaching* em comunicação”. No entanto, não houve diferença estaticamente significativa entre os grupos (p=0.752).

Variáveis	Categorias	n	Total	Fonoaudiólogo		Psicólogo		P
			%	n	%	N	%	
9. Você reconhece uma especialidade denominada “ <i>Coaching</i> em Comunicação”?	Não	21	52.5	10	50.0	11	55.0	0.752
	Sim	19	47.5	10	50.0	9	45.0	
Total		40	100.0	20	100.0	20	100.0	

Observando uma relação entre uma resposta positiva à questão e a área de atuação dos profissionais, verificou-se que dos fonoaudiólogos que responderam reconhecer a especialidade, 5 atuam exclusivamente com o *coaching* executivo, 3 atuam com o *coaching* na área da saúde, 2 atuam com o *personal coaching*, executivo e de saúde, respectivamente; enquanto os psicólogos atuam exclusivamente com o *personal coaching*.

**Questão 10:** Você identifica uma diferença entre “*coaching* em comunicação” e “assessoria em comunicação”?

Variáveis	Categorias	Formação						p
		Total		fonoaudióloga		psicóloga		
		n	%	n	%	N	%	
10. Você identifica uma diferença entre "Coaching em comunicação" e "Assessoria em Comunicação?"	Não	6	15.0	1	5.0	5	25.0	0.182*
	Sim	34	85.0	19	95.0	15	75.0	
Total		40	100.0	20	100.0	20	100.0	

95% dos fonoaudiólogos e 75% dos psicólogos dizem identificar uma diferença entre "Coaching em comunicação" e "Assessoria em Comunicação?", ou seja, ambos os grupos foram similares ( $p=0.182$ ).

**Questão 11:** Se sim, qual a diferença?

Distribuição das respostas questão 11, segundo questão 10 e formação.

	Formação						
	Fonoaudióloga		Psicóloga		Total		
	n	%	n	%	n	%	
11. Se sim, qual a diferença?	A assessoria apresenta as respostas e o <i>coaching</i> busca as respostas pelo auto-conhecimento.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
	A assessoria consiste em aconselhamento.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
	A assessoria costuma ser um acordo mais direto em que os resultados são propostos e não encontrados.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
	A assessoria é uma prestação de serviços que atua com a resolução de maneira direta, enquanto o <i>coaching</i> costuma trabalhar através de perguntas para que as respostas sejam encontradas particularmente.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
	A assessoria fornece as respostas para as questões do contratante, enquanto o <i>coaching</i> apenas o ajuda a encontrar a resposta através de questionamentos.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
	A assessoria trabalha com um tempo menor do que o <i>coaching</i> .	1	5.3	0	0.0	1	2.9
	A consultoria trabalha diretamente, apresenta soluções. Enquanto o <i>coaching</i> ajuda o <i>coachee</i> a encontrar as mesmas soluções, mas em um processo de conhecimento.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
	A consultoria/assessoria atua de forma mais direta, enquanto o <i>coaching</i> busca ajudar o cliente a encontrar as respostas em si mesmo.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
	A diferença consiste no tipo de acordo com o cliente.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
	Metodologias diferentes.	5	26.3	3	20.0	8	23.5
	Acredito que a principal diferença seja em relação ao tempo.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
	As técnicas aplicadas são diferentes.	0	0.0	3	20.0	3	8.8

Assessoria costuma ser um acompanhamento mais direto.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
Assessoria é mais direta, apresenta respostas enquanto o <i>coaching</i> não.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
Essas modalidades possuem objetivos diferentes. É necessário compreender o tipo de contrato feito com o <i>coachee</i> .	1	5.3	0	0.0	1	2.9
O <i>coaching</i> faz mais perguntas enquanto a assessoria dá respostas.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
O objetivo de um e outro costuma ser diferente.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
O tempo de trabalho.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
O tipo de combinado e demanda do cliente.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
O tipo de contrato feito com o <i>coachee</i> .	1	5.3	0	0.0	1	2.9
O tipo de demanda do <i>coachee</i> .	1	5.3	0	0.0	1	2.9
São coisas complementamente diferentes, tanto em contrato com o <i>coachee</i> quanto em metodologia.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
São propostas de trabalho diferentes.	0	0.0	1	6.7	1	2.9
Tem objetivos iguais mas mudam de acordo com o tempo em que o cliente espera obter os resultados.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
Tipo de trabalho diferente.	1	5.3	0	0.0	1	2.9
Total	19	100.0	15	100.0	34	100.0

Entre os psicólogos, 20% responderam metodologias diferentes e 20% técnicas diferentes aplicadas e entre os fonoaudiólogos, a maioria, respondeu ser a metodologia o item de diferenciação. Por ser uma pergunta de campo aberto, ou seja, sem categorias prévias, outras respostas foram descritas com percentuais menores.

### Questão 12 - Em que casos você trabalha comunicação?

90% dos psicólogos responderam a opção “sob demanda”, enquanto só 55% dos fonoaudiólogos também responderam “sob demanda” e, 45% indicaram a opção “todos” ( $p=0.013$ ).

---

Variáveis

Categorias

---

		n	Total	Fonoaudiólogo		Psicólogo		P
			%	N	%	N	%	
12. Em que casos você trabalha a comunicação?	Sob demanda	29	72.5	11	55.0	18	90.0	0.013
	Todos	11	27.5	9	45.0	2	10.0	
Total		40	100.0	20	100.0	20	100.0	

**Questão 13** - Você considera “comunicação assertiva” e “expressividade como conteúdos complementares, equivalentes ou diferentes?”

Variáveis	Categorias	n	Total	Fonoaudióloga		Psicóloga		P
			%	N	%	N	%	
13. Você considera a "Comunicação Assertiva" e a "Expressividade" como conteúdos:	Complementares	29	72.5	20	100.0	9	45.0	<0.001
	Diferentes	3	7.5	0	0.0	3	15.0	
	Equivalentes	2	5.0	0	0.0	2	10.0	
	Equivalentes, Complementares	6	15.0	0	0.0	6	30.0	
Total		40	100.0	20	100.0	20	100.0	

100% dos fonoaudiólogos e 45% dos psicólogos indicaram "Comunicação Assertiva" e a "Expressividade" como “conteúdos complementares” ( $p < 0.001$ ). Quanto aos demais psicólogos, 30% responderam “equivalentes e complementares”, 15% “diferentes” e 10% “equivalentes”.

**Tabela Geral – Associação entre as questões e a formação profissional.**

Variáveis	Categorias	Formação						P
		Total		Fonoaudióloga		Psicóloga		
		n	%	n	%	N	%	
Qual o seu gênero?	Masculino	13	32.5	3	15.0	10	50.0	0.018
	Feminino	27	67.5	17	85.0	10	50.0	
1. Você se auto denomina <i>Coach</i> ?	Sim	40	100.0	20	100.0	20	100.0	0.658*
	Febracis	6	15.0	4	20.0	2	10.0	
3. Instituto de formação	Holos	5	12.5	3	15.0	2	10.0	<0.001*
	IBC	4	10.0	2	10.0	2	10.0	
	IDLH	6	15.0	1	5.0	5	25.0	
	ICI	5	12.5	2	10.0	3	15.0	
	SBC	8	20.0	4	20.0	4	20.0	
	SLAC	6	15.0	4	20.0	2	10.0	
	Um método	40	100.0	20	100.0	20	100.0	
4. O que é o <i>coaching</i> ?	Alcançar metas e objetivos	23	57.5	9	45.0	14	70.0	0.110
	Melhorar performance	17	42.5	11	55.0	6	30.0	
	Executivo	14	35.0	13	65.0	1	5.0	
	Executivo e de saúde	2	5.0	2	10.0	0	0.0	
	<i>Personal Coaching</i>	19	47.5	1	5.0	18	90.0	
6. Em que área do <i>coaching</i> você atua?	<i>Personal</i> e executivo, mas uso estratégias do <i>coaching</i> no consultório também.	1	2.5	0	0.0	1	5.0	<0.001*
	Pessoal, executivo e de saúde.	1	2.5	1	5.0	0	0.0	
	Saúde	3	7.5	3	15.0	0	0.0	
7. Você trabalha com Comunicação na sua atividade de " <i>coach</i> "?	Não	12	30.0	0	0.0	12	60.0	<0.001
	Sim	28	70.0	20	100.0	8	40.0	

8. Se sim, você poderia apontar os objetivos, conteúdos e estratégias deste trabalho?	Não trabalho	12	30.0	0	0.0	12	60.0	<0.001*
	Conteúdos referentes à comunicação	20	50.0	17	85.0	3	15.0	
	Conteúdos emocionais vinculados à comunicação	5	12.5	1	5.0	4	20.0	
	Objetivos	1	2.5	0	0.0	1	5.0	
	Estratégias	2	5.0	2	10.0	0	0.0	
9. Você reconhece uma especialidade denominada "Coaching em Comunicação"?	Não	21	52.5	10	50.0	11	55.0	0.752
	Sim	19	47.5	10	50.0	9	45.0	
10. Você identifica uma diferença entre "Coaching em comunicação" e "Assessoria em Comunicação"?	Não	6	15.0	1	5.0	5	25.0	0.182*
	Sim	34	85.0	19	95.0	15	75.0	
12. Em que casos você trabalha a comunicação?	Sob demanda	29	72.5	11	55.0	18	90.0	0.013
	Todos	11	27.5	9	45.0	2	10.0	
	Complementares	29	72.5	20	100.0	9	45.0	
13. Você considera a "Comunicação Assertiva" e a "Expressividade" como conteúdos:	Diferentes	3	7.5	0	0.0	3	15.0	<0.001
	Equivalentes	2	5.0	0	0.0	2	10.0	
	Equivalentes, Complementares	6	15.0	0	0.0	6	30.0	
Total		40	100.0	20	100.0	20	100.0	

## 6. DISCUSSÃO

Participaram da pesquisa 40 sujeitos, divididos em 20 fonoaudiólogos e 20 psicólogos, com idade média de 35 anos, sendo que a maioria dos fonoaudiólogos (85%) eram do gênero feminino e, no caso dos psicólogos, 50% do gênero feminino e 50% do gênero masculino. Este achado com relação à distribuição por gênero na Fonoaudiologia não é novo, parecendo que neste campo tradicionalmente há mais profissionais do gênero feminino, como levantado em outros estudos, mais antigos e mesmo mais recentes (FERREIRA et al.; 2010; CELESTE, 2017).

Note-se que todos os sujeitos se autodenominam *coaches*, declarando uma formação especializada em institutos renomados, sendo os mais citados: Sociedade Brasileira de *Coaching* (8); Federação Brasileira de *Coaching* Integral Sistêmico (6); HOLOS (5), sendo este o único instituto que não se destina exclusivamente ao *coaching*.

A Sociedade Brasileira de *Coaching* foi a mais utilizada, havendo uma média entre os outros institutos citados, sendo o Instituto Brasileiro de *Coaching* o menos utilizado. Os psicólogos utilizaram, sobretudo, a Sociedade Brasileira de *Coaching* (4) e Instituto de Desenvolvimento Humano Lippi (5), enquanto os fonoaudiólogos se concentraram na Federação Brasileira de *Coaching* Integral Sistêmico (4) e Sociedade Latino Americana de *Coaching* (4).

Isto significa que todos são profissionais na área, um pouco diferente do que a mídia, por vezes, sugere ao narrar casos de “segunda opção” em tempos de desemprego:

No contexto de uma crise econômica e de desemprego, houve um *boom* de pessoas malformadas que se dizem *coaches*. Além disso, a própria compreensão do que é *coaching* não é clara, o que gera uma enorme quantidade de *coaching* para tudo. O mercado não sabe direito o que é, e tudo pode”, diz Eva Pontes. (Revista: Forbes, 2019)

Este dado também nos leva a pensar que a comprovação de uma formação especializada feita e aplicada em conjunto com uma formação original específica, tem relação com uma necessidade de salientar a importância e seriedade da prática de *coaching*, que muitas vezes, vem sendo apontada como algo banal.

No caso dos fonoaudiólogos, a maioria (65%) atua no *coaching* executivo, entre mulheres (40%) e homens (23,1%) e 35% se distribuem atuando em mais de um nicho, no *coaching* de saúde e *personal coaching*. A literatura mostra a entrada no ambiente corporativo de um trabalho fonoaudiológico com a comunicação que, inicialmente se alojou no ambiente artístico e acadêmico (FERREIRA, 2004; KYRILLOS, 2004; RANGEL e BARRETO, 2017), mas que, atualmente, se expande exatamente neste nicho.

Os psicólogos, diferentemente, têm sua maioria (90%) atuando no *personal coaching* entre homens (63,0%) e mulheres (37%). Talvez não seja impertinente supor que a formação original do profissional participe da escolha do nicho de atuação.

O *personal coaching* é um processo sistemático, focado em soluções e orientado para a obtenção de resultados pessoais, no qual, visa-se pelo aprimoramento da experiência de vida e do desempenho do indivíduo em várias questões, que são determinadas pelo *coachee*, conduzindo-o ao aprendizado através do autoconhecimento (GRANT, 2001, p. 08). Pelas características e demandas deste nicho, parece pouco surpreendente que os psicólogos por ele se interessem e se dediquem. Neste nicho, como mostra a literatura, é frequente uma derivação para o dito *coaching* de carreira, uma abordagem pessoal, só que orientada para certo aspecto da vida, muito usado com adolescentes (OLIVEIRA-SILVA et al, 2018). Interessante a manifestação de um sujeito, ao apontar que também usa *técnicas do coaching no consultório* o que permite supor que o “consultório” refere a práticas clínicas.

Todos os sujeitos definiram o *coaching* enquanto um método, como bem referido na literatura (WITHMORE, 2009) e a maioria apontou a categoria “alcançar metas/objetivos” como o objetivo central do método.

Para esta questão, foram criadas duas grandes categorias a partir das respostas dos participantes: alcançar metas/objetivos e melhorar a performance, podendo ser citadas isoladamente ou em conjunto. Vale alguns exemplos:

**Quadro 1 – Qual o objetivo central do *coaching*? (Questão 5)**

<b>Questão 5: qual o objetivo central do <i>coaching</i>?</b>
“Transformação e aperfeiçoamento pessoal.”
“Melhorar o potencial de cada cliente.”

“Cumprir objetivos específicos e acordados com o cliente.”

“Estratégias para alcançar objetivos e cumprir metas.”

“Cumprir objetivos.”

“Ajudar no desenvolvimento do cliente, para que dessa forma ele possa chegar ao resultado na área desejada.”

“Melhorar e desenvolver a performance do cliente na área desejada.”

“Alcançar resultados.”

“A busca por resultados.”

“Buscar o melhor dentro de cada um.”

Dentre estes, 70% foram os psicólogos, sendo que os fonoaudiólogos que se dividiram, apontando, também, outra possibilidade, sendo “melhorar a performance”. Aqui, mais uma vez, parece que a formação original do profissional tem presença nas considerações apresentadas, os psicólogos **focando**, sobretudo **as metas** estabelecidas e os fonoaudiólogos **buscando possibilidades** para o alcance de metas. Os apontamentos dos psicólogos estão mais perfilados aos apontamentos do *coaching*, que, igualmente, realça o aspecto dos objetivos e metas.

Chiavenato (2002) reforça que o *coaching* é o procedimento focado em ações do *coachee* **para a realização de suas metas ou objetivos**, realizando um acordo de trabalho com pessoas que tem dificuldade em alcançar suas metas. O *coach* ajuda na redução das barreiras e incentiva um desempenho positivo no âmbito pessoal ou profissional.

*Coaching* é um processo definido em comum acordo entre o *coach* (profissional que ajuda o outro) e o *coachee* (cliente) para ajudar este a alcançar determinada meta ou objetivo pelos seus próprios meios. Para tanto, o *coach* atua no sentido de encorajar e motivar o aprendiz, dando-lhe a orientação necessária para que melhore suas capacidades ou competências pessoais, em busca do alcance do objetivo definido por ambas as partes. Neste compartilhamento de ideias e conceitos devidamente organizados e estruturados por ambos, é possível chegar a um plano de ações que permita concretizar esperanças e expectativas.

Dentro da perspectiva da melhora da performance, Marchiori (2010) afirma que “[...] é preciso visualizar a comunicação como um processo, uma perspectiva de

maior desenvolvimento como algo que gera conhecimento para as pessoas, que modifica estruturas e comportamentos [...]” p.148.

A totalidade dos fonoaudiólogos declarou abordar a comunicação em sua atividade de *coach* e apenas 40% dos psicólogos fizeram a mesma declaração. Interessante notar que os psicólogos que declararam trabalhar com a comunicação, em sua maioria atuam no nicho do *personal coaching*, área que visa pessoas que necessitam fazer mudanças em suas vidas ou tomar decisões mais efetivas e, aí, mudanças no desempenho comunicativo pode fazer diferença (RICCI, 2006)

Também é interessante verificar que todos os psicólogos apontaram que trabalham com a comunicação a partir de uma demanda do cliente e, no caso dos fonoaudiólogos, houve certa divisão de postura: 55% sob demanda e 45% em todos os casos. Vale refletir sobre isto, já que a maior parte dos psicólogos trabalha no nicho do *personal coaching* no qual está suposta uma personalização em termos de demanda (GRANT, 2001, p. 08).

Já em relação aos fonoaudiólogos, vale refletir esta diferença encontrada, pois eles têm atuação principal no *coaching* executivo. Isto pode estar diretamente relacionado ao fato de a comunicação ser fator constituinte do perfil do líder, personagem central nas relações de trabalho nestes ambientes (GASPAR e PORTÁSIO, 2009).

Kyriilos (2015) aponta a assertividade na relação com a questão da liderança, considerando-as competências fundamentais na vida profissional. Para a autora, quando se fala em “comunicação assertiva” ou até mesmo em “comunicação funcional”, é importante lembrar que, para isso, é necessário que o líder de uma empresa, por exemplo, saiba passar a sua mensagem de forma eficiente para seus interlocutores, buscando uma aproximação do que ele quer para aquilo que o outro entende.

Instados a explicar como e o que abordam no trabalho com a comunicação, a partir de três possibilidades complementares, objetivo, conteúdos e estratégias, a maioria dos fonoaudiólogos apontou para aspectos relativos a conteúdos (referentes à comunicação) e os psicólogos, conteúdos (emocionais referentes à comunicação), sendo que alguns profissionais apontaram, também, para estratégias e objetivos. Observe-se alguns exemplos:

**Questão 8** - “Você poderia apontar os objetivos, conteúdos e estratégias deste trabalho?”

### **Conteúdos referentes à comunicação**

“Como fonoaudióloga atuo com questões de voz, expressividade, comunicação não verbal e etc, quando o cliente deseja.”

“Voz, expressividade, postura.”

### **Conteúdos emocionais referentes à comunicação**

“Desenvoltura comunicacional.”

“Trabalho com a timidez, expressões, comunicação funcional.”

“Ajudar meus pacientes com suas dificuldades na comunicação.”

“Como sou psicólogo, meus clientes demandam, em sua maioria, trabalho com expressividade, clareza de fala, timidez...”

“Não trabalho a comunicação de fato, mas sim fatores que podem estar prejudicando, como: timidez ou a insegurança.”

“Não trabalho com a comunicação especificamente, e sim com fatores emocionais que possam estar atrapalhando uma comunicação eficaz.”

### **Estratégias**

“Ajudo meu cliente a tornar sua comunicação funcional, ou seja, ajudo ele a pensar em estratégias para que ele passe a mensagem necessária.”

“Muitos clientes me procuram justamente pela minha formação original. Eles possuem demandas vocais ou de expressão e para ajuda-los uso técnicas específicas da fono.”

“Uso recursos fonoaudiológicos.”

## Objetivos

“Meu principal objetivo é aumentar a percepção das habilidades comunicacionais do meu *coachee*.”

“Aumentar a performance de cada cliente.”

Para a questão sobre os principais conteúdos trabalhados na comunicação, a assertividade e a expressividade, todos os fonoaudiólogos optaram pela possibilidade de resposta “complementares”, indicando uma compreensão dos conceitos que está expressa na literatura, ainda que usem “assertividade” sob outras rubricas, como já apontado (BELLER, 2008; MADUREIRA, 1992).

Os psicólogos, diferentemente, se dividiram entre as possibilidades de respostas, apesar de que a maior parte deles (9) apontaram a mesma resposta que os fonoaudiólogos. Mas, 6 destes apontaram que estes conteúdos são equivalentes e complementares, além de responderem haver uma diferença entre os conteúdos, resposta advinda, talvez, de uma dificuldade de reflexão sobre o ponto abordado.

Note-se que quando questionados sobre um profissional “*coach* em comunicação”, os fonoaudiólogos e os psicólogos se dividiram entre sim e não, 50% e 50% e 55% e 45% respectivamente.

A literatura não apresenta trabalhos, de nenhuma natureza, sobre este tema. A comunicação comparece enquanto conteúdo fundamental na formação do *coach* nas diferentes ações ao longo do processo de *coaching*, (CARDOSO et al.; 2014) de modo desigual entre os diversos nichos de atuação no *coaching*, sendo que em alguns deles há uma demanda quase óbvia pelo conteúdo comunicativo, como o ambiente corporativo.

O único ambiente em que o termo composto comunicação/*coaching* aparece, são os sites para oferta de trabalho e no estudo de Rangel e Barreto (2017), que faz uma crítica à atuação fonoaudiológica relacionada apenas ao atendimento clínico, deixando de lado o ramo da assessoria, consultoria, *coaching* e outras áreas da comunicação e gestão empresarial. Por estar relacionada a tudo que envolve a comunicação propriamente dita, faz-se necessário o esclarecimento de que a atuação fonoaudiológica é parte fundamental em mais este contexto profissional, dado que podemos observar nas respostas dos participantes desta pesquisa, mais

precisamente, os fonoaudiólogos, quando questionados sobre a sua atuação dentro do *coaching*, onde todos responderam fazer parte do executivo.

Quando questionados sobre uma eventual diferença entre *coaching* e assessoria, 95% dos fonoaudiólogos declararam haver diferença e 75% dos psicólogos também. Por ser uma questão de “campo aberto”, diversas foram as respostas, mas é possível verificar que a maioria dos fonoaudiólogos apontam a diferença entre as práticas em termos de metodologia e os psicólogos se dividem entre a metodologia e a técnica aplicada. Interessante observar que muitos esclarecem a assessoria como uma operação mais breve, mais direta, que oferece soluções mais imediatamente e, assim, implica em objetivos diferentes e contratos diferentes com o cliente. Vale retomar algumas manifestações: “a assessoria trabalha diretamente, apresenta soluções”, “ a assessoria/consultoria atua de forma mais direta..” , “ o objetivo de um e outro costuma ser diferente” , “o tempo de trabalho” , “acredito que a diferença seja em relação ao tempo”, “o tipo de contrato feito como *coachee*”, “o tipo de combinado e da demanda”.

Em termos gerais, tanto o conceito de assessoria quanto o de *coaching* guardam similaridades, por exemplo, nos aspectos de identificação do perfil pessoal e profissional do cliente, o trabalho com dificuldades e competências, a definição de objetivos e a elaboração de um plano para alcançá-los.

Entretanto, tais similaridades não autorizam uma confusão entre os conceitos, na medida em que a assessoria é uma prática pontual, temporária, especializada (em termos disciplinares) e o *coaching* é um método e, portanto, uma abordagem geral de trabalho, que pode se expandir em diversas direções e nichos.

Neste cenário, no que tange à comunicação, a assessoria fonoaudiológica pode ter lugar não só em processos de *coaching*, mas em qualquer outro, individual ou mesmo coletivo. O fonoaudiólogo, pela sua expertise em comunicação (e conteúdos interdisciplinares que orbitam no entorno do tema), faz interferências desta natureza e, o fato de ter formação como *coach* o diferencia ainda mais profissionalmente, pois compreende, identifica e diferencia o método, aí tendo uma presença adequada e sofisticada, no sentido do rigor e eficiência, guardadas as especificidades de sua atuação. Ele vai atuar em campo específico, com o objetivo de construir a habilitação comunicativa de seu cliente, o que, para a Fonoaudiologia, está na base das condutas sociais adequadas e efetivas.

## 7. CONCLUSÃO

Nos mais variados contextos, a prática do *coaching* vem ganhando maior destaque.

A intenção deste estudo foi evidenciar a atuação do *coach*, tendo-se como foco específico identificar o perfil do profissional *coach* em comunicação.

Os resultados da pesquisa contaram com a participação de fonoaudiólogos e psicólogos, com idade variada entre 26 e 52 anos, 13 homens e 27 mulheres, com formação complementar realizada em Institutos especializados. Predominou-se a formação de fonoaudiólogos no Instituto Febracis, Sociedade Brasileira de *Coaching* (SBC) e Sociedade Latino Americana de *Coaching* (SLAC), enquanto que a dos psicólogos foi no Instituto de Desenvolvimento Humano LippI (IDHL).

São dois os principais nichos de atuação: o *coaching* executivo no caso dos fonoaudiólogos e o *personal coaching*, no caso dos psicólogos.

Quanto ao trabalho com a comunicação, todos os fonoaudiólogos responderam trabalhar neste aspecto. Entre os psicólogos, este percentual foi de 40%.

Os objetivos abordados por fonoaudiólogos no trabalho de *coaching* com comunicação foram específicos: trabalhos com voz, comunicação verbal e não verbal, e, além disto, objetivos mais gerais como desenvoltura social, empatia e autonomia.

Os psicólogos que atuam com comunicação responderam trabalhar com questões como a timidez, expressões e comunicação funcional, aspectos mais ligados à desenvoltura social e conduta emocional, considerados básicos para uma boa comunicação.

50% dos fonoaudiólogos e 45% dos psicólogos reconheceram uma especialidade denominada *coaching* em comunicação. Apesar de não haver unanimidade nestas respostas, a mídia e a internet mostram que os profissionais estão se identificando nestes termos, o que incrementa a discussão e demanda mais estudos.

Outras pesquisas podem verticalizar o tema, favorecendo a formação e atuação profissional cada vez mais ética e sustentada conceitualmente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTI, R; EMMONS, M. **Your Perfect Right**. Impact Publishers. 9 ed. Califórnia, 2008.

ALVES, A. **Comunicação e intencionalidade**. Acta do V Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Universidade do Minho: Braga, 2007.

AMORIN, G.O; PRISTON, J; SOUZA MENDES, L. **Preparação Vocal de atores de teatro, cinema e televisão**. In: Marchesan IQ, Justino da Silva, H, Tomé, MC Tratado de Especialidades em Fonoaudiologia. Roca ed: São Paulo, 2014.

ARAÚJO, R; LIMA, R.P. **Contribuições da etologia comparada para uma nova percepção da comunicação humana**. Rev Margem, n.15, p.223-36, 2002.

ASCAMA, M.J.O. **Atuação do psicólogo e de outros profissionais no coaching em organizações de trabalho**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

BASTOS, A.V.B; MARTINS, A.H.C.G. **O que pode fazer o psicólogo organizacional**. Psicol. Cienc. Prof, v.10, n.1, 1990.

BATISTA, K; CANÇADO, V.L. **Competências requeridas para a atuação em coaching**: a percepção de profissionais *coaches* no Brasil. REGE Revista de Gestão, v.24, n.1, p. 24-34, 2017.

BELLER, G. **Satellite event around speech prosody**. In: EMUS-Staring Conference. São Paulo, Brasil; 2008.

BORREGO, M.C.M; BEHLAU, M. **Mapeamento do eixo condutor da prática fonoaudiológica em expressividade verbal no trabalho de competência comunicativa**. CoDAS, v. 30, n. 6, e20180054, 2018.

BROCK, V.G. **Grounded theory of roots and emergence of coaching**. Doutorado em Filosofia, Maui, 2008.

CANCLINI, G.N. **La globalización imaginada**. Buenos Aires: Paidós, 1999.

CARDOSO, M.L.A.P; RAMOS, L.H; D'INNOCENZO, M. Liderança *coaching*: questionários de avaliação de percepções de líderes e liderados na enfermagem. **Einstein** (São Paulo) [online]. vol.12, n.1, pp.66-74, 2014. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S167945082014000100014&script=sci\\_abstract&tlng=pt/](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S167945082014000100014&script=sci_abstract&tlng=pt/). Acesso em 12 out.2020.

CELESTE, L.C; ZANONI, G; QUEIROGA, B; ALVES, L.M. **Mapeamento da Fonoaudiologia Educacional no Brasil**: formação, trabalho e experiência profissional. CoDAS, V.29, N.1. 29, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/codas/v29n1/2317-1782-178220172016029.pdf>. Acesso em: 20.out.2020.

CHIEPPE, D.C.; FERREIRA, L.P. **A interlocução entre a fonoaudiologia e a docência**. *Distúrb.Comum*, v.19, n.2, 2007.

CHIAVENATO, I. **Construção de Talentos**. Rio de Janeiro: **Elsevier**, 2002.

DA MATTA, V e VICTORIA, F. **O que é Coaching?** – 2018. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/o-que-e-coaching>> Acesso em: 12 abr.2018.

FERREIRA, L P. **Assessoria fonoaudiológica aos profissionais da voz**. *In: Befe-Lopes DM, Ferreira LP, Limongi SC (orgs) Tratado de Fonoaudiologia*. São Paulo: Editora Roca, 2004, p.138- 149.

FERREIRA, L.P; CARAÇA, E.B; ALMEIDA, A.C.B; ANDRADA E SILVA, M.A. **Assessoria fonoaudiológica: análise de um processo de construção entre o fonoaudiólogo e o operador**. *Distúrb Comun, São Paulo*, v.20, n.2, p. 219-228, 2008.

FERREIRA, M. A. A. **Coaching**: um estudo exploratório sobre a percepção dos envolvidos - organização, executivos e *coaching*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, 2008.

FERREIRA, L.P; ARRUDA, A.F; MARQUEZIN, D.M.S.S. **Expressividade oral de professoras**: análise de recursos vocais. *Distúrb. Comum, São Paulo*, v.24, n.2, p. 223-237, 2012.

FERREIRA, L P. **Expressividade da fala de executivos**: análise de aspectos perceptivos e acústicos da dinâmica vocal. *CoDAS*, v.27, n.2, 2015.

FERREIRA, L.P; RUSSO, I.C.P; ADAMI, F. **Fonoaudiólogos doutores no Brasil**: perfil da formação no período de 1976 a 2008. *Rev Pró Fono*, v.22, n2, 2010.

FILHO, A.G; BLIKSTEIN, I. **Comunicação assertiva e a comunicação nas empresas**. *Revista GV Executivo*, v.12, n.2, jul/dez, 2013.

FIORIN, J.L. **A linguagem humana: do mito à ciência**. *In: Linguística: o que é isto?* São Paulo: **Contexto**, 2013.

GASPAR, D.J; PORTÁSIO, R.M. **Liderança e coaching**: desenvolvendo pessoas, recriando organizações. *Revista de ciências gerenciais*, v.13, n.18, 2009.

GRASSI, V. **A construção das práticas de consultoria em psicologia organizacional e do trabalho**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

GRANT, A. M. **Towards a psychology of coaching**: The impact of coaching on metacognition, mental health and goal attainment. [tese de doutorado] Macquarie University, Sydney, Australia, 2001.

HART, V.; BLATTNER, J., LEIPSIC, S. **Coaching versus therapy: perspective.** Consulting Psychology Journal: Practice and Research, v.53, n.4, p. 229-237, 2001.

JESUS, T.G.S; MATTEUS, D. **O Processo de Coaching Executivo e seus Benefícios para Organizações.** UNOPAR Cient., Ciênc. Juríd. Empres., Londrina, v. 15, n. 1, p. 43-50, Mar. 2014.

KYRILLOS, L. **Voz na mídia (rádio e televisão).** In: Befi-Lopes D.M, Ferreira L.P, Limongi S.C (orgs). Tratado de Fonoaudiologia, Ed Roca: São Paulo, cap. 13, 2004.

KYRILLOS, L; JUNG, M. **Comunicar para liderar.** São Paulo: Contexto, 2015.

KOFMAN, Fredy. **Metamanagement: o sucesso além do sucesso.** Rio de Janeiro. Elsevier, 2004.

MADUREIRA, S. **O Sentido do Som.** [Tese de Doutorado em Lingüística Aplicada ao Ensino de Línguas]. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1992.

MARCHIORI, M. **Os desafios da comunicação interna nas organizações.** Caxias do Sul: Conexão – Comunicação e Cultura. v. 9, n. 17, jan/jun. 2010.

MARQUES, J.R. Quem é Timothy Gallwey? – 2016. Disponível em: <<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/quem-e-timothy-gallwey/>> Acesso em: 16 mai.2019.

MARQUES, J.R Qual o Significado de Coaching? – 2017. Disponível em: <<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/qual-o-significado-decoaching/>> Acesso em: 12 abr.2019.

MILARÉ, A.S; YOSHIDA, E.M.P. **Coaching de executivos:** adaptação e estágios de mudanças. Revista Psicologia, v.9, n.1, 2009.

MONTE,P.R.G. **Coaching cognitivo conductual:** una herramienta para los psicólogos. Uniriojas, España. Informació psicològica, n.107, p 34-46, 2014.

MOREIRA-FERREIRA. et al. **Atuação fonoaudiológica nos Telesserviços- Saúde e Aprimoramento.** In: Marchesan I.Q, Justino da Silva, H ,Tomé, MC. Tratado de Especialidades em Fonoaudiologia. Roca ed: São Paulo, 2014.

OLIVEIRA-SILVA, L. C; CARVALHO, P.S.F; WERNECK-LEITE, C.B.S; ANJOS, A.C. **Desvendando o Coaching:** uma Revisão sob a Ótica da Psicologia. Psicol. Cienc. prof., Brasília, v. 38, n.2, p.363-77, 2018.

PINCHOT, E; PINCHOT, G. **Raízes e limites do aconselhamento de carreira.** In: M. Goldsmith, L. Lyons, & A. Freas (Eds.), *Coaching: O exercício da liderança.* 7a ed. São Paulo: Campus, 2003.

RANGEL, L. S. F.; BARRETO, F. G. S. M. **A importância do fonoaudiólogo como coach no ambiente organizacional.** REINPEC, Revista Interdisciplinar do Pensamento Científico, v. 1, n. 3, p. 103-115, 2017.

RICCI, R. **O que é coaching e como ele pode transformar você?** São Paulo: Qualitec, 2006.

ROCHA, C.R. **Manual de comunicação não violenta para organizações.** 2017. 36 P. TCC Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Organizacional) – UNB, Universidade de Brasília, 2017.  
2018

SANTOS, T.D; ANDRADA E SILVA M.A. **Comunicação não verbal com profissionais da voz:** o que se pesquisa na fonoaudiologia. Rev. CEFAC, v.18, n.6, p. 1447-1455, 2016.

SANTOS, T.D.; FERREIRA, L.P.; ANDRADA E SILVA, M.A. **A fonoaudiologia na formação do jornalista:** resultados de uma proposta de atuação. Audiol Commun Res, 2019.

SEPAROVIC, E. **A empatia e a mediação de conflitos-** uma perspectiva baseada na comunicação não-violenta. J. Jurídico, v.2, n.1, p.63-78, 2019.

SHEA, G. F. **Mentoring:** Como desenvolver o comportamento bem-sucedido do mentor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

TRINDADE, L.M; FERREIRA, L.P. **Julgamento do efeito de um programa de intervenção fonoaudiológica na expressividade oral de repórteres.** [dissertação de mestrado]. São Paulo (SP): Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; 2008.

VASSALO de LOPES, M.I. **Sobre o estatuto disciplinar do campo da comunicação.** In: VASSALO de LOPES M.I. Epistemologia da Comunicação. Loyola, 2003.

WITHMORE, J. **Coaching for Performance:** Growing Human Potential and Purpose: The Principles and Practice of Coaching and Leadership. London: Nicholas Brealey Publishing, 2009.

WOYCIEKOSKI, C.; HUTZ, C.S. **Inteligência emocional:** teoria, pesquisa, medida, aplicação e controvérsias. *Psicol. Reflex. Crit.* [online], v.22, n.1, p.1-11, 2009.

## 9. ANEXOS

# ANEXO 1 – Parecer do Comitê de Ética e Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo



### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

#### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** A Assessoria em Comunicação: Conteúdos e Práticas

**Pesquisador:** JUNIA RUSIG

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 30829620.0.0000.5482

**Instituição Proponente:** Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

#### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 4.002.041

#### Apresentação do Projeto:

Trata-se de protocolo de pesquisa para elaboração de Dissertação de Mestrado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia (PEPG em FONO), vinculado à Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde (FACHS) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP).

Projeto de pesquisa de autoria de Junia Rusig, sob a orientação da Profa. Dra. Ruth Palladino.

A proposta visa "Identificar e descrever os conteúdos sobre comunicação na formação e práticas em assessoria em comunicação ou coaching em comunicação."

#### Objetivo da Pesquisa:

Está bem descrito e organizado de acordo com a estrutura do projeto pesquisa ora apresentado. É coerente e indica o que realmente se pretende realizar, ou seja, um enunciado claro e preciso das metas, os fins e os resultados aos quais se aspira chegar com o projeto.

#### Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Concordamos com os cuidados apresentados pela pesquisadora que demonstram a preocupação com os participantes da pesquisa. Os benefícios apontados são coerentes com o projeto de pesquisa proposto. Conforme dispostos na Res. CNS/MS nº 510/2016.

#### Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A exposição do Projeto é clara e objetiva, feita de maneira concisa e fundamentada, permitindo-se

**Endereço:** Rua Ministro Godói, 969 - sala 63 C  
**Bairro:** Perdizes **CEP:** 05.015-001  
**UF:** SP **Município:** SAO PAULO  
**Telefone:** (11)3670-8466 **Fax:** (11)3670-8466 **E-mail:** cometica@pucsp.br



concluir que a proposta de pesquisa em tela, possui uma linha metodológica definida, base da qual será possível auferir conclusões consistentes e válidas.

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Apresentados a contento, conforme o Regulamento Interno do Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - CEP-PUC/SP campus Monte Alegre. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido permite ao voluntário (participante do estudo) compreender o significado, o alcance e os limites de sua participação nesta pesquisa.

**Recomendações:**

Recomendamos que o desenvolvimento da pesquisa siga os fundamentos, metodologia, proposições, pressupostos em tela, do modo em que foram apresentados e avaliados por este Comitê de Ética em Pesquisa. Qualquer alteração deve ser imediatamente informada ao CEP-PUC/SP, indicando a parte do protocolo de pesquisa modificada, acompanhada das justificativas.

Também, a pesquisadora deverá observar e cumprir os itens relacionados abaixo, conforme indicado pela Res. 466/12:

- a) desenvolver o projeto conforme delineado;
- b) elaborar e apresentar o relatório final;
- c) apresentar dados solicitados pelo CEP, a qualquer momento;
- d) manter em arquivo, sob sua guarda, por um período de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa, os seus dados, em arquivo físico ou digital;
- e) encaminhar os resultados para publicação, com os devidos créditos aos pesquisadores associados e ao pessoal técnico participante do projeto;
- f) justificar, perante o CEP, interrupção do projeto.

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Sem Pendências e Lista de Inadequações, portanto, somos de parecer favorável à aprovação e realização do projeto de pesquisa em tela.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

O Colegiado do Comitê de Ética em Pesquisa, campus Monte Alegre da Pontifícia Universidade

Endereço: Rua Ministro Godói, 969 - sala 63 C  
Bairro: Perdizes CEP: 05.015-001  
UF: SP Município: SAO PAULO  
Telefone: (11)3670-8466 Fax: (11)3670-8466 E-mail: cometica@pucsp.br



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE  
CATÓLICA DE SÃO PAULO -  
PUC/SP



Continuação do Parecer: 4.002.041

Católica de São Paulo - CEP-PUC/SP, aprova integralmente o parecer oferecido pelo(a) relator(a).

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1537072.pdf	15/04/2020 13:36:39		Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto.pdf	15/04/2020 13:36:01	JUNIA RUSIG	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto.docx	07/04/2020 18:51:32	JUNIA RUSIG	Aceito
Cronograma	Cronograma.pdf	07/04/2020 18:51:02	JUNIA RUSIG	Aceito
Outros	Parecer.pdf	07/04/2020 18:50:53	JUNIA RUSIG	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	07/04/2020 18:50:40	JUNIA RUSIG	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

SAO PAULO, 30 de Abril de 2020

Assinado por:

**Antonio Carlos Alves dos Santos**  
(Coordenador(a))

Endereço: Rua Ministro Godói, 969 - sala 63 C  
Bairro: Perdizes CEP: 05.015-001  
UF: SP Município: SAO PAULO  
Telefone: (11)3670-8466 Fax: (11)3670-8466 E-mail: cometica@pucsp.br

## ANEXO 2 – Termo de Consentimento Livre Esclarecido

### Coaching e Comunicação: Conteúdos e Práticas

Questionário parte de Projeto de Mestrado apresentado à Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde da PUC-SP como um dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Fonoaudiologia.

\*Obrigatório

#### Termo de Consentimento Livre Esclarecido

Sua participação nesta pesquisa é voluntária e constará apenas de algumas perguntas que deverão ser respondidas sem minha interferência ou questionamento e que não determinará qualquer risco ou desconforto.

- 1- Sua participação não trará qualquer benefício direto, mas proporcionará um melhor conhecimento à respeito do tema, quando, então, somente no final do estudo, poderemos concluir a presença de algum benefício.
- 2- Não existe outra forma de obter dados com relação ao procedimento em questão e que possa ser mais vantajoso.
- 3- Informo que o Sr(a). tem a garantia de acesso, em qualquer etapa do estudo, sobre qualquer esclarecimento de eventuais dúvidas. Se tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato comigo ou com a Profa. Dra. Ruth Ramalho Ruivo Palladino. Também é garantida a liberdade de retirada de consentimento a qualquer momento e deixar de participar do estudo.
- 4- Garanto que as informações obtidas serão analisadas em conjunto com outros entrevistados, não sendo divulgado a identificação de nenhum dos participantes.
- 5- O Sr(a). tem o direito de ser mantido atualizado sobre os resultados parciais das pesquisas e caso seja solicitado, darei todas as informações que solicitar.
- 6- Não existirão despesas ou compensações pessoais para o participante em qualquer fase do estudo. Também não há compensação financeira relacionada à sua participação.
- 7- Eu me comprometo a utilizar os dados coletados somente para pesquisa e os resultados serão ser veiculados através de artigos científicos em revistas especializadas e/ou em encontros científicos e congressos, sem nunca tornar possível sua identificação.
- 8- Anexo está o consentimento livre e esclarecido para ser assinado caso não tenha ficado qualquer dúvida.

Após ter lido, você: \*

- Concorda com os termos descritos acima
- Não concorda com os termos descritos acima



## Anexo 3 – Questionário

# Coaching e Comunicação: Conteúdos e Práticas

\*Obrigatório

Identificação

Qual a sua idade? \*

Sua resposta

Qual o seu gênero? \*

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

Voltar

Próxima

# Coaching e Comunicação: Conteúdos e Práticas

\*Obrigatório

## Coaching em Comunicação: Conteúdos e Práticas

Identificar os conteúdos referentes à comunicação na formação e práticas em coaching referentes à Fonoaudiologia.

1. Você se auto denomina Coach? \*

Sim

Não

2. Se sim, qual a sua formação original? \*

Sua resposta

3. Você fez a sua formação em Instituto Especializado? Se sim, em qual?

Sua resposta



4. O que é o Coaching? \*



- Um método
- Uma prática
- Uma estratégia

5. Qual o objetivo central do Coaching? \*

Sua resposta

6. Em que área do Coaching você atua? \*

- Personal Coaching
- Executivo
- Saúde
- Artístico
- Outro:

7. Você trabalha com Comunicação na sua atividade de "coach"? \*

- SIM
- NÃO

8. Se sim, você poderia apontar os objetivos, conteúdos e estratégias deste trabalho? \*

Sua resposta

9. Você reconhece uma especialidade denominada "Coaching em Comunicação"? \*



Comunicação :

SIM

NÃO

10. Você identifica uma diferença entre "Coaching em comunicação" e "Assessoria em Comunicação?" \*

SIM

NÃO

11. Se sim, qual a diferença? \*

Sua resposta

12. Em que casos você trabalha a comunicação? \*

Todos

Sob demanda

13. Você considera a "Comunicação Assertiva" e a "Expressividade" como conteúdos: \*

Equivalentes

Complementares

Diferentes

[Voltar](#)

[Enviar](#)