



Revista Interdisciplinar do Pensamento Científico. ISSN: 2446-6778
Nº 3, volume 1, artigo nº 08, Janeiro/Junho 2017
D.O.I: <http://dx.doi.org/10.20951/2446-6778/v3n1a8>

A IMPORTÂNCIA DO FONOAUDIÓLOGO COMO COACH NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Lucas da Silveira Fonseca Rangel¹
Acadêmico de Fonoaudiologia

Flávia Godinho Soares de Melo Barreto²
Fonoaudióloga Especialista em Voz

Resumo: Através da comunicação assertiva soluciona-se problemas, em uma empresa, supera-se atritos, fecha-se negócios importantes, faz-se uma boa apresentação em público, por isso a necessidade de uma boa e eficaz comunicação. Sendo assim, o fonoaudiólogo é o profissional habilitado que trabalha as áreas específicas da comunicação, estabelecendo uma comunicação assertiva. O trabalho do fonoaudiólogo treinador (*coach*) abrange aspectos fora do que é conhecido clinicamente, com o objetivo de identificar o problema de comunicação e melhorar o desempenho de uma equipe. Visando investigar sobre a atuação do fonoaudiológica como *coach*, esta pesquisa propõe-se investigar o conhecimento de chefes de setores e auxiliares sobre o trabalho deste profissional e sua atuação como consultor, assessor e *coach* comunicativo empresarial. A pesquisa de campo é de cunho qualitativo, foi realizada através da aplicação de questionário contendo perguntas objetivas, visando obter informações sobre o conhecimento dos funcionários de cargos administrativos da Faculdade Redentor, em relação à fonoaudiologia dentro das organizações e os recursos de comunicação utilizados. Em análise comparativa qualitativa, a pesquisa revela que o perfil comunicativo dentro da empresa analisada é efetivo. E esta permite afirmar que o fonoaudiólogo desempenha um papel fundamental no contexto empresarial, pois tem como objetivo o aprimoramento, acompanhamento e aperfeiçoamento dos recursos de comunicação e melhor relacionamento entre empresa, funcionários e clientes.

Palavras-chave: fonoaudiologia; *coach*; organizacional.

Abstract: Through the assertive communication we can solve problems in a company, overcome misunderstandings, close important deals and perform a good public presentation. That's why we need a good and effective communication. Therefore, the speech therapist is the qualified professional that works at specific fields of communication such as the voice, the speech, the Language and the hearing, setting an assertive communication. The work of the speech therapist (*coach*) covers aspects outside what is known clinically Intending to identify the problem of communication and improve the performance of a team. Aiming to investigate the speech-language pathologist's performance as a *coach*, this research intends to investigate the knowledge of heads of sectors and auxiliaries on the work of this professional and his performance as consultant, advisor and business communication

¹ Graduando em Fonoaudiologia, Faculdade Redentor, Itaperuna-RJ, lks.rangel@gmail.com

² Docente do curso de Fonoaudiologia, Faculdade Redentor, Itaperuna-RJ, flaviamelobarreto@gmail.com

coach. The field research is qualitative in nature, was performed through the application of a questionnaire containing objective questions, aiming to obtain information about the employees' knowledge of administrative positions of the Redentor College, regarding to phonoaudiology within organizations and the communication resources used. In qualitative comparative analysis, the research reveals that the communicative profile within the analyzed company is effective. And this allows to affirm that the speech therapist plays a fundamental role in the business context, As it aims to improve, monitor and improve communication resources and better relationships between companies, employees and customers.

Keywords: speech therapy; coach; organizational.

INTRODUÇÃO

A comunicação, sem dúvida, é essencial no mundo em que vivemos, principalmente no mercado de trabalho. Ela é a base para a consolidação de uma carreira profissional bem-sucedida. Para uma comunicação eficiente é importante a qualidade vocal adequada, boa articulação, conhecimento sobre o assunto em questão e aparência, esses são fatores relevantes que merecem atenção no que se refere ao mercado de trabalho e a comunicação de forma geral (KRAUSZ, 2007).

A fonoaudiologia é a ciência que estuda a comunicação humana e suas diversidades, sejam elas simples ou patológicas. Essa ciência é nova no Brasil, porém muito progressiva, somente em 1981 foi reconhecida oficialmente como um curso de nível superior. No início teve como objeto de atuação os distúrbios de comunicação em atendimentos clínicos, sendo com maior demanda de crianças. Com o crescimento do campo de atuação, hoje as abordagens vão além dos aspectos clínicos (PEDROSO, 1997).

O atendimento clínico é a área de atuação da Fonoaudiologia mais conhecida e não é muito relacionada ao ramo de assessoria, consultoria, áreas da comunicação (rádio e televisão) e gestão empresarial. De fato, o fonoaudiólogo não é muito conhecido nessas áreas, porém está relacionado a tudo que envolve a comunicação, por isso faz-se necessário o esclarecimento, de que a atuação fonoaudiológica é fundamental nesse contexto profissional (AMORIM, *online*).

Embora de forma ainda muito incipiente, a fonoaudiologia também atua na área empresarial, como ciência que é responsável, de forma geral, pela comunicação e o relacionamento comunicativo em todas as esferas, sendo assim, capaz de atuar com propriedade como assessor, consultor e realizando treinamento de profissionais que utilizam da comunicação oral intensa em seu ambiente de trabalho. Dessa maneira, o fonoaudiólogo observa o ambiente profissional com um olhar empreendedor (CARRASCO, 2001).

Através da comunicação assertiva soluciona-se problemas, em uma empresa, supera-se atritos, fecha-se negócios importantes, faz-se uma boa apresentação em público

e é por isso que há necessidade de uma comunicação boa e eficaz. Sendo assim, o fonoaudiólogo é o profissional habilitado que trabalha as áreas específicas da comunicação, como por exemplo, a voz, a fala, a linguagem e a audição, estabelecendo uma comunicação objetiva e de acordo com o ambiente inserido (AMORIM, *online*).

No entanto, muitas pessoas sofrem, são discriminadas e por vezes ficam inseguras, ou por terem um tipo vocal diferenciado, e até mesmo por não conseguirem expressar-se de forma adequada. Algumas pessoas, além de não conseguirem se comunicar, não conseguem entender por que são assim e como fazer para melhorar. Consequentemente, não conseguem êxito na área profissional e pessoal, constituindo até uma baixa autoestima, acarretando transtornos psicológicos e podendo desenvolver fobias sociais (MARCHESAN, 2013).

Diante disso o presente trabalho investigou o conhecimento de chefes de setores e auxiliares sobre o trabalho do fonoaudiólogo como profissional da ciência da comunicação global, e sua atuação como consultor, assessor e *coach* comunicativo empresarial.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para esse trabalho foi realizado um levantamento bibliográfico em livros, revistas (artigos científicos) e materiais extraídos em *websites* correspondentes ao assunto que se refere a comunicação interna dentro de uma empresa, ao processo de comunicação, a atuação e a colaboração do profissional fonoaudiólogo dentro de uma empresa.

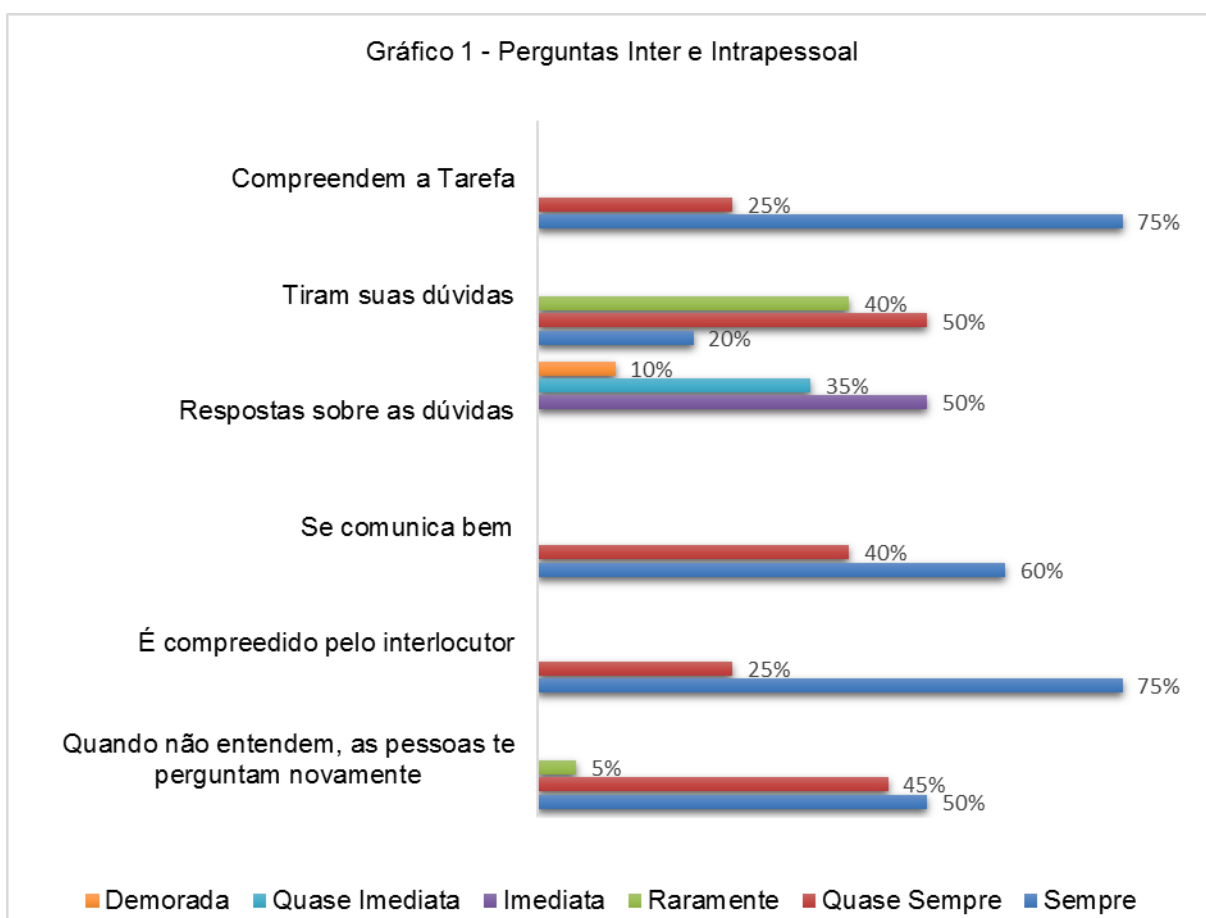
Foi realizado uma pesquisa de campo de cunho qualitativo, através da aplicação de um questionário contendo perguntas objetivas, visando obter informações sobre o conhecimento dos funcionários de cargos administrativos da Faculdade Redentor, em relação à fonoaudiologia dentro das organizações e os recursos de comunicação utilizados.

Essa pesquisa foi realizada com 20 funcionários, que trabalham em diversos setores da empresa, escolhidos aleatoriamente, objetivando uma amostra heterogênea. No momento da abordagem foram informados sobre a pesquisa e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A presente pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa sob o número: CAAE: 54970116.0.0000.5648. O questionário foi adaptado de acordo com a literatura base (CARRASCO, 2001) e complementar (NETTO, 2013), para responder à questão problema levantada no presente estudo.

RESULTADOS

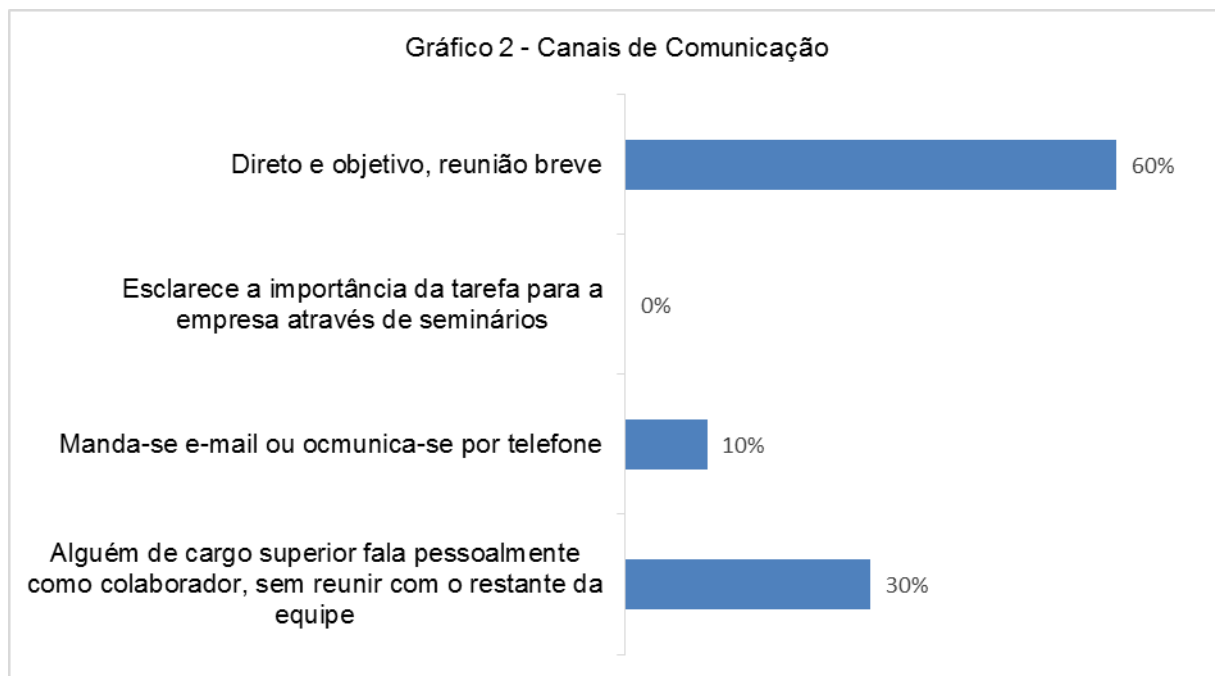
Em análise comparativa, a pesquisa mostra que, nas perguntas de cunho interpessoal, ou seja, perguntas com relação ao grupo, 75% dos funcionários afirmam sempre conseguir compreender a tarefa estipulada e 25% afirmam que quase sempre compreendem. Em relação às dúvidas, 20% dos entrevistados afirmam recorrer a seus superiores a fim de obter maiores esclarecimento, enquanto 50% dos entrevistados afirmam que quase sempre procuram ajuda e 40% raramente. Em relação a resposta das dúvidas obtidas observa-se uma variante relevante, 50% dos entrevistados afirmam que são respondidos imediatamente, 35% quase imediato e 10% afirmaram ser de forma demorada.

De forma intrapessoal, ou seja, perguntas de cunho pessoal, reforçando uma autoanálise, 60% afirmam se comunicar sempre bem e 40% quase sempre. Em relação a compreensão do ouvinte, 75% afirmam serem sempre bem compreendidos e 25% quase sempre. Sobre a percepção de terceiros, 50% dos entrevistados afirmaram sempre serem arguidos quando seus interlocutores não compreendem o que é dito, 45% quase sempre são procurados e 5% raramente recorrem. O gráfico 1 apresenta tais informações, considerando as porcentagens descritas acima.



Fonte: próprio autor.

Na questão seguinte, a pergunta visa identificar o meio pelo qual a tarefa é transmitida aos funcionários, e 60% dos entrevistados afirmou que a comunicação é direta e objetiva, 30% relatou que a comunicação é transmitida diretamente pelo superior ao colaboradores e 10% apenas afirmam que a comunicação ocorre por e-mail. Segue os dados:

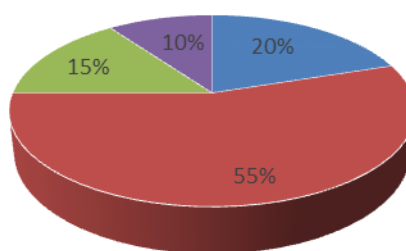


Fonte: próprio autor.

Esta questão permite identificar os ruídos de comunicação dentro da empresa e o porquê da incompreensão de muitos funcionários em relação as tarefas estipuladas. A explicação desse conteúdo encontra-se na discussão.

O gráfico 3 representa o conhecimento dos pesquisados sobre a comunicação efetiva e mostrou que 20% entende que a comunicação efetiva é dialogar com o outro, 55% entende que é a transmissão de informação ao outro com significado igual a ambos, 15% afirma que a comunicação efetiva é entender algo que lhe foi dito e 10% não souberam responder.

Gráfico 3 - Definindo Comunicação Eficiente

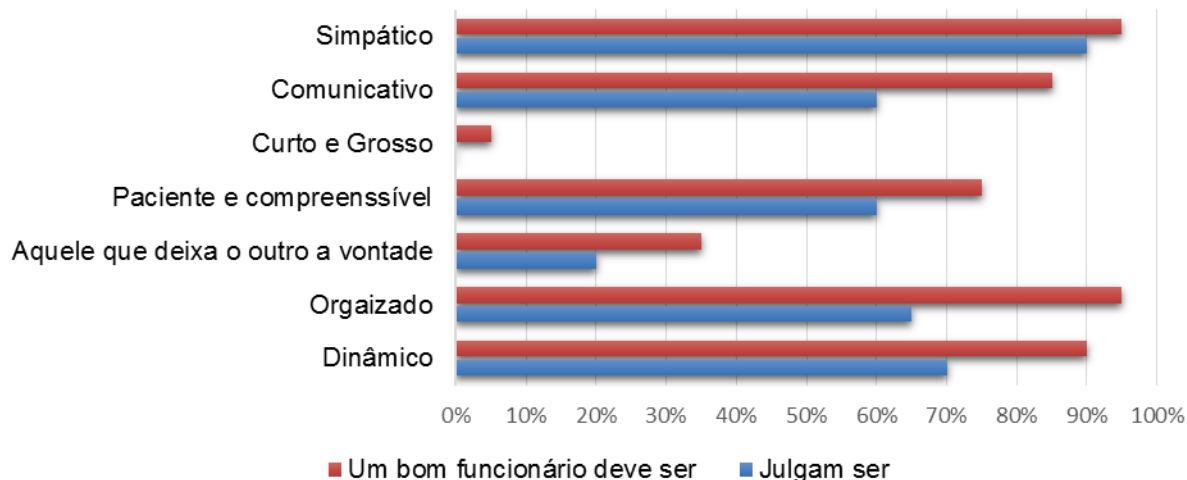


- Dialogar com o outro
- Transmissão de informação ao outro com significado igual a ambos
- Entender algo que lhe foi dito
- Não souberam responder

Fonte: próprio autor.

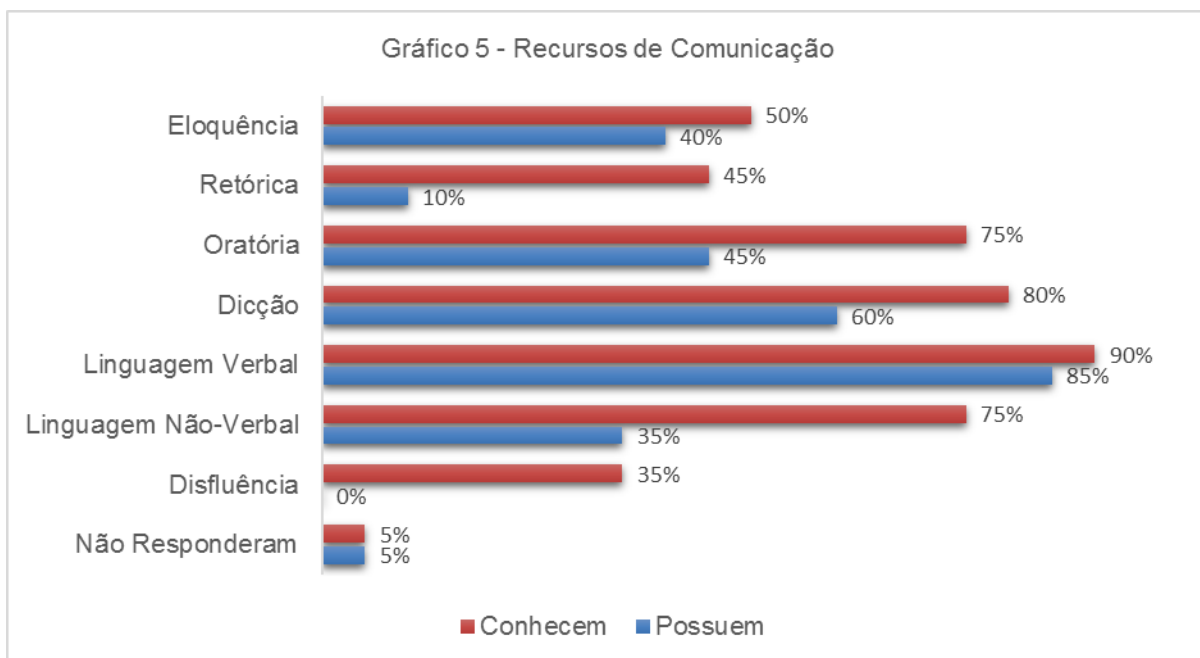
Perguntar sobre as características de um bom funcionário é essencial para saber o que os entrevistados acreditam serem qualidades necessárias para uma boa comunicação, e o gráfico 4 apresenta um paralelo entre o que os entrevistados julgam que um bom funcionário deve ser com as características que eles mesmos possuem, identificando o que eles pensam sobre como deve ser o perfil de um bom comunicador. 95% afirmam que um bom comunicador deve ser simpático, no entanto, somente 90% acreditam possuir tal característica. 85% acham que um bom comunicador deve ser comunicativo e apenas 60% acreditam possuir tal característica. 5% dos entrevistados afirmam que um bom comunicador deve ser curto e grosso embora

Gráfico 4 - Perfil de Um Bom Comunicador



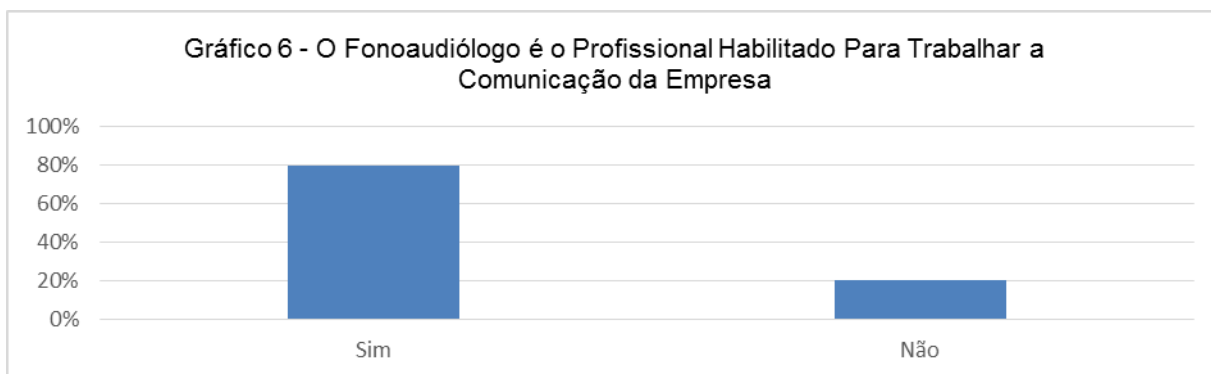
Fonte: próprio autor.

O gráfico 5 apresenta as respostas sobre as questões relacionadas aos recursos de comunicação. Na primeira perspectiva, a análise é feita sobre o conhecimento dos funcionários da instituição sobre os recursos de comunicação destacados, porém na segunda, a análise é de acordo com o que eles julgam possuir em sua comunicação. Observou-se as seguintes respostas:



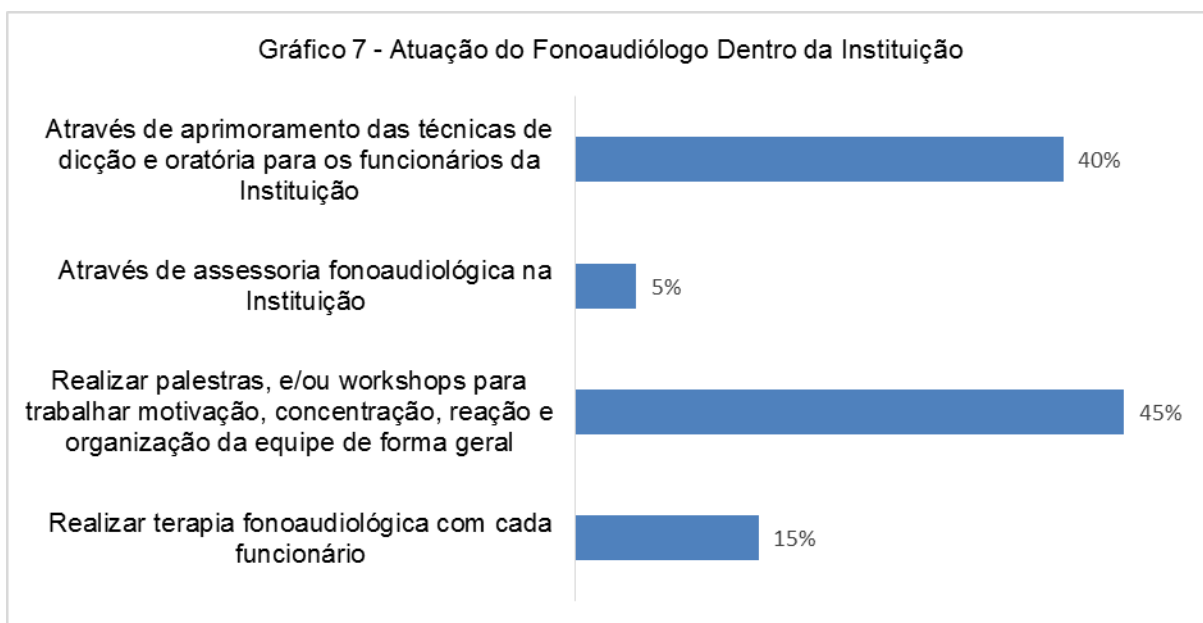
Fonte: próprio autor.

80% dos pesquisados afirmaram saber que o fonoaudiólogo é o profissional habilitado para trabalhar a comunicação da empresa, isso pode ter ocorrido, pelo fato da instituição de ensino superior conter a graduação de fonoaudiologia em sua grade de cursos e por sempre realizar trabalhos específicos com os fonoaudiólogos dentro da mesma.



Fonte: próprio autor.

No gráfico 7, questiona-se sobre como o fonoaudiólogo poderia auxiliar a equipe no processo de comunicação, conforme gráfico abaixo:



Fonte: próprio autor.

Todos foram unânimes e responderam que participariam de palestras e oficinas oferecidas para o aprimoramento da comunicação dentro da empresa.

DISCUSSÃO

Segundo Marques (2013), a objetividade é importante para uma comunicação clara e efetiva, porém é necessário um cuidado para que essa forma de falar não seja recebida como um julgamento ou imposição. Para Melo (*online*), “o processo de comunicação envolve no mínimo duas pessoas ou grupos: remetente (fonte) e o destino (receptor)”.

A partir disso, nota-se que há uma qualidade regular, ou seja, embora a maioria dos entrevistados relate que se comunicam bem e que são compreendidos adequadamente, outros dados da pesquisa demonstram falhas no processo de comunicação. Deixando evidente que um número relevante, embora, não maioria, dos funcionários entrevistados, não se comunicam de forma adequada e que não são compreendidos. Logo percebe-se que defasagem na comunicação, e esta não pode ser determinada como eficaz em sua totalidade, indicando a necessidade de aprimoramento e aperfeiçoamento na comunicação dos funcionários da empresa. Chiavenato (2000, p. 142) considera a comunicação como troca de informações, com o objetivo de deixar as mensagens mais claras.

Observa-se que grande parte dos entrevistados não buscam ajuda e não tiram suas dúvidas. Analisando de forma superficial essa questão, se os funcionários não buscam

ajuda para tirar suas dúvidas, a execução de suas tarefas pode ser comprometida. E Melo (*online*), confirma o dado acima ao afirmar que para uma boa comunicação, é necessário que o colaborador seja proativo, sempre perguntando ao seus supervisores e colegas de equipe a tarefa estipulada, pois de tal forma evita-se erros que comprometem o bom rendimento, de forma geral, da empresa.

Vale ressaltar, que as dúvidas inerentes podem ser causadas, pelo fato de seus supervisores ou chefes de setor, não conseguirem passar as informações suficientes ou de forma clara. Tal fato pode não ser confirmado nos resultados da amostra que informa que a metade dos entrevistados não são respondidos de forma imediata ou não são respondidos. O comportamento dos chefes ou supervisores diante dos seus funcionários é de extrema importância para uma comunicação interpessoal saudável. Impor respeito não significa ser rude, mas saber lidar com competência e habilidade diante dos desafios que surgem dentro da empresa. Por isso é necessário um *feedback* imediato, minimizando ou até mesmo anulando possíveis erros no processo de execução da tarefa.

A habilidade de se comunicar eficientemente precisa estar impressa nas características de todo profissional no mercado de trabalho. Para Medeiros (2008), “cada pessoa tem suas características de personalidade próprias que funcionam como padrão pessoal de referência para tudo aquilo que ocorre no ambiente e dentro de si mesma”.

Os canais de comunicação são de extrema importância nesse contexto, pois através dele chega a mensagem a qual precisa ser transmitida. Identificar possíveis alterações nesse meio é importante para verificar a genuinidade da mensagem. A pesquisa revela (gráfico 2) que o meio de comunicação mais utilizado é o discurso direto e objetivo, com uma reunião breve. De acordo com Martins e Fortes (2007) “[...] comunicação oral permite a sua readequação enquanto está se processando e permitindo ser remodelada durante sua execução, abre espaços para a melhor condução diante das necessidades e exigências do emissor ou receptor [...]”.

No gráfico 3, a maioria dos pesquisados conceituam a comunicação eficiente como a transmissão de informação ao outro com o significado igual a ambos. E para Chiavenato (2000, p. 142) a comunicação pode ser definida como: tornar algo comum, participar de algo. Levando em consideração as opções da questão, todas as opções estão, de certa forma, interligadas e corretas.

Nesta perspectiva, Marchiori (2010) afirma que “[...] é preciso visualizar a comunicação como um processo, como uma perspectiva de maior desenvolvimento, como algo que gera conhecimento para as pessoas, que modifica estruturas e comportamentos [...]”.

Segundo Cardoso (2006), a comunicação organizacional deve ser compreendida como uma forma específica, complexa e dinâmica desenvolvida para alcançar a todos dentro de uma empresa visando desencadear comportamentos (respostas) diversos para o

bem da equipe e seus clientes.

Esta pesquisa permite afirmar que o fonoaudiólogo desempenha um papel fundamental no contexto empresarial, pois tem como objetivo o aprimoramento, acompanhamento e aperfeiçoamento da emissão e recepção comunicativa, relacionamento interpessoal corporativo eficaz, administração de conflitos causados pela má comunicação, gestão de pessoas, a interatividade entre empresa e cliente, adequação do ambiente de trabalho quanto a saúde do trabalhador (fonoaudiologia ocupacional), processo seletivo, palestras e workshops (AMORIM, online).

Nota-se no gráfico 4 que nem todos que dizem o que um bom funcionário deveria ser, tem as características destacadas por eles mesmos, ou seja, há um contraste em relação ao que se acha e ao que verdadeiramente é. Todos têm dificuldades, porém há uma necessidade de aprimoramento no perfil de funcionário. Saber ouvir uma orientação, ser simpático, ter uma comunicação assertiva, postura e ética profissional, são fatores que agregam valores ao perfil de um gestor ou colaborador (PORTAL EDUCAÇÃO, 2013, *online*).

Para Costa (2008, *online*), a comunicação interna é importante para ampliar e reestrutura a organização. Sem a comunicação bem edificada, não há resultados sólidos e a equipe se torna vulnerável a erros. “A dinâmica da comunicação, bem como seus impactos na produtividade e no sucesso organizacional, são premissas necessárias às organizações que procuram se adequar a uma nova identidade no mercado”.

Observa-se no gráfico 5 que grande parte dos funcionários conhecem os recursos de comunicação, porém não os utilizam em seu cotidiano. Apresentar esses recursos e aprimorá-los com os funcionários da instituição, é o trabalho desenvolvido com competência pelo fonoaudiólogo *coach*, inserido no ambiente organizacional.

Essas habilidades são de extrema importância para o bom desempenho comunicativo desses profissionais, conhecendo tais habilidades e aprimorando-as, a comunicação torna-se ainda mais efetiva, obtendo um *feedback* positivo, diminuindo a margem de erros na execução da tarefa.

Para Matos (2008), “[...] saber dialogar, expressar opiniões e ideias, e estabelecer relacionamentos favorece a superação de conflitos, a busca de entendimentos em processos de negociação e a capacidade de integrar pessoas e equipes em torno de metas e objetivos comuns [...]”.

Segundo Azevedo (2010), é necessário que todos que estão ligados à empresa estejam alinhados com o padrão comunicativo interpessoal, afim de concentrar os objetivos da empresa em uma única demanda, resultados de qualidade.

De acordo com os gráficos 6 e 7, 80% dos funcionários afirmam que o fonoaudiólogo

é o profissional habilitado a trabalhar com a comunicação dentro da empresa e julgam que a sua atuação é realizar palestras e/ou *workshops* para trabalhar a motivação, concentração, reação e organização da equipe de forma geral. Apenas 5% entendem que o trabalho da fonoaudiologia é assessoria dentro da instituição. É necessário o esclarecimento sobre o trabalho da fonoaudiologia no ambiente organizacional, sendo assim, um dos objetivos desse estudo é esclarecer sua atuação e reforçar a importância desse profissional no mercado organizacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração que a comunicação é um pré-requisito funcional da sociedade, as organizações buscam um perfil comunicativo que engloba liderança, profissionalismo e um relacionamento de respeito. A comunicação assertiva busca desenvolver a eficiência entre o emissor e o receptor (FILHO & BLIKSTEIN, 2013).

A pesquisa traça um perfil comunicativo da empresa, identifica os ruídos de comunicação existentes dentro da empresa, esclarece o trabalho do fonoaudiólogo dentro da instituição e como é possível realizar uma comunicação de forma eficiente.

Através da comunicação assertiva soluciona-se problemas, em uma empresa, supera-se atritos, fecha-se negócios importantes, faz-se uma boa apresentação em público e é por isso que há necessidade de uma comunicação boa e eficaz. Sendo assim, o fonoaudiólogo é o profissional habilitado que trabalha as áreas específicas da comunicação, como por exemplo, a voz, a fala, a linguagem e a audição, estabelecendo uma comunicação objetiva e de acordo com o ambiente inserido (AMORIM, *online*).

Conclui-se que embora os entrevistados acreditem que sua comunicação seja eficiente, esta apresenta falhas que precisam ser trabalhadas. É importante ressaltar que o presente estudo busca esclarecer, de forma ainda incipiente, que o trabalho do fonoaudiólogo *coach* é de extrema importância dentro de uma empresa. O fonoaudiólogo é responsável pelo treinamento e capacitação de uma equipe, grupo e/ou indivíduo, na intenção de melhorar a comunicação interna no ambiente organizacional, identificando os ruídos e elaborando estratégias para a solução de tais problemas. Atualmente, no mundo globalizado, a comunicação é fundamental para o mercado de trabalho, há uma demanda por consultores na área de comunicação, que torna ainda mais necessário a presença desse profissional no ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

AMORIM, A. A. Comunicação Empresarial: contribuições da fonoaudiologia. Disponível em: http://www.pe.senac.br/ascom/faculdade/edital/iiencontro/cd/comunicacao_empresarial.pdf. Acesso em 20 de ago. 2015.

AZEVEDO, M. F; Empreendedorismo na Comunicação: um novo olhar para o mercado. **Ver. Eletrônica Temática**. Ano VI, n. 12. dezembro, 2010.

CARRASCO, M. C. O. *Fonoaudiologia Empresarial*. São Paulo: Editora Louvise, 2001.

CHIAVENATTO, Idalberto. **Administração nos Novos Tempos**. 2ª Ed., Rio de Janeiro: Campus, 1999.

COSTA, S. N; Comunicação Organizacional: uma estratégia que equilibra. 21 de jan. 2008. Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Comunicacao/Artigo/4948/comunicacao-organizacional-uma-estrategia-que-equilibra.html#>. Acesso em: 06 de abr. 2016.

FILHO A. G.; BLIKSTEIN I. Comunicação assertiva e o relacionamento nas empresas. **GvExecutivo**. São Paulo, v.12, n.2, julho/dezembro, 2013.

KRAUSZ, R. R. *Coaching executivo: a conquista da liderança*. São Paulo: Nobel, p. 10, 2007.

MARCHESAN, I. Q. Falar – habilidade que aproxima ou afasta as pessoas. In FILHO, O. L. *Novo Tratado de Fonoaudiologia*. 3. ed. Barueri: Manole, p. 469 – 485, 2013.

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

MARQUES, J. R; Comunicação assertiva - desenvolva uma comunicação clara e reduza conflitos. 10 de abr. 2013. Disponível em: <http://www.ibccoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/comunicacao-assertiva-desenvolva-comunicacao-clara-reduza-conflitos/#>. Acesso em: 02 de dez. 2016.

MARTINS, M. T. M. C; FORTES, W. G.; Desenvolvimento da comunicação organizacional agencia a constância da oralidade. **Communicare**. São Paulo. v. 7, n. 1, p. 45-56, primeiro semestre de 2007.

MATOS, G. G; Empreendedorismo e comunicação: o segredo do sucesso em tempos de crise. 15 de dez. 2008. Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Comunicacao/Artigo/5249/empreendedorismo-e->. Acesso em: 14 de dez. 2016.

MEDEIROS, E. M.; *Comunicação Empresarial, Uma Ferramenta Estratégica*. Monografia (Bacharel em Administração) – Universidade Estadual Vale do Acaraú, Guaraciaba do Norte. 2008.

MELO, V. P. C; Instituto Identidade. A Comunicação Interna e Sua Importância nas Organizações. Disponível em: <http://www.institutoidentidade.com.br/fotos/artigospdf/A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20interna%20e%20sua%20import%C3%A2ncia%20nas%20empresas.pdf>. Acesso em: 06 de abr. 2016.

NETO, B. R. Concepções de professores de ies sobre o desempenho comunicacional e expressivo articuladas à avaliação de discentes sobre esta performance. **Rev. CEFAC**. v. 15, n. 1, p. 25-39, 2013.

PEDROSO, M. I. L. *Técnicas Vocais Para o Profissional da Voz*. 1997. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Voz) – Centro Especializado em Fonoaudiologia Clínica CEFAC, São Paulo. 50p.

PORTAL EDUCAÇÃO. Postura e características de um bom profissional. 18 de mar. 2013. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/39200/postura-e-caracteristicas-de-um-bom-profissional>. Acesso em: 02 de dez. 2016.

Sobre os Autores

Autor 1: Aluno graduando do curso de Fonoaudiologia da Faculdade Redentor. E-mail: lks.rangel@gmail.com

Autor 2: Professora do curso de Fonoaudiologia da Faculdade Redentor. Possui especialização em Voz. E-mail: flaviamelobarreto@gmail.com.