



Caracterização do perfil de profissionais atuantes em processos de *coaching* e o trabalho em comunicação

Characterization of the profile of professionals working in communication and coaching processes

Caracterización del perfil de los profesionales que trabajan en el área de la comunicación en procesos de *coaching*

Junia Rusig* 

Priscilla de San Soucy Viana Raymondi* 

Ruth Ramalho Ruivo Palladino* 

Resumo

Introdução: o método *coaching* é utilizado sob diferentes modalidades e ambientes, mostrando efetividade. Constituído por diversas estratégias e conteúdos, um dos temas principais de seus programas de treinamento é a comunicação, pilar dos comportamentos e atitudes sociais adequados e eficientes. Vários profissionais, entre eles o fonoaudiólogo, participam de modo ativo deste processo. **Objetivo:** identificar e descrever o perfil de 21 profissionais que participam de processos de *coaching* em trabalho com a comunicação. **Método:** estudo descritivo, realizado por meio da aplicação de um questionário elaborado com questões abertas e fechadas, visando ao levantamento dos conteúdos relativos à formação do profissional, áreas de atuação, a formação em *coaching*, a presença de um instrutor-fonoaudiólogo em cursos de especialização, temas sobre comunicação incluídos nos planos de cursos de formação, itens da prática em comunicação e lugar de inserção profissional. Análise descritiva simples por porcentagem. **Resultados:** são profissionais com diferentes formações originais complementadas pela formação específica em *coaching*, com atuação prática em diferentes nichos; os conteúdos trabalhados nesta formação

* Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

Contribuição dos autores:

JR, PSSVR: metodologia/coleta de dados/análise de dados/esboço do artigo.

RRRP: concepção do estudo/metodologia/orientação/revisão crítica.

E-mail para correspondência: Junia Rusig - juniarrusig@gmail.com

Recebido: 24/09/2020

Aprovado: 27/01/2021



visam à adequação e controle do comportamento, emoções e, principalmente, da comunicação, sobretudo em estratégias de assertividade, não violência e expressividade, sem instrutores-tutores com formação original em fonoaudiologia. **Conclusão:** pesquisas sobre este tema são importantes e necessárias, pois indicam a especificidade das atuações profissionais em processos de *coaching*, entre eles o fonoaudiólogo.

Palavras-chave: *Coaching*; Fonoaudiologia; Comunicação.

Abstract

Introduction: The coaching method has shown effectiveness when applied on different modalities and environments. Consisting of different strategies and content, communication is one of the main topics of its training programs, which is a pillar of appropriate and efficient social behaviors and attitudes. Several professionals actively participate in this process, including the Speech-language Pathologist. **Objective:** To identify and describe the profile of 21 professionals working in coaching processes with a focus on communication. **Method:** This was a descriptive study carried out through the application of a questionnaire prepared with open and closed questions, in order to survey the contents related to professional training, areas of expertise, training in coaching, the presence of an instructor-speech-language pathologist in training courses, topics on communication included in the training course plans, items of practice in communication and place of professional insertion. Simple descriptive analysis by percentage. **Results:** The study included professionals with different original backgrounds complemented by specific coaching training, with practical experience in different niches. The contents addressed in this training aim at the adequacy and control of behavior, emotions and, mainly, communication, especially in assertiveness strategies, non-violence and expressiveness, with no instructor-tutors with original training in speech-language pathology. **Conclusion:** Further research on this topic is important and necessary, as they promote the specificities of professional activities in coaching processes, including the speech-language pathologists.

Keywords: Coaching; Speech, language and hearing sciences; Communication.

Resumen

Introducción: el método coaching es utilizado bajo diferentes modalidades y entornos, mostrando efectividad. Integrado por diferentes estrategias y contenidos, uno de los ejes temáticos de sus programas de formación es la comunicación, pilar de las conductas y actitudes sociales adecuadas y eficientes. Muchos profesionales, incluso el logopeda, participan activamente en este proceso. **Objetivo:** identificar y describir el perfil de 21 profesionales que participan en procesos de coaching en el trabajo con la comunicación. **Método:** estudio descriptivo, realizado mediante la aplicación de un cuestionario elaborado con preguntas abiertas y cerradas, con el objetivo de revelar los contenidos relacionados a la formación profesional, áreas de especialización, formación en coaching, la presencia de un instructor logopeda en cursos de especialización, temas sobre comunicación incluidos en los planes de cursos de formación, prácticas de la comunicación y lugar de inserción profesional. Análisis descriptivo simple por porcentaje. **Resultados:** son profesionales con diferentes formaciones originales complementadas por la formación específica en coaching, con experiencia práctica en diferentes nichos, los contenidos trabajados en esta formación tienen como objetivo la adecuación y control del comportamiento, las emociones y, principalmente, la comunicación, especialmente en estrategias de asertividad, no violencia y expresividad, sin instructores-tutores con formación original en terapia del lenguaje. **Conclusión:** investigaciones sobre este tema son importantes y necesarias, ya que indican la especificidad de las actividades profesionales en los procesos de coaching, incluido el logopeda.

Palabras clave: Coaching; Terapia del Lenguaje; Comunicación.

Introdução

Por volta de 1830, na Inglaterra, a palavra *coach*, antigo termo para nomear condutores de carruagens¹, passou a ser empregada como sinônimo de tutor, aquele que prepara e acompanha os estudantes, conduzindo-os em suas jornadas acadêmicas², objetivando o progresso nos diferentes níveis escolares. Esta atuação do *coach*, no acompanhamento de uma pessoa e na definição e preparo para o alcance de suas metas futuras, passou, aos poucos, a compor uma prática que foi, gradativamente, ganhando especificidade.

Mais tarde, esta prática passou a ser integrada ao campo dos esportes, aí ganhando realce o sentido do treinamento, a condução para o êxito na competição, sendo denominada *coaching*, porque executado pelo *coach*, o treinador³, já constituindo uma metodologia.

Do ambiente esportivo, o *coaching* foi deslocado para o universo empresarial, passando a ampliar ainda mais o espectro de sentidos, sobretudo aqueles voltados à conscientização de habilidades e competências, ações sempre inscritas no bojo da ideia de acompanhamento, com vistas ao alcance de uma dada meta⁴.

Vale lembrar que foram dois treinadores de tênis, o americano W. Timothy Gallwey e o inglês John Withmore, que organizaram o método *coaching*, deslocando-o para o ambiente das empresas, estimulados pelos próprios atletas, preocupados com a gestão de seus negócios⁵.

Assim, na história da constituição do método, o termo *coaching* passou a ser usado particularmente no sentido do desenvolvimento pessoal, sendo que em 1960 surge pela primeira vez em um programa educacional e em 1980 ganha vigor, sobretudo no ambiente profissional⁶. Atualmente, o *coaching* é um método de trabalho muito difundido, operado por diferentes profissionais, em várias modalidades, participando de empreendimentos pessoais ou grupais visando ao desenvolvimento de competências e habilidades basilares para o desempenho social adequado e eficiente, com vistas ao alcance de determinados objetivos.

O método *coaching* é constituído por ferramentas e técnicas específicas, aplicadas por um profissional habilitado - o *coach* -, em parceria com o cliente - o *coachee*-, num processo instigante e criativo que os inspira a maximizar o autoconhecimento, a autoconfiança e o autocontrole

do *coachee* em suas atitudes e comportamentos, repercutindo em ações efetivas⁷. Trata-se de um processo indutivo, operado pelo *coach* por meio da apresentação de uma sequência logicamente encadeada de perguntas ou situações-problema, ou seja, a conversação entra como operador, tal como Galwey apontava⁴, visando a mobilizar o *coachee* em sua própria reflexão e em seu próprio trabalho de mudança, despertando suas habilidades e competências, como Withmore sugeria⁴. O método desenvolve o diálogo, sendo que “o ato de fazer uma pergunta valoriza a pessoa e sua resposta”, o que gera insights ao *coachee*⁸.

Portanto, cabe ao *coach* perceber e compreender adequadamente as urgências, as necessidades e os objetivos do *coachee*, a quem em realidade, cabe todo o protagonismo no processo em curso.

As estratégias e os instrumentos utilizados são variados e dependem tanto da orientação teórica da formação especializada que o *coach* recebeu, quanto das questões com que ele é confrontado em seu trabalho na modalidade de atuação escolhida e, é claro, das demandas particulares do *coachee*, incluindo seu universo profissional⁹.

O método *coaching* foi se desenvolvendo, inscrevendo-se em diferentes nichos, diferenciando a atuação do profissional em diversas modalidades, definindo, por exemplo, o *coaching* educacional, executivo, pessoal, de carreira, entre outros.

Discussões sobre a qualificação mais adequada do *coach*, a postura mais apropriada do *coachee* e a estrutura e função da relação entre eles permanecem atuais, pois é um universo diversificado de conhecimentos que entram em jogo, bem como necessidades e possibilidades muito particulares dos sujeitos em questão¹⁰.

Há estudiosos que consideram que para a melhor qualificação do *coach*, o conhecimento do ambiente no qual ele vai intervir é apropriado, e pode colaborar para o sucesso da sua empreitada¹¹.

Na maior parte das vezes, o *coach* tem uma formação original, então complementada pela formação em *coaching* por um instituto especializado e reconhecido, o que responde à consideração sobre a importância do conhecimento de um campo específico auxiliando o profissional em seu desempenho como *coach* em determinada modalidade. Um exemplo recorrente é o conhecimento acerca do mundo empresarial no exercício do *coaching* executivo¹¹.

A formação especializada dos *coachs* prevê a apresentação dos fundamentos gerais do método, complementada por conteúdos advindos de disciplinas diversas, com realce para a Psicologia, concernentes ao desenvolvimento do autoconhecimento e autocontrole por parte do *coachee* relativamente às suas habilidades e competências versus as demandas de seu ambiente, pessoal e/ou profissional. O aperfeiçoamento comunicativo participa deste conjunto disciplinar e das demandas de *coachees* nas mais variadas modalidades do *coaching*¹².

Fragilidades, dificuldades ou impedimentos comunicativos são estressores psicossociais que repercutem no comportamento, com diferentes manifestações, conformando atitudes inadequadas e ineficientes que podem comprometer o desempenho do sujeito em suas diferentes experiências sociais.

O trabalho com a comunicação pode ser considerado um acelerador do processo de treinamento nas diferentes áreas, dando o foco adequado para a pessoa que quer potencializar suas habilidades comunicativas ou diminuir os bloqueios relacionados ao tema, visando a alcançar seus objetivos.

Assim, a lida com o aspecto comunicacional tem presença em processos de *coaching* e surge na literatura do campo, vinculada principalmente a um trabalho com comunicação assertiva, comunicação não violenta e expressividade^{13,14}.

A comunicação assertiva surge na Psicologia com Abraham Maslow, esclarecida como uma conduta afirmativa, potencialmente convincente que, ao lado da assertividade emocional, garante desempenhos efetivos. Já a comunicação não violenta, trazida pela obra de Marshal Rosenberg, está assentada na noção de autoestima e empatia e compõe com as anteriores o tripé fundamental das ditas habilidades sociais¹³. Estas são noções que tratam de aspectos comportamentais e de atitudes

Há inúmeros e diferentes programas de *coaching* que incluem o trabalho com a questão da assertividade e não violência, perfilada ao conceito de liderança, em ambientes diversos, e, importa insistir, são ações no âmbito do comportamento e atitudes^{15-16,17}.

A expressividade, conceito tratado verticalmente pela Fonoaudiologia, é a possibilidade comunicativa que se refere a manifestações orais e corporais, sempre no interior de uma atitude de empatia, já que constrói a comunicação discursi-

vamente, viabilizando uma interação vigorosa e eficaz com o outro¹⁶.

Este conceito surgiu de modo mais articulado no bojo de um trabalho do campo fonoaudiológico em discriminar o trabalho dito de assessoria daquele nomeado terapêutico¹⁵.

A expressividade oral, que se refere à fala e à voz, e ao corporal, representada pelas expressões faciais, gestos e movimentos do corpo, possibilita, além da transmissão de uma mensagem propriamente dita, “a veiculação de emoções e atitudes do falante”¹⁶ que, certamente, têm efeito nas emoções e atitudes do seu interlocutor¹⁸.

Portanto, a expressividade é conceito que reúne os aspectos considerados básicos para as relações pessoais e profissionais de qualquer tipo: habilidade comunicativa, no sentido da efetiva interação discursiva, atitude emocional e comportamento social. Nesta perspectiva, é conceito mais extenso do que o de assertividade, que se esclarece apenas em termos de comportamento, conduta social. Isto não significa dizer que a assertividade não esteja no rol dos aspectos abordados pelo fonoaudiólogo no trabalho com a comunicação, mas, sim, significa que na atuação deste profissional ela ganha outros contornos¹⁴.

Os fonoaudiólogos, que têm a comunicação como objeto específico de sua atenção e tema de presença constante na sua formação e nas suas diversas práticas, têm tido participação cada vez mais expressiva em processos de *coaching* atuando no aspecto comunicacional, seja como assessor, consultor ou mesmo como *coach*¹⁶.

De fato, há profissionais que se denominam *coachs* em comunicação, outros que preferem ser reconhecidos como assessores em comunicação, e que podem participar de processos de *coaching*, outros ainda que se reconhecem consultores, orientando a elaboração de programas de treinamento em comunicação. Dessa diversidade, redundava uma instigante questão: qual é o perfil do profissional que realiza o trabalho com a comunicação em processos de *coaching*?

Interessante verificar que há estudos que apontam a diferença entre o trabalho clínico e a assessoria/consultoria em Fonoaudiologia¹⁵, mas o traçado entre a assessoria e o *coaching* ainda é assunto de discussão e diferentes posicionamentos neste campo. Na Psicologia tal distinção está na base da disciplina, constituída por ações clínicas

e não clínicas e, em outros campos esta diferença nem se coloca.

Visando a participar dessa discussão, este estudo teve como objetivo identificar e descrever o perfil de 21 profissionais atuantes em processos de *coaching* com trabalho em comunicação.

Método

Estudo exploratório; com parecer favorável de Comitê de Ética e Pesquisa, processo número: 2.751.528, e inscrição na Plataforma Brasil. Pergunta norteadora do estudo: qual é o perfil do profissional que atua em processos de *coaching* e trabalha com a comunicação?

Procedimentos:

Coleta de dados: a coleta foi realizada por meio da aplicação de um questionário, sendo que, para evitar erros não amostrais e amostrais¹⁹⁻²⁰, providenciou-se a observação de alguns aspectos:

1- o questionário utilizado foi o mesmo aplicado em estudo anterior^{*1}, com pequenos ajustes, ligados ao aspecto lexical e ao próprio objetivo do presente estudo, visando a obter respostas claras e coerentes com as questões apresentadas e, assim, este questionário representou um pré-teste. Note-se, contudo, que neste tipo de procedimento, formado quase plenamente por perguntas abertas, sempre há a possibilidade de apresentação de respostas que aparentemente carecem de clareza e propriedade, exatamente em função da singularidade de cada informante. Quer dizer, este tipo de procedimento deve levar em conta a imprevisibilidade das respostas, tanto em termos de conteúdo e sintaxe, bem como em termos lexicais. São variações individuais.

2- o instrumento foi apresentado na plataforma *Forms* do *Google* (anexo 1), com dez perguntas

abertas e uma fechada com resposta múltipla escolha, visando ao levantamento de certos conteúdos, definidos a partir de informações obtidas na literatura pesquisada e no próprio objetivo do estudo, nicho do *coaching* onde atua (perg1), formação original, formação especializada em *coaching* e motivação para esta formação (perg^s 2,3,4 e 5) a presença de um instrutor-fonoaudiólogo nos cursos de formação e temas sobre comunicação neles abordados (perg^s 6,7e 8) aspectos gerais abordados na formação (perg 9), itens da prática e lugar de inserção profissional (perg^s 10 e 11).

3- o questionário ficou disponível durante um mês em duas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, sem qualquer outro auxílio na busca de sujeitos, a não ser a presença do alerta do questionário nas redes, solicitando a qualquer profissional atuante no universo do *coaching* participação na pesquisa em curso, respondendo ao questionário. Ao lado deste alerta, havia, também, esclarecimentos relativos à natureza e aos objetivos do estudo, apontando a importância das respostas a serem obtidas.

Sujeitos: escolhidos por conveniência, com a condição de ser atuante no universo do *coaching*, visando a evitar erros amostrais. O questionário foi respondido espontaneamente por 21 profissionais que se apresentaram durante o período estipulado e para que o sigilo e anonimato fossem mantidos, foi feita a designação de um número para a identificação de cada um (participante 1, participante 2, etc.).

Análise dos dados: Os dados foram analisados em termos percentuais simples, apresentados em gráficos para visualização e descrição. Para as questões 9 e 10, pela diversidade das respostas, foram estabelecidas categorias, a partir da incidência de respostas iguais ou semelhantes, para posterior tratamento percentual

Certificação ética: estudo com parecer favorável de Comitê de Ética e Pesquisa e assinatura do TCLE por todos os participantes.

1 Rusig, J. A Fonoaudiologia e a formação em coaching. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2018.

Resultados

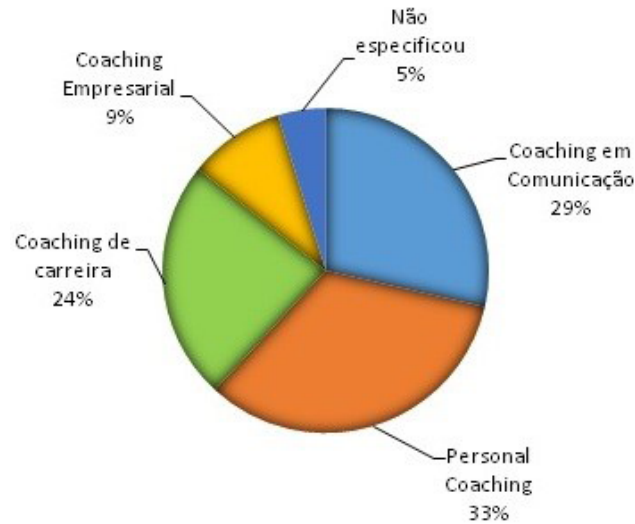


Figura A. (questão nº 1): "Em que área do coaching você trabalha?"

Esta pergunta visava a identificar a área do *coaching* em que o profissional se inseria. A maior parte apontou, sobretudo, para duas modalidades, o *personal coaching* (33%), e o *coaching* em comunicação (29%), seguidas pelo *coaching* de car-

reira (24%) e, por último, *coaching* executivo (ou empresarial) (9%), sendo 5% sem especificação, com resposta "nenhuma (área) ainda". Interessante notar a presença do "*coaching* em comunicação".

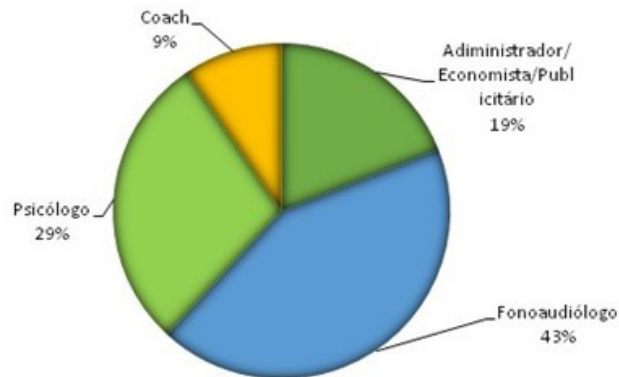


Figura B. (questão nº 2): "Qual a sua profissão original?"

A informação obtida por esta pergunta era concernente à formação original do profissional. Fonoaudiólogos e psicólogos formaram a maioria (43% e 29% respectivamente), seguidos por ad-

ministradores, economistas e publicitários (19%). Apenas 9% não identificaram outra formação, citando apenas a de *coach*.

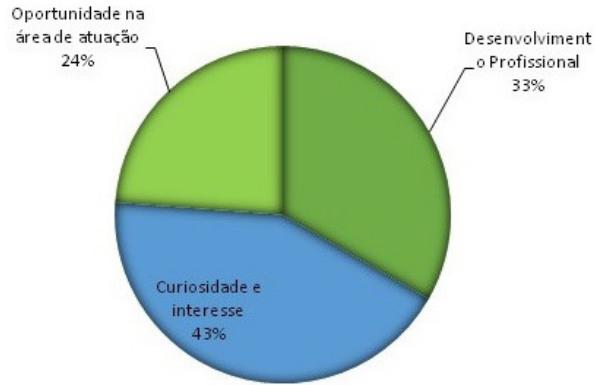


Figura C. (questão nº 3) : “Como e por que você chegou na área do Coaching?”

Esta pergunta estava diretamente vinculada à anterior, já que na maioria dos casos há uma formação profissional original e, assim, cabia indagar sobre o(s) motivo(s) que conduziram a uma opção pela formação especializada em *coaching*. Parte

dos entrevistados atrelou esta opção a dois motivos: ampliação da formação profissional, e para aperfeiçoamento da atuação profissional (57%). Outros motivos, como interesse/curiosidade/oportunidade, compuseram o resto das respostas (43%).

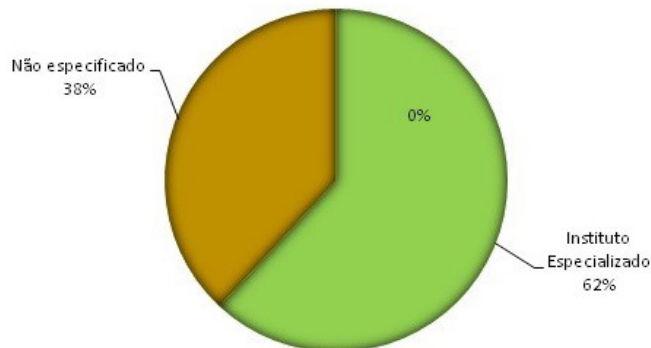


Figura D. (questão nº 4) : “Como foi sua formação para coach?”

Aqui, começa o grupo de perguntas ligado à formação do *coach*. Na questão 4, a maioria esclareceu que a formação se dá em instituto especializado (62%), e o resto foi constituído por respostas não esclarecedoras, como *bem completa/muito boa* e apenas uma esclarecendo que não foi em instituto especializado.

A questão 5, indagava sobre o tempo da formação. Aqui há uma diversidade nas respostas, possivelmente em função da diferença entre os programas e metodologia de cada instituto, tornando não relevante um gráfico representativo. Note-se, que a maioria indicou um tempo por conjunto de meses e ano (29% e 28 % respectivamente) e, em seguida, por horas (43%).

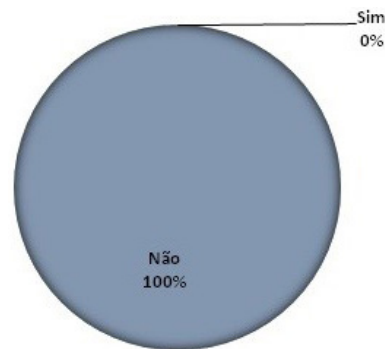


Figura E. (questão nº 6): “Havia um fonoaudiólogo em seu curso/treinamento de formação?”

Esta pergunta buscava identificar a profissão dos instrutores dos cursos de formação, especificamente se havia um fonoaudiólogo neste conjunto. Todos (100%) afirmaram que este profissional não estava presente no quadro de instrutores no instituto em que fizeram formação. As perguntas 7 e 8 se

referiam a aspectos ligados à eventual presença do fonoaudiólogo e como negaram tal presença, estas perguntas perderam pertinência no conjunto das respostas, apesar de sua relevância suposta, caso as respostas à pergunta 6 fossem positivas.

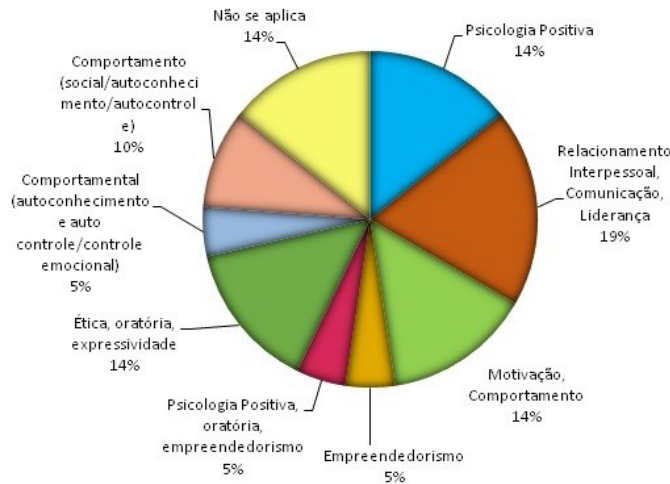


Figura F. (questão nº 9 a) - “Na formação, quais aspectos são abordados?”

A primeira parte da pergunta buscava informação sobre as temáticas trabalhadas privilegiadamente nos cursos de formação. A maioria apontou para mais de uma temática, sendo apontados temas diversos que foram reunidos em três categorias: treinamento do comportamento social, da comunicação e das condutas emocionais.

A segunda parte, visava a levantar uma informação complementar à pergunta 6, no caso de negativa para a presença do fonoaudiólogo como instrutor nos cursos de formação. A maioria apontou a presença de instrutores administradores de empresas, publicitários e psicólogos.

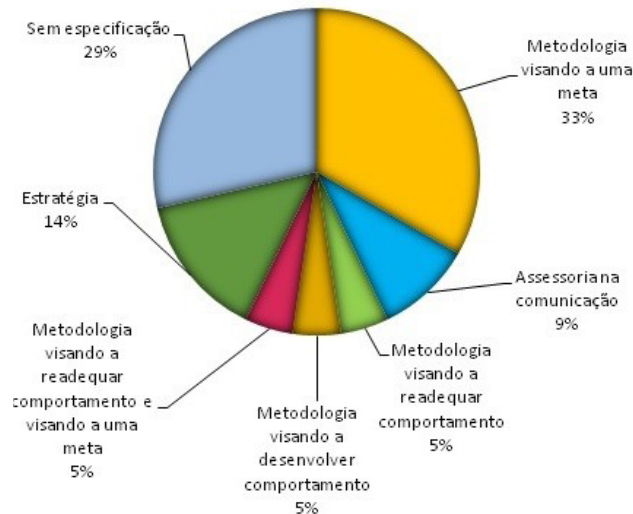


Figura G. (questão nº 10): “Como funciona o trabalho de Coaching?”

Esta pergunta solicitava ao entrevistado uma definição do *coaching*. Grande parte (48%) esclareceu o *coaching* como sendo uma metodologia utilizada no desenvolvimento ou readequação do comportamento, visando o alcance de uma dada meta, 14% como estratégia, 9% como uma certa prática.

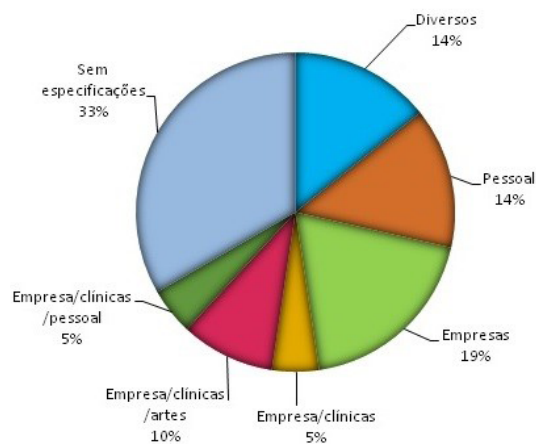


Figura H. (questão nº 11): "Quais os lugares de inserção profissional?"

Esta pergunta buscava informação geral acerca dos nichos possíveis de atuação profissional. Note-se que a maioria apresentou comentários que não permitiram a identificação de um ou mais nichos específicos (47%), com respostas do tipo: *depende da demanda de cada um*. A outra parte apontou para dois nichos principais: pessoal (14%) e empresarial (39%).

Aqui pode ter se instalado um problema não amostral, pela aparente semelhança entre essa pergunta e a primeira apresentada pelo questionário, o que pode ter gerado algum tipo de confusão na interpretação dos informantes.

É importante ressaltar que os resultados obtidos se referem à amostra deste estudo, produto de uma investigação de caráter exploratório, e não podem prover uma generalização sobre as informações buscadas. Contudo, os resultados obtidos podem indiciar certas particularidades no perfil destes profissionais, sobretudo aquelas concernentes às perguntas norteadoras da discussão que se pretendeu e, com isto, iniciar uma reflexão, isto é, considerações podem surgir ao final da discussão.²⁰

Discussão

O estudo trouxe dados para o traçado de um perfil do profissional com atuação em processos de *coaching*, sendo que podem ser reunidos em duas partes complementares: 1) a formação original e complementar do profissional e seu campo de atuação e 2) o saber específico sobre o método, suas estratégias (principal e secundárias) e objetivos, com realce para a participação da área da comunicação neste processo, bem como áreas possíveis de atuação.

Para a definição do *coaching*, os termos mais usados foram: metodologia (48%), estratégia (14%) assessoria (9%), como mostra o gráfico 10.

O termo metodologia, o mais citado, se adequa aos apontamentos da literatura, que indica o *coaching* como um *método*^{4,6,7} para despertar a autoconsciência de competências e habilidades pessoais, opacizadas, desarticuladas ou mesmo ignoradas, que podem qualificar positivamente (ou não) o desempenho de uma pessoa em qualquer área, pessoal ou profissional.

O fundamento do método é a criação de uma trilha de perguntas, a ser cuidadosamente percorrida, com vistas a descobrir as tais competências e habilidades⁵, como está claro em algumas respostas, em acordo com a literatura, quando toca na questão da estratégia privilegiada no processo, como a de um participante que disse: (são) "perguntas e respostas para as reflexões e exercícios a serem feitos" (P8-fonoaudiólogo) ou outro, "metas criadas nas conversas semanais com o *coach*" (P5-psicólogo).

É um trabalho em que o protagonismo recai completamente sobre o cliente em questão, ficando a cargo do *coach* a criação desta trilha. As estratégias secundárias, o uso de assessorias complementares, tudo isso é escolha de cada *coach* em parceria com seu *coachee*, na particularidade de suas condições e necessidades⁹⁻¹⁰, como se pode notar, por exemplo, nestas respostas que expressam o que a literatura aponta: "depende de cada cliente", (P4) "nas necessidades de cada cliente" (P5).

Os entrevistados são, quase na totalidade, profissionais com uma formação original, sobresaindo, nesta amostra, os psicólogos e os fonoaudiólogos, como mostra o gráfico 2. Essa formação é complementada pela formação específica em *coaching* em institutos especializados, como mostra o gráfico 4, o que mostra ser o *coaching* um fazer baseado em pressupostos, com objetivos bem

estabelecidos, correspondendo ao que é postulado na literatura⁷, algo bastante diferente da banalização da profissão por vezes sugerida principalmente na mídia.

Grande parte dos entrevistados respondeu que a formação em *coaching* teve por objetivo uma verticalização na formação profissional, garantindo melhor atuação, como aponta o gráfico 3, e reconhecem um tempo bastante importante de formação, como preconizado pelas associações nacionais e internacionais de *coaching*.²⁴⁻²⁵ Quer dizer, é uma formação técnica.

Diferentes conteúdos são trabalhados nesta formação especializada, visando à adequação e controle do comportamento, atitudes, emoções e comunicação, com vistas à realização de uma meta, como aponta a literatura¹⁰⁻¹⁴⁻²¹ e como se observa no gráfico 9a.

Contudo, apesar de apontado no gráfico da pergunta 9, o gráfico 6 mostra que neles não há um tutor-instrutor de formação original em Fonoaudiologia, área em que a comunicação é objeto principal de discussão e atuação, o que pode denotar a recenticidade da entrada, deste profissional em processos de *coaching*, apesar de sua presença aí ser atualmente muito expressiva.

Isto pode explicar a escassez de trabalhos científicos e a ausência do profissional no corpo de tutores dos cursos de formação. Mais ainda, talvez a esfera pública não compartilhe a real possibilidade de atuação do fonoaudiólogo, parecendo estar restrita à instância reabilitadora. Note-se um comentário de Kyrillos (2004)¹⁵ sobre este aspecto por tratar-se de um processo “de habilitação da função comunicativa” (p151) para melhora da *performance*. Os tutores-instrutores, geralmente, são administradores de empresas, publicitários ou, então, psicólogos, como aponta o gráfico 9b.

Áreas bastante procuradas para o exercício profissional, os nichos do *personal coaching*²³ e do *coaching* executivo^{2-7,10} surgiram como os de maior inserção, seguidos pelo denominado *coaching* em comunicação (vocal *coaching/coaching* de voz e comunicação/comunicação) e uma participação muito discreta nos da saúde e artes, como mostra o gráfico 1. Contudo, a literatura mostra grande atividade de *coaching* na saúde e nas artes, por exemplo, na enfermagem,²⁶ com atores²⁷⁻²⁸ e com cantores²⁹, o que esta amostra não revelou.

Mas, por outro lado, os achados reforçam dados indicados na literatura, sobre o predomínio

da prática em *coaching* executivo e vocal *coaching* pelos fonoaudiólogos, indicando uma espécie de harmonia entre a sua formação original e seu trabalho em comunicação em processos de *coaching*¹¹.

Foi elaborada uma tabela (anexo 3) para comparação entre a formação original do profissional e a modalidade de execução do *coaching*, com vistas a identificar se haveria uma relação positiva entre estes aspectos. Nessa amostra, de fato, verificou-se tal relação, pois todos entrevistados que apontaram a modalidade de *coaching* em comunicação (vocal *coaching*, comunicação, assessoria em comunicação) eram fonoaudiólogos, assim como os que apontaram o *personal coaching* (*life coaching*, pessoal, *coaching* de vida) eram psicólogos originalmente. Essa observação remete a apontamentos da literatura sobre a pertinência de um conhecimento original como ferramenta importante para o êxito no trabalho de *coaching*.¹⁰

O esclarecimento acerca da modalidade do *coaching* escolhida para atuação (gráfico 1), trouxe uma dúvida sobre a natureza do trabalho em comunicação, se, de fato, é uma prática que pode ser ela mesma denominada um *coaching*, uma modalidade particular, ou é uma assessoria específica e nesse caso, podendo estar presente no *coaching* em diferentes áreas. Isto, porque, há respostas diversas, como por exemplo: “trabalho com comunicação”, “*coaching* em comunicação”. Não foi encontrada na literatura visitada, produção que tenha este tema como foco para discussão.

Conclusão

Este estudo, limitado, obteve respostas para suas perguntas norteadoras, expostas na metodologia²². Com 21 participantes, permitiu traçar um perfil inicial dos profissionais que atuam no *coaching*, em diferentes modalidades: são profissionais com uma graduação original seguida de formação em *coaching* em institutos especializados, em cursos relativamente extensos, constituídos por diferentes disciplinas, abordando uma extensa gama de conteúdos gerais do método, bem como uma diversidade de estratégias e ferramentas específicas. A comunicação participa deste conjunto de conteúdos, formando um aspecto fundamental da formação. Contudo, os fonoaudiólogos não estão presentes no corpo de tutores-instrutores dos cursos, ainda que a comunicação seja tema-base de sua formação e

cuja participação poderia representar um posto de atuação importante, inclusive na pesquisa.

Há um número importante de fonoaudiólogos atuando na área do *coaching*, com diferentes denominações: vocal *coaching*, *coaching* em comunicação, assessoria em comunicação. A variedade sugere reflexão para uma distinção entre o *coaching* em comunicação e a assessoria em comunicação, tal como aplicado entre práticas de assessoria e práticas clínicas¹⁵. Também sugere um esclarecimento sobre a aparente redução do trabalho em comunicação em intervenções vocais, dado que a comunicação implica, sim, na voz, mas também na fala, na construção discursiva e na postura de escuta, como alguns trabalhos já apontam nas considerações sobre a expressividade¹⁴⁻¹⁸. Pesquisas sobre este tema são importantes e necessárias²², colaboram no aperfeiçoamento do desempenho dos fonoaudiólogos no campo do *coaching* e revelam a possibilidade de sua pertinente e valorosa participação em um nicho profissional cada vez mais fortalecido.

Referências Bibliográficas

1. Malta TC, Pinto HMN. *Coaching* nas organizações: uma revisão bibliográfica. Rev. Reuna. 2012; 17(2): 15-26.
2. Rodrigues de Souza M, Nogueira ICS. Os estilos de liderança e as ações de *coaching* em uma empresa pública da cidade de Goiânia. Braz. J of Develop. 2020; 6(6): 40077-95.
3. Useche MC. El *coaching* desde una perspectiva epistemológica. Rev. Colomb. Cienc. Soc. 2004; 3(105): 125-32.
4. Zárate MO. Psicologia e *coaching*: marco geral e as diferentes escolas. Capital Humano. 2010mai; 243: 56-68.
5. Savaris TP, Tisott PB, Nespola D, Rech J. *Coaching* de vida: autodesenvolvimento voltado à satisfação. R. Intellig. Compet. 2015; 5(1): 14-37.
6. Souza TM; Carvalho EA. *Coaching* de carreira e suas contribuições para a maximização de potencialidades do sujeito e o reflexo nas organizações. Rev. Uningá. 2018; 55(3): 170-82.
7. Torres CMRC. 10 anos (2002-2012) de produção em *coaching* e *coaching*-executivo: meta-análise [dissertação de Mestrado]. Lisboa: Escola de Negócios e Economia de Lisboa; 2013.
8. Melo LHA, Bastos AT, Bizarria FPA. *Coaching* como processo inovador de desenvolvimento de pessoas nas organizações. Rev. Capital Científico. 2015; 13(2).
9. Oliveira LCS, Werneck CDSL. Os Fernandes: Desvendando o *coaching*: uma revisão sob a ótica da psicologia. Psicol. ciênc. prof. 2018; 38(2): 363-77.
10. Berman WH, Bradt G. Executive *Coaching* and Consulting: different strokes for different folks. Professional Psychology: research and practice. 2006; 37(3): 244-53.
11. 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.2018.
12. Grilo AM. Relevância da assertividade na comunicação profissional de saúde-paciente. Psic. saud. doen. 2012; 13(2): 283-97.
13. Devesa LM. A importância da comunicação no contexto organizacional. Instituto Politécnico de Setúbal, 2016.
14. Moreira AEF. Recursos de Expressividade Oral e Linguístico-discursivos de Operadores de Telemarketing: relação com a sensação gerada em prováveis clientes e o desempenho profissional [dissertação de Mestrado]. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP; 2007.
15. Kyrillos L. Voz na mídia (rádio e televisão). In: Befi-Lopes DM, Ferreira LP, Limongi SC (orgs). Tratado de Fonoaudiologia, Ed Roca: São Paulo, cap.13, 2004.
16. Marquesin DMSS, Viola I, Ghirardi ACAM, Madureira S, Ferreira LP. Expressividade da fala de executivos: análise de aspectos perceptivos e acústicos da dinâmica vocal. CoDAS. 2015; 27(2): 160-69.
17. Rangel LSF, Barreto, FGSM. A Importância do Fonoaudiólogo como *Coach* no Ambiente Organizacional. Rev. REINPEC. 2017Jan/Jun; 3(1): 103-296.
18. Borrego MC, Behlau M. Recursos de ênfase utilizados por indivíduos com e sem treinamento de voz e de fala. Rev. Soc. Bras. Fonoaudiol. 2012; 17(2): 216-24.
19. Chagas ATR. O questionário na pesquisa científica. Administração online. 2000; 1(1).
20. Vieira JGS. Metodologia de pesquisa na prática. Fael, 2010.
21. Ferreira LP. Assessoria fonoaudiológica aos profissionais da voz. In: Ferreira LP, Befi-Lopes DM, Limongi SC. Tratado de Fonoaudiologia. 1 ed. São Paulo: Roca; 2004.
22. Vergara SC. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 16 ed. São Paulo: Atlas; 2010.
23. Griffiths KE. Personal coaching: A model for effective learning. Journal of learning Design. 2005; 1(2): 55-65.
24. Sociedade Brasileira de *Coaching* (2016) – Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/o-que-e-coaching-guia-completo>> Acesso em: 12 abr.2018.
25. International Coaching Federation. (2013a). Disponível em: <<http://www.marketwired.com/press-release/international-coachfederation-conclui-inovador-2012-icf-global-coaching-study1615197.htm>> Acesso em 10 de abr.2018.
26. Sarroeira C, Cunha F, Simões J. *Coaching* e enfermagem: uma análise qualitativa da literatura. Revista UIIPS. 2020; 8(1): 42-56.
27. Santos M. A projeção vocal no teatro-estudo e tendências atuais. Revista de Pesquisa em Artes Cênicas. 2019; 2(3): 64-73.
28. Ferreira LP, Amaral VRP, de Souza PH. A Fonoaudiologia e o ator de cinema: relatos de profissionais do meio cinematográfico. Distúrb Comum. 2010; 22(2): 133-47.
29. Andrada e Silva MA. Expressividade no canto. In: Kyrillos L, editor. Expressividade. 1. ed. Revinter; 2005.

Anexo I: questionário

25/08/2018

A Fonoaudiologia e a Formação em Coaching

A Fonoaudiologia e a Formação em Coaching

*Obrigatório

A Fonoaudiologia e a Formação em Coaching

Identificar e descrever a participação do fonoaudiólogo na formação em coaching.

1. Em que área do Coaching você trabalha?

Sua resposta

2. Qual a sua profissão original?

Sua resposta

3. Como e por que você chegou na área do Coaching?

Sua resposta

4. Como foi a sua formação para Coach?

Sua resposta

5. Qual a duração da formação em Coaching?

Sua resposta



<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScXDCbjVxI1O2dVRckGLqCj3sC7-nf0KT9lixEg4TreDutnkw/formResponse>

1/3



25/08/2018

A Fonoaudiologia e a Formação em Coaching

6. Havia um fonoaudiólogo em seu curso/treinamento de formação?

- Sim
 Não

7. Se sim, que tipo de tema era trabalhado pelo fonoaudiólogo?

Sua resposta

8. O que o fonoaudiólogo ensina/treina durante a formação em Coaching?

Sua resposta

9. Na formação, quais aspectos são abordados? Quais os profissionais participam dando aulas e palestras?

Sua resposta

10. Como funciona o trabalho de Coaching?

Sua resposta

11. Quais os lugares de inserção profissional? *

Sua resposta

VOLTAR

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. Denunciar abuso - Termos de Serviço - Termos Adicionais



Google Formulários

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScXDCbjVx1O2dVRckGLqCj3sC7-nf0KT9lixEg4TreDutnkw/formResponse>

2/3



Anexo 2: exemplos de levantamento de dados (tabelas 1, 10 e 11): foram selecionadas as tabelas que continham falas citadas na discussão

Questão 1: "Em que área do *Coaching* você trabalha?"

PARTICIPANTES	QUESTÃO 01
1	"Nenhuma ainda. "
2	"Organizacional e espiritual. "
3	"Life Coaching"
4	"Coaching de carreira, pessoal e de saúde. "
5	"Trabalho com comunicação. "
6	"Comunicação expressiva. "
7	"Relacionamento e Sexual. "
8	"Coaching de Voz e Comunicação, e, Coaching de Carreira. "
9	"Carreira, vida e profissional. "
10	"Vocal Coach. "
11	"Coaching de Comunicação. "
12	"Coaching de Voz e Comunicação. "
13	"Coaching de Vida. "
14	"Comunicação. "
15	"Pessoal. "
16	"Coaching Pessoal e de Vida. "
17	"Coaching em comunicação empresarial. "
18	"Coaching pessoal. "
19	"Coaching em Comunicação. "
20	"Coaching Pessoal e de Vida. "
21	"Pessoal. "

Questão 10: "Como funciona o trabalho de *Coaching*?"

PARTICIPANTES	QUESTÃO 10
1	Coaching é uma metodologia que busca alavancar os resultados do cliente por meio do alcance de metas criadas nas conversas semanais com o coach.
2	Estabelecer estado atual e desejado - criação do plano de ação. Resignificação de crenças limitantes ao longo da execução.
3	Trabalho conduzido por um profissional que é capaz de gerar aprendizagem e facilitar um caminho de chegada à um objetivo
4	O processo de Coaching pode durar de 5 a 12 sessões (dependendo da demanda) com atendimentos presenciais ou por vídeo, com aplicação de ferramentas e dinâmicas voltadas para o autoconhecimento, autodesenvolvimento, elaboração de metas e construção de um projeto de vida.
5	Os atendimentos individuais funcionam com 10 sessões, nas quais, na primeira etapa, se trabalha autoconhecimento e na segunda, o plano de ação para realização da meta do cliente.
6	Somos assessoras de comunicação. Fazemos propostas e exercícios.
7	Muitos fazem consultoria por sessão, outros palestras e outros treinamentos. Cada coach é especializado em uma área. No meu caso funciona através de palestras, treinamentos e consultoria online via Skype mas também com cursos online aonde a pessoa pode ver vídeos com as técnicas ensinadas em vídeos aulas que ficam em uma plataforma exclusiva. Quando se trata de consultoria online, a cliente me relata o problema com o homem específico que ela se relaciona e eu explico porquê ele está fazendo isso baseado na minha experiência dando consultoria para homens e digo a ela o que fazer nesta situação.
8	Geralmente são 10 sessões para conduzir o cliente (coaches) para chegar aos resultados desejados de maneira mais rápida e eficaz.

PARTICIPANTES	QUESTÃO 10
9	Estar confortável com a sua trajetória, ter experiências no mundo corporativo; perguntas e respostas para as reflexões e exercícios para serem feitos; trabalha motivação, cabe para qualquer pessoa que queira evoluir/se desenvolver. Empatia com o coach/coachee – processo de confiança.
10	Sessões individuais ou em grupo, voltadas para a necessidade de cada cliente.
11	Depende de cada cliente. Sessões preparadas de acordo com a demanda e objetivo, podendo ser realizadas em grupo
12	Pode ser presencial ou online, sempre priorizando a demanda do paciente - focado na queixa.
13	É montado de acordo com a demanda. Importante focar no começo, meio e fim e também salientar a importância da adesão do cliente pois são montadas estratégias específicas para cada caso ou situação
14	É montado de acordo com a demanda. Importante focar no começo, meio e fim e também salientar a importância da adesão do cliente pois são montadas estratégias específicas para cada caso ou situação
15	Uso as estratégias de coaching juntamente com minha atuação profissional original... São técnicas usadas dentro do perfil de cada paciente de terapia.
16	São programas/técnicas estabelecidas com o coachee para chegada mais rápida em seus objetivos
17	Atuo em empresas que desejam melhorar a performance profissional de seus funcionários - como fonoaudióloga, atuo principalmente na parte de comunicação, a fim de gerar melhores contatos interpessoais
18	São estratégias pensadas e desenvolvidas junto com os clientes. Na minha área atuo, normalmente, com chefes de empresas que acabaram de assumir o cargo e querem se preparar para tal responsabilidade; atuo em empresas com foco em seus funcionários, callcenters, onde há demanda.
19	Atendo como se fossem terapias da área fonoaudiológica, mas para pacientes que querem o atendimento com diretrizes dentro do Coaching. Cada sessão dura 40 minutos e é direcionada para a queixa do paciente, que estão comumente ligadas ao trabalho.
20	São estratégias já existentes e que são conversadas com cada coache para melhor encaixe com sua queixa
21	Estratégias desenvolvidas junto com o coachee para que seja possível alcançar seus objetivos

Questão 11: "Quais são os lugares de inserção profissional?"

PARTICIPANTES	QUESTÃO 11
1	Qualquer área da vida da pessoa.
2	Treinamento e desenvolvimento humano de pessoas físicas e jurídicas
3	Todas as profissões que de alguma forma trabalha com o desenvolvimento do cliente
4	Varios contextos: organizacional, área de saúde, pessoal, palestras, produtos digitais, escolar, universitário, concurso público...
5	Qualquer pessoa/profissional se beneficia desse direcionamento de conduta e atitudes
6	Empresas
7	Palestras em salas locadas, YouTube e online via Skype.
8	Palestras em salas locadas, YouTube e online via Skype.
9	Toda as áreas: arquitetura, construção, direito, propaganda, empresarial, comerciante, mãe, executivo. Quando você quer fazer ajustes de comportamento não importa a profissão, é uma técnica que se adequa a qualquer profissional.
10	Empresas, teatro, clínicas, etc.
11	Qualquer local.
12	Empresas, consultórios, treinamentos, no particular, praticamente inserido em várias áreas profissionais.
13	Empresas
14	Qualquer local que possua demanda
15	Todos
16	Empresas, hospitais, televisão
17	Empresas
18	Empresas e clínicas
19	Empresas
20	Todos
21	Todos que possuem demanda

Anexo 3: tabela comparativa entre perguntas

Quadro 01 – “Em que área do *Coaching* você trabalha?” X Quadro 2 – “Qual a sua profissão original? ”

PARTICIPANTES	QUESTÃO 01	PARTICIPANTES	QUESTÃO 02
1	“Nenhuma ainda.”	1	Psicóloga.
2	“Organizacional e espiritual.”	2	Administradora.
3	“Life Coaching”	3	Psicóloga.
4	“Coaching de carreira, pessoal e de saúde.”	4	Psicólogo.
5	“Trabalho com comunicação.”	5	Fonoaudióloga.
6	“Comunicação expressiva.”	6	Fonoaudióloga.
7	“Relacionamento e Sexual.”	7	Coach.
8	“Coaching de Voz e Comunicação, e, Coaching de	8	Fonoaudióloga.
9	“Carreira, vida e profissional.”	9	Publicitária e Economista.
10	“Vocal Coach.”	10	Fonoaudióloga.
11	“Coaching de Comunicação.”	11	Fonoaudióloga.
12	“Coaching de Voz e Comunicação.”	12	Fonoaudióloga.
13	“Coaching de Vida.”	13	Psicólogo.
14	“Comunicação.”	14	Fonoaudióloga.
15	“Pessoal.”	15	Psicólogo.
16	“Coaching Pessoal e de Vida.”	16	Coach.
17	“Coaching em comunicação empresarial.”	17	Fonoaudióloga.
18	“Coaching pessoal.”	18	Administrador.
19	“Coaching em Comunicação.”	19	Fonoaudióloga.
20	“Coaching Pessoal e de Vida.”	20	Psicólogo.
21	“Pessoal.”	21	Administrador.