



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS MÉDICAS

FABIOLA IETTO

VOZ E COMUNICAÇÃO DE PORTA-VOZES *MEDIA* TREINADAS

CAMPINAS

2019

FABIOLA IETTO

VOZ E COMUNICAÇÃO DE PORTA-VOZES MEDIA TREINADAS

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do título de Mestra em Saúde, Interdisciplinaridade e Reabilitação, na área de Interdisciplinaridade e Reabilitação.

ORIENTADOR: ANA CAROLINA CONSTANTINI

ESTE TRABALHO CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA ALUNA FABIOLA IETTO, E ORIENTADA PELA PROFA. DRA. ANA CAROLINA CONSTANTINI

CAMPINAS

2019

Ficha catalográfica  
Universidade Estadual de Campinas  
Biblioteca da Faculdade de Ciências Médicas  
Maristella Soares dos Santos - CRB 8/8402

le8v      letto, Fabiola, 1972-  
Voz e comunicação de porta-vozes media treinadas / Fabiola letto. –  
Campinas, SP : [s.n.], 2019.

Orientador: Ana Carolina Constantini.  
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade  
de Ciências Médicas.

1. Porta-vozes. 2. Voz. 3. Comunicação. 4. Mulheres. 5. Treinamento de  
mídia. I. Constantini, Ana Carolina, 1985-. II. Universidade Estadual de  
Campinas. Faculdade de Ciências Médicas. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

**Título em outro idioma:** Voice and communication of speakers women media traineds

**Palavras-chave em inglês:**

Speakers

Voice

Communication

Women

Media training

**Área de concentração:** Interdisciplinaridade e Reabilitação

**Titulação:** Mestra em Saúde, Interdisciplinaridade e Reabilitação

**Banca examinadora:**

Ana Carolina Constantini [Orientador]

Regina Yu Shon Chun

Leslie Piccolotto Ferreira

**Data de defesa:** 29-08-2019

**Programa de Pós-Graduação:** Saúde, Interdisciplinaridade e Reabilitação

**Identificação e informações acadêmicas do(a) aluno(a)**

- ORCID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-0896-7772>

- Currículo Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/3998940172335777>

# **COMISSÃO EXAMINADORA DA DEFESA DE MESTRADO**

**FABIOLA IETTO**

**ORIENTADOR: ANA CAROLINA CONSTANTINI**

## **MEMBROS:**

**1. PROF. DR. ANA CAROLINA CONSTANTINI**

**2. PROF. DR. REGINA YU SHON CHUN**

**3. PROF. DR. LESLIE PICCOLOTTO FERREIRA**

Programa de Pós-Graduação em Saúde, Interdisciplinaridade e Reabilitação da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas.

A ata de defesa com as respectivas assinaturas dos membros encontra-se no SIGA/Sistema de Fluxo de Dissertação/Tese e na Secretaria do Programa da FCM.

**Data de Defesa: 29/08/2019**

Aos meus pais, Yvone Caporicci Ietto e Dante Ietto. Ela sempre foi meu espelho do amanhã. Força, garra e graça. Ele me levou ao jornalismo, pelas mãos, nos passeios à casa do tio Américo Ietto, o primeiro jornalista que eu conheci.

À minha irmã, Rita de Cássia Ietto Montilha. Sim, ela me trouxe até aqui. Sempre coexistiu nos papéis de minha mãe e irmã. Está e sempre esteve na torcida. As primeiras lições, foi ela quem me ensinou. Motivou meu olhar para a vida acadêmica, a ponto de me convencer que esse lugar combinaria comigo. É a maior responsável por essa pesquisa. Amor infinito. Gratidão imensurável. Parceria dessa e de outras vidas.

## **AGRADECIMENTOS**

À Profa. Dra. Ana Carolina Constantini pela soberana sobriedade, por contemporizar uma parceria interdisciplinar, de forma aberta, generosa e consistente. Não apenas me orientou nessa dissertação e jornada, sobretudo possibilitou que eu acreditasse na pesquisa, nos questionamentos e desdobramentos desse viés entre a fonoaudiologia e o jornalismo.

À Profa. Dra. Regina Yu Shon Chun por seu brilhante protagonismo, na qualificação. Atuou de modo horizontal e colaborativo em todos os níveis de apontamentos, compartilhamentos e indicações. Apoio essencial, uma valorosa inspiração de aprendizado para a trajetória acadêmica.

Ao Prof. Dr. Wagner Barge Belmonte por suas riquíssimas contribuições, na qualificação. Um privilégio, na etapa inicial desse processo, com colocações muito pertinentes, enalteceu sobremaneira essa construção e estimulou para a inclusão de novos aspectos, formatos e olhares.

À Profa. Dra. Márcia Regina Carvalho da Silva pelo comprometimento em atuar novamente em uma etapa marcante do meu percurso. Meu interesse pelo instrumento vocal como estratégia do exercício da comunicação com propósito foi semeado por ocasião do TCC (orientado por ela), o radiodocumentário “Atrás do silêncio: histórias de mulheres processadas pelo crime de aborto”.

Às Profas Dras. Maria Elisabete Rodrigues Freire Gasparetto e Lésle Piccolotto Ferreira pela disponibilidade em analisar esse trabalho.

Às Profas. Dras. Adriana Laplane, Cecília Guarnieri Batista, Cristiane Pereira Dias, Daniela Tonelli Manica, Ivani Rodrigues Silva, Maria Isabel Ramos do Amaral, Zélia Bitencourt e aos Profs. Drs. Ricardo Santhiago e Roberto Benedito de Paiva e Silva pelos ensinamentos, em sala de aula. Tempo enriquecedor.

À irmã que o Mestrado me deu para a vida, Simone Mota, pela cumplicidade, apoio, amizade e parceria, desde o primeiro dia.

Aos colegas de sala, em especial Fernanda Caroline Pinto Silva, Glória Vilella Maíra Niaradi. Minha turma daqui para a vida. Espero.

Às famílias Chemin e Barbieri. À minha grande amiga Mônica Chemin e ao Sr. Alcino Chemin (o avô que a vida se encarregou de me presentear, já na fase adulta), por me auxiliarem decisivamente de forma estrutural, que me possibilitou seguir em frente. Ao Rudi Barbieri, que me deu suporte em momentos inimagináveis, em incontáveis horas e em diferentes momentos desse curso.

À Irene Bial pelo suporte de sempre, no autoconhecimento e no autodesenvolvimento.

À jornalista Áurea Regina de Sá, que contribuiu com seu tempo e expertise. Às assessorias de imprensa das entidades de classe de Campinas e às porta-vozes media treinadas por sua participação, disponibilidade e envolvimento. Aos jornalistas, fonoaudiólogos amigos e parceiros, presentes ao longo de todo o processo.



## RESUMO

Essa dissertação tem o propósito de discutir a preparação vocal e sua pertinência para porta-vozes, que buscam conhecimentos específicos para conceder entrevistas, aos meios de comunicação de massa (rádio, tv, jornais, revistas, portais e outros). O estudo considera modelos tradicionais de programas *media training* como ferramentas reconhecidas na preparação de porta-vozes, e lança um olhar específico à qualidade vocal, demonstrada por um grupo de mulheres-líderes (submetidas ao mesmo programa de treinamento de mídia), representantes de entidades de grande porte, da área varejista, comercial e sindical, sediadas na cidade de Campinas. **Objetivo:** Caracterizar a dinâmica vocal e a comunicação de porta-vozes, em situações reais, ou seja, durante a concessão de entrevistas para a imprensa, considerando percepções fonoaudiológicas e jornalísticas. **Método:** pesquisa de caráter quantitativa e qualitativa para uma discussão pactuada sob dois crivos: a voz como objeto de estudo, na subjetivação e nos critérios de eficiência das mensagens pretendidas pelas porta-vozes, a partir da avaliação dos parâmetros de sentidos e de elementos perceptivoauditivos, de dinâmica vocal, conforme análise de 6 juízes (3 jornalistas e 3 fonoaudiólogos), em pontuações extraídas de protocolos de pesquisa. As amostras trazem como recorte 3 trechos de áudios de entrevistas reais, concedidas pelas participantes de pesquisa (P1 e P2), a um veículo de TV (V1) e a emissora de rádio (V2), no período máximo de 3 meses após a realização do *media training*, oferecido às porta-vozes, ou seja, até dezembro de 2017. **Resultados:** Há importante convergência entre a dinâmica vocal e os descritores semânticos (de sentidos) das porta-vozes *media* treinadas. Os fonoaudiólogos apontaram problemas nos aspectos de Recursos de Ênfase, Pausas e Duração das Pausas para P1 e deficiências nos critérios de Controle Emocional e de Domínio do Assunto, no mesmo trecho. Domínio do Assunto possui uma conexão direta com a credibilidade, que se complementa com pontuações negativas relativas ao Controle Emocional. De acordo com a literatura, os problemas de ritmo de fala, avaliados pelos fonoaudiólogos, apontam para nervosismo ou despreparo para aquela circunstância. A análise de sentidos, realizada pelos jornalistas das amostras de fala de P2 evidenciam inadequações na Objetividade, Clareza, Credibilidade e Domínio do Assunto (aspecto também apontado para P1). P2 traz também um item a mais em ponderações feitas pelos fonoaudiólogos: além de deficiências em

Ênfase, Uso e Duração das Pausas, o aspecto de Ressonância foi julgado como inadequado. A literatura relaciona aspectos emocionais com uso adequado de ressonância, quando há alteração, o objetivo emocional do discurso não se completa. Os achados de expressividade oral e dos descritores semânticos conectam-se a aspectos psicoemocionais (estresse, nervosismo) e ao modo de produção conferido às circunstâncias (pauta, tempo e entrevista gravada, ou, ao vivo) e ao ambiente (próprio escritório da entrevistada e estúdio). **Conclusão:** Aspectos de dinâmica vocal devem ser trabalhados, de forma recorrente, em programas de *media training*, haja vista que podem influenciar diretamente na credibilidade do discurso. Essa reavaliação para treinamentos de mídia inclui olhar mais aguçado para a voz e a expressividade da fala e requer a formulação de protocolos de atuação colaborativa entre jornalistas e profissionais da voz, fonoaudiólogos. Além disso, em pesquisas futuras há a possibilidade de incluir análise do público final para entender se há conexão entre o sentido desejado e o alcançado com as duas entrevistas, em relação aos enunciados e suas questões ideológicas e políticas.

**Palavras-chave:** Voz, *Media Training*, Porta-vozes Mulheres, Novas Mídias, Comunicação de Massa.

## ABSTRACT

This dissertation intend to illuminate the discussion about vocal trainig and its relevance to spokespersons, which seek specific knowledge in the continuous exercise of giving interviews to mass media (radio, TV, newspapers, magazines, online news, other digital media). This study considers traditional models of media training programs, such as tools recognized in the preparation of speakers, and launches a specific look at vocal quality, demonstrated by a group of women-leaders (submitted by the same media training), as representatives of institutions, non-companies. **Objective:** To characterize the vocal dynamics and the communication of spokeswomen in real situations, that is, during the concession of interviews to the press, considering speech-language, journalistic and discursive perceptions. **Method:** Research of quantitative and qualitative character for a agreed discussion under different sieves: The voice as object of study, the subjectivities and the production of senses, evaluation of parameters Semantics and Vocal elements. These last two, according to the analysis of 6 judges (3 journalists and 3 audiologists), in scores extracted from research protocols. The samples bring audio excerpts from real interviews, provided by the research participants (P1 and P2), a TV (P1) and radio station (P2), on later dates (from 1 to 3 months), until 2017 december. **Results:** The intersection of the analysis suggests important points of convergence in the oral, vocal and semantic expressiveness of the speakers, media trained, at the time of the interview. Features of emphasis, use and duration of pauses (pointed out by audiologists) present correlations in the aspects of emotional control and subject matter (punctuated by most journalists), in the analysis of P1. The analysis of the P2 sample brings more weights Vocal order (audiologist) e Semantic order (journalists). Emphasis, pauses and subject matter represent the repeat points of attention in P1 and P2. Besides them, the vocal aspects: resonance, of P2, receives score of not suitable. Clarity, credibility, and objectivity complete the semantic issues highlighted, in the sample of participant 2. At first, two perspectives call attention as factors of psychoemotional influence in P1 and P2: 1) The P1's interview was recorded, at the headquarters of the institution (of the speaker), and composes a TV subject, which results in more favorable psychoemotional characteristics, to the speaker with: more restricted time of exposure, possibility of editing, and realization in a familiar place to the speakers; 2) The P2's interview was

performed, live, and granted within the radio station studio, also counting with the physical presence of the speaker. The psychoemotional factors gain weight in this sample by the place (studio), mode (live) and exposure (more time). **Conclusion:** Specific aspects of oral expressiveness should be recurrently worked in media training programs, especially for speakers, since they can directly influence the credibility of the discourse. This revaluation for media trainings includes a more keen look at voice and speech expressiveness and requires the formulation of collaborative actuation protocols between journalists and voice professionals, speech therapists. Moreover, in future research there is the possibility of including analysis of the final public to understand if there is connection between the desired meaning and the achieved with the two interviews, in relation to the utterances and their ideological and political issues.

**Key words:** Voice, Media Training, Speakers, Mass Media.

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>14</b>
<b>2. Objetivos.....</b>	<b>24</b>
<b>3. Revisão da literatura.....</b>	<b>25</b>
<b>4. Metodologia.....</b>	<b>37</b>
<b>5. Resultados.....</b>	<b>51</b>
<b>6. Discussão.....</b>	<b>60</b>
<b>7. Conclusão.....</b>	<b>69</b>
<b>8. Referências.....</b>	<b>70</b>
<b>9. Anexos.....</b>	<b>74</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O uso da voz, como forma de comunicação, representa um instrumento ancestral utilizado para perpetuação de tradições, transmissão de hábitos, crenças, histórias. Além disso, é base das relações interpessoais e sociais, independentemente do nível socioeconômico e do grau de escolaridade dos falantes e ouvintes. Considerando a genuína definição inerente ao humano, que o caracteriza essencialmente como um ser sociável e que, portanto, depende de interações para sua sobrevivência, o uso da palavra articulada para a troca pessoal constitui-se como um dos bens mais democráticos da comunicação. Para acionar esse recurso não é necessário estudo, tampouco conhecimento linguístico prévio. Além disso, a fala provém de um legado original e particular. Coloquialismo, regionalismo, personalidade, entoação e pausas respiratórias podem ser destacados como elementos intransferíveis e que caracterizam o ser em seu ato de emissão vocal.

Segundo Silva (1): “Estudos feitos sobre a comunicação não-verbal estimam que apenas 7% dos pensamentos (das intenções) são transmitidos por palavras, 38% são transmitidos por sinais paralinguísticos (entonação de voz, velocidade com que as palavras são ditas) e 55% pelos sinais do corpo”. Partindo desse pressuposto, a persuasão do público-alvo (receptor) para o entendimento dos signos contidos em cada mensagem, depende muito mais dos sinais paralinguísticos do que do próprio texto a ser proferido.

Outros itens englobam a voz e a comunicação no cumprimento de seu papel de interligar o emissor e o receptor harmonicamente.

De acordo com Michaellis (2), a voz é um substantivo feminino e conta com onze diferentes definições:

*1. Som ou conjunto de sons produzido pelo ser humano e por determinados animais, que se utiliza para a comunicação e a expressão das emoções; 2. Faculdade do ser humano de falar, fala; 3. Manifestação oral de quem ameaça, reclama, protesta, suplica etc; 4. Boato ou novidade bastante divulgado; 5. Direito de falar, de emitir opiniões; 6. Manifestação verbal; palavra; 7. O som*

*produzido pelo ser humano enquanto instrumento musical (música); 8. Classificação desse som do ponto de vista de sua tessitura (música); 9. Parte vocal cantada de uma peça musical (música); 10. Categoria do verbo definida pela relação entre o sujeito gramatical e o papel de agente ou paciente da ação verbal (gramática/linguística); 11. Manifestação ou presença do narrador no processo narrativo (literatura)*

No campo da Ciência Vocal ainda há muita dificuldade em definir qual teoria melhor explica a produção vocal. De acordo com Behlau (3), a teoria mais aceita é resultado da aproximação das pregas vocais, a partir da musculatura da laringe e vibração da mucosa, provocada pela passagem do ar dos pulmões. As autoras Kyrillos, Côtes e Feijó (4) afirmam que o som proveniente da passagem do ar pela laringe é originalmente fraco e precisa ser amplificado no trato vocal, incluindo regiões da garganta, nariz e boca e depois alterado pelos dentes, língua, lábios, bochechas e palato.

Uma das formas de dividir didaticamente a produção seria considerar a geração do som na altura das pregas vocais e a articulação do som no conjunto ressoador.

Para Gayotto (5), “A emissão vocal também depende da soma do tamanho dos movimentos realizados pela boca e língua, considerados como parte final do aparato para a emissão vocal, e das questões psicoemocionais”. No entanto, a fala começa muito antes do momento em que ela acontece, de fato. A imaginação, o desejo de cada indivíduo, em relação à sua fala, bem como os agentes ambientais presentes naquele momento, como estresse, tensão, medo, relaxamento, vão interferir na expressividade vocal de cada discurso.

Nessa amplitude de variações, há que se lembrar sobre o inerente a cada ser. Cada voz é única. Funciona como uma impressão digital. Além disso, o aparelho fonador é considerado o mais sofisticado instrumento sonoro, entre todos. Ele contém e representa uma vasta combinação de elementos:

respiração, intensidade, frequência, ressonância, articulação, projeção, volume, ritmo, velocidade, cadência, entonação, fluência, duração, pausa e ênfase, segundo Behlau (3).

Em relação à ambivalência oral, Edilene Matos (6) classifica, “ a verdadeira palavra é a palavra falada”. E detalha:

*Sábio, o poeta popular percebe o fascínio da palavra oralizada, porque é ela o principal meio de comunicação de histórias, narrativas, fatos, casos etc, ou seja, é ela, em verdade, a grande mediadora entre o homem (que conta/canta) e a sua experiência.*

As autoras Chun e Madureira (7) iluminam dois pontos relacionados à expressividade vocal: a mutabilidade voluntária e inconsciente da voz. Na primeira, as estudiosas evidenciam a capacidade do falante em ajustar e modificar, de forma consciente, a sua voz, a partir do seu desejo. No segundo ponto destacado as autoras referem-se às mudanças inconscientes do falante, ou seja, àquelas que dependem exclusivamente de condições extra-vocais, no momento da fala. Essas alterações são perceptíveis no exercício de repetições da mesma palavra, pelo mesmo falante, em diferentes condições ambientais, ou seja, no contexto social e na interação. O que acaba por demonstrar que uma palavra pronunciada pela mesma pessoa, jamais será pronunciada exatamente da mesma forma, ao ser repetida.

Conforme a linha teórica discutida nessa mesma bibliografia, há que se pensar que condições físicas, circunstanciais e psíquicas impõem variações no trato vocal do falante e consequentes variações das impressões do ouvinte sobre aquela voz. O uso de expressões surpreendentes também chama a atenção de quem ouve. A eficácia sonora, no âmbito da comunicação, pode ser exemplificada no discurso de posse da presidente do Superior Tribunal Federal, Cármen Lúcia, ocorrido no dia 26 de setembro de 2016. De acordo com a análise de Kyrillos (8), tal fala exemplifica uma excelente demonstração de Comunicação de Liderança: a quebra do protocolo anunciada, que levou a



presidente a nomear o povo brasileiro antes das autoridades resultou em um grande acerto:

*[...] Em qualquer situação de comunicação, a Neurociência nos conta que os primeiros segundos são determinantes para a nossa reação e a continuidade nesse processo. Na hora que ela (ministra do STF) começa mudando protocolo, já mostra algo diferente. O nosso cérebro reconhece padrões e foge do que é previsível. Quando algo nos parece diferente, isso gera um baita interesse e aumenta a atenção e a capacidade de memorizar aquilo que é falado. [...] Comunicação não é o que sai da boca é o que chega aos ouvidos.*

Ao transportar a questão de expressividade vocal para o contexto da comunicação corporativa – minha prática – voltada para formular políticas consistentes e relevantes de comunicação dentro das organizações para diferentes públicos, passando pelo crivo da imprensa, comecei a perceber que havia um sucesso maior de entrevistados que falavam “melhor”. Eles eram procurados um número maior de vezes para conceder entrevistas, em relação a outros que não falavam com “nitidez”, “clareza”. Além disso, suas entrevistas ganhavam mais espaço (em conversas fora do ar e nas publicações impressas ou eletrônicas – rádio, TV, internet). Além disso, os jornalistas recorriam constantemente às suas visões, opiniões e ponderações e demonstravam nítida satisfação em fazer contato com eles. Foi aí, que a voz começou a me inquietar. Será que ela realmente teria algo decisivo a contribuir com o sucesso de um entrevistado na árdua tarefa de alcançar o patamar de um porta-voz reconhecido?

Mais do que isso, será que na hora de uma entrevista, a um veículo de comunicação é necessário que o som agrade aos ouvidos? Qual é o lugar da voz e dos seus aspectos, no resultado final de uma entrevista, no sentido da conquista, ou não, de uma percepção positiva e do alcance do objetivo inerente

ao porta-voz, que é o de transmitir credibilidade na mensagem pretendida? Como a voz se posiciona nesse processo?

O desafio de entrevistas que gerem um resultado positivo, para quem as concede, ou seja, sob o olhar do porta-voz, envolve incontáveis aspectos. O primeiro está intimamente ligado ao alcance de uma meta primária estipulada por parte do entrevistado, representada na mensagem pretendida por uma instituição, uma empresa ou um propósito que aquele *speaker* (porta-voz, em inglês) representa. Mas, por que é importante a concessão de entrevistas?

Segundo Nassar, 2003 (9),

*A comunicação empresarial moderna e excelente tem entre seus principais atributos, o monitoramento dos ambientes nos quais a empresa insere, para detectar as ameaças e as oportunidades simbólicas; a seleção de informações importantes para tomada de decisão da gestão; o mapeamento dos públicos estratégicos; a velocidade nas emissões e respostas; a formatação impecável e adequada de mensagens; a seleção de mídias adequadas, que cheguem aos públicos estratégicos; a habilitação em comunicação, de todas as pessoas da organização; as pesquisas; o planejamento e a operação de orçamentos*

Atrair a imprensa e/ou utilizar as mídias para tratar de determinados assuntos-tema que uma empresa, uma entidade, uma pessoa jurídica (ou não) pretende iluminar representa um desafio crescente e um método cada vez mais estimulado, em todas as esferas sociais, até mesmo nas mais herméticas. Entre elas, a científica.

Tal exemplo fica por conta de Owens (10). Em seu artigo *It's good to talk*, o autor pontua sobre a importância da imprensa para a própria sobrevivência do cientista. Em um cenário de franca competitividade e escassez de recursos e investimentos, por parte do Governo, falar sobre

pesquisas para a grande imprensa tem se desdobrado como um instrumento de manutenção da própria pesquisa. “Se os cientistas conseguirem a atenção do público para tópicos específicos de sua pesquisa, poderiam literalmente conseguir pagar seus dividendos”, argumenta.

Bazanini (11) aponta para o contexto atualizado no tocante às novas formas de interagir com o público, que considera as novas mídias, nas redes sociais. Para o autor, hoje, a preocupação das organizações em preparar lideranças não está centrada apenas na concessão de entrevistas para a imprensa, mas também no posicionamento daquele porta-voz como papel onipresente em canais de comunicação diversos, via redes sociais. Há um relacionamento cotidiano direto e indireto. O relacionamento direto prevê a preparação e a postagem de conteúdos nos canais pessoais desse porta-voz. O relacionamento indireto engloba discursos e apresentações que podem ser filmados e transmitidos, em tempo real, sem autorização prévia, para canais nas redes sociais, fora daquele ambiente. Dessa forma, o falar, o pronunciar de lideranças envolvem novos ouvintes e interlocutores não previstos.

O conceito da sociedade líquida apresentado por Bauman (12) amplia o valor de uma comunicação frágil, ágil e renovável, que precisa “servir” aos desejos de uma sociedade insaciável, inesgotável, imprevisível e insegura. Para ele:

*Cada passo seguinte deve ser uma resposta a um diferente conjunto de oportunidades e a uma diferente distribuição de vantagens, exigindo assim um conjunto diferente de habilidades e um arranjo diferente de ativos. Sucessos passados não aumentam necessariamente a probabilidade de vitórias futuras, muito menos as garantem, enquanto meios testados com exaustão no passado precisam ser constantemente inspecionados e revistos, pois podem se mostrar inúteis ou claramente contraproducentes com a mudança de circunstâncias.*

Conforme o sociólogo, não há fórmulas garantidas e planejamentos, a longo prazo. Em outras palavras, está mais adequado quem atua na esfera do esquecimento das informações, na aceleração do envelhecimento de

hábitos, no inesgotável exercício do desapego e no apreço pelo novo, pelo mutável e pelo instantâneo.

O autor grifa, assim, a falta de estratégia como a melhor das estratégias. Com a insegurança tonificada pela ausência de solidez torna-se necessária uma constante e irremediável revisão de recursos e instrumentos reconhecidos, disponíveis e experimentados à exaustão. De acordo com Bauman, para alcançar seus alvos é necessário considerar as transformações vividas por eles, inseridos no contexto da liquefação social. E as transformações são, a cada momento, mais constantes e velozes. A eficiência de conexão e engajamento entre falantes e ouvintes precisa levar em conta esses e os novos contextos de cada grupo social, com interesses e desejos comuns (rede), alterados com rapidez instantânea.

Haja vista que entrevistas representam oportunidades para a construção de uma sintonia entre o sujeito (emissor/porta-voz/fonte), dentro das circunstâncias momentâneas (em constante renovação, dentro das práticas comunicativas), cabe enfatizar a premissa destacada por Bauman sobre a permanente revisão e porque não dizer, de “reinvenção” constante.

Recentes mudanças no contexto do uso das mídias exemplificam essa tendência. O anúncio do Instagram, feito em julho (13) de 2019, sobre a nova política de restrição de curtidas (*likes*, do termo original, em inglês) justificada em nota oficial emitida pela plataforma com a preocupação de acabar com a competição de número de *likes* e estimular a qualidade de fotos e vídeos compartilhados:

*Queremos que os seguidores se concentrem mais nas fotos e vídeos que são compartilhados, do que na quantidade de curtidas que recebem. Não queremos que as pessoas sintam que estão em uma competição dentro do Instagram e nossa expectativa é entender se uma mudança desse tipo poderia ajudar as pessoas a focar menos nas curtidas e mais em contar suas histórias.*

Um mês antes, em junho de 2019, a Revista Veja São Paulo (14) estampa na capa matéria intitulada “A Nova Era do Rádio” para traçar o cenário de valorização e crescimento dos *Podcasts*. Entre outros dados, a matéria traz números atualizados da Associação Brasileira de Podcasters (Abpod), com mais de 3 mil projetos de *podcasts* produzidos em todo o território nacional, conforme pesquisa de 2018. Além desse panorama, levantamento feito com os aplicativos Deezer e Spotify revelam aumento de 60% no alcance das plataformas de música, após começarem a disponibilizar *podcasts* em seu catálogo. Mesmo em franco crescimento, o segmento ainda engatinha, segundo a Abpod. Os *podcasts* ainda não recebem a mesma ordem de investimentos que é dirigida aos outros canais da mídia visual. De acordo com o Ibope, pesquisa feita com 2 mil participantes aponta que “32% dos 120 milhões de internautas brasileiros nunca ouviram falar em *podcast*”. Apesar disso, a pesquisa assinala que 40% já ouviu esse tipo de conteúdo, mesmo sem se dar conta.

Conectada com as possibilidades trazidas por esse novo formato, a Rede Globo, principal emissora de televisão, na América Latina, líder absoluto de audiência, começa a incluir conteúdos de *podcasts* em sua plataforma digital, amplamente anunciados desde 26 de agosto (15), em toda a sua programação diária.

Mas, como preparar as lideranças para lidar com oportunidades de exposição junto aos meios de comunicação? Em todos os cenários é imperativo o uso da revisão. Nada pode escapar à regra, nem o formato consolidado de programas de *media training*. Ferramenta consolidada, amplamente utilizada no propósito de treinar entrevistados, o treinamento de mídia tem a função de colaborar com porta-vozes, na atividade de conceder entrevistas. Cabe ressaltar que o *media training* é um modelo testado, à exaustão, por diferentes fontes, com perfis amplos e diversos, provenientes de distintos segmentos de atuação, com objetivos e propósitos variados e particulares na intenção de estabelecer uma comunicação eficaz com os canais de mídia. De acordo com Kyrillos (8), “a importância da comunicação para as empresas vem sendo repetidamente demonstrada há muito tempo, mas de forma mais evidente a partir do ano 2000”.

Conforme Bazanini (11), em seu sentido estrito, esse tipo de conhecimento é voltado a operar na cultura global, ao propiciar elementos para um relacionamento adequado com os diferentes meios de comunicação de massa, tanto em relação à forma quanto ao conteúdo para resolver situações retóricas.

O programa “De cara com a mídia”, de Viana (16) pode ser considerado uma referência na área e inclui: Dinâmica da Mídia; Relacionamento; Imagem e Reputação; Gestão de Crise.

Essencialmente, o conteúdo padronizado desse tipo de treinamento destina-se a: apresentar o funcionamento da imprensa, transmitir dados de ordem prática no trato com a imprensa e propor exercícios práticos (com simulações de entrevistas). No entanto, enquanto instrumento tomado por conceitos arraigados no arcabouço das práticas comunicativas tradicionais, um aspecto chama atenção: o cuidado ou a atenção vocal para o porta-voz não são indicações ou conteúdos evidentes em programas de *media training*, dentro da literatura pesquisada.

Ora, se não há preocupação visível com aspectos vocais na formação de porta-vozes, o próprio enunciado revela um contrasenso inquietante, presente no próprio enunciado de que: *Formar um porta-voz não privilegia a voz, em seu conteúdo programático, de forma clara, evidente e destacada.*

Refletir sobre os recursos vocais, considerando aspectos da dinâmica vocal, aspectos de produção de sentido no contexto de quem concede uma entrevista e busca uma formação especializada, é o tema central dessa dissertação de mestrado. A hipótese foi basicamente formulada a partir de conclusões significativas trazidas por outras pesquisas. A dissertação de Moreira-Ferreira (17) produziu influência relevante. Para analisar recursos de expressividade oral e linguístico-discursivos de operadores de telemarketing, a pesquisadora reuniu um vasto banco bibliográfico e aplicou um instrumento perceptivoauditivo pertinente, do qual foi extraído o protocolo de pesquisa fonoaudiológica da presente dissertação (ver Seção 4 – Metodologia). Serrano-Marquezin (18) é outra referência. Ao analisar a expressividade da fala de executivos, esse estudo concluiu a importância dos aspectos perceptivos e acústicos da dinâmica vocal na competência de executivos. Outra fonte que

também se enquadra nesse objeto está na proposta conduzida por Azevedo, Ferreira e Kyrillos (4), que trata do julgamento de telespectadores sobre o desempenho de apresentadores de TV, antes e depois de intervenções fonoaudiológicas. Neste caso, também fica clara a importância da preparação vocal na preferência dos leigos, ou seja, do público final.

Seguindo a tendência descrita aqui, a presente pesquisa parte da hipótese de que é relevante o impacto dos componentes sonoros na transmissão de conteúdos, por parte de porta-vozes, à imprensa e às diferentes mídias, utilizadas como meios de comunicação de massa.

Cabe mencionar que o método aqui utilizado considera a figura do interlocutor (jornalista) e sua interferência, na expressão vocal do falante. No entanto, não podemos ignorar que desponta o crescimento da livre locução. Tal modalidade consiste na transmissão de conteúdos informativos, com o uso da voz, feita por um representante nomeado, formal ou informalmente, como porta-voz, sem contar com a interface/filtro de um jornalista, como interlocutor. Esse contexto, não mediado, merece olhar atento porque revela uma tendência trazida pela sociedade líquida e os novos aparatos de mídia. No entanto, apenas parte dos achados dessa dissertação pode servir para colaborar com os elementos necessários a essa composição, tão presente na rotina do uso da voz como estratégia de abastecimento das redes sociais, dentro da comunicação institucional, incluindo os novos formatos de informalidade, enaltecidos pelas novas mídias.

## **2 OBJETIVO GERAL**

Caracterizar a dinâmica vocal de porta-vozes, em situações reais, ou seja, durante a concessão de entrevistas para a imprensa.

### **2.1 Objetivo específico**

Verificar qual a relação de interferência entre a dinâmica da voz e a credibilidade de sentido da mensagem, no momento em que ela é transmitida.



### 3 REVISÃO DA LITERATURA

A base teórica desta dissertação é circumspecta nesse capítulo. Formatam-se aqui questões vocais, trazidas por autores e estudos da área fonoaudiológica sobretudo nos conceitos pertinentes ao instrumento de avaliação dessa pesquisa, representados por 11 aspectos perceptivoauditivos para análise da dinâmica vocal. O tópico se estende a outros elementos que tangenciam tais parâmetros. Entre eles: a psicodinâmica da voz e a presença do *habitus* na particularidade de emissões sonoras.

Descritores semânticos e suas definições também aparecem nesse trecho. Além desses descritores que traduzem o caráter interdisciplinar do presente levantamento, a revisão bibliográfica trata da comunicação, do *media training* e da voz nas mídias. O olhar sobre os vínculos sonoros e sua representatividade, pontuado nas ondas do rádio, a influência, a fluência e interferência na rotina das sociedades e o endógeno, tridimensional e etéreo, características inerentes desse veículo de soberania vocal, também são pontuados nesse trecho.

#### 3.1 A dinâmica vocal

Em A qualidade e a dinâmica da voz, as autoras Chun e Madureira (7) apontam para marcadores físicos, sociais e psicológicos no estudo das relações interpessoais, a partir da voz. Os indicadores sociais indicam o grupo social do falante. São representados pelo sotaque, terminologias, gírias, vocabulários e outros termos empregados temporariamente, com variações circunstanciais. Os ajustes obtidos a partir do aspecto psicológico localizam-se no tom da voz.

Conforme as autoras, as adaptações eventuais da voz englobam perspectivas permanentes ou quase permanentes, de média ou curta duração e podem ocorrer de forma consciente ou inconsciente. *Loudness* (intensidade), velocidade da fala, continuidade (pausas), ritmo, tessitura, *pitch* (tom) e registro são aspectos sob controle do falante e podem caracterizar o grupo social ao qual aquela pessoa pertence.

Kyrillos (8) complementa a esses marcadores, trazidos por Chun e Madureira, “a importância de ‘modular’ o tom, articulação, ressonância, de acordo com o conteúdo da mensagem e o momento da comunicação”.

De acordo com as autoras Marquezin, Viola, Madureira, Ghirardi e Ferreira (19):

*A expressividade como um nível de informação no processo de comunicação, constrói-se a partir das interações entre elementos segmentais (vogais e consoantes) e prosódicos (ritmo, entoação, qualidade de voz, taxa de elocução, pausas e padrões de acento) e entre som e sentido.*

As especialistas acrescentam ao afirmar que a percepção dos recursos utilizados na expressividade da fala acontece na interação entre o que é da intenção do falante e o que é da interpretação do ouvinte. A prosódia e os elementos que compõem a fala imprimem ao discurso oral uma maneira de se comunicar, que pode ser intencional, ou não. “Quando se fala de função comunicativa, há referência a um aspecto audível dos elementos prosódicos”.

Assim, evidencia-se que a emissão da voz envolve múltiplos fatores ligados à impressão total criada por uma voz, incluindo o contexto da fala, condições físicas (informações da dimensão biológica), psicológicas (características básicas sobre a personalidade do indivíduo, ao estado emocional no momento da fala) e aspecto socioeducacional (expressos, por meio de sotaques, regionalismos, diferentes grupos profissionais), como veremos, adiante no tópico *Habitus a e Voz*, conforme o olhar do filósofo Pierre Bordieus (1930 – 2002).

A avaliação sobre a dinâmica da voz considera os fatores relacionados acima e é chamada de análise perceptivoauditiva. Nesta pesquisa, os aspectos selecionados para análise da dinâmica vocal, do ponto de vista da percepção envolveram 11 parâmetros, descritos detalhadamente na

seção Metodologia (item 4.7). São eles: Produção, Articulação, Velocidade, *Pitch*, *Loudness*, Ênfase, Entoação, Emprego e Duração das Pausas.

A escolha está diretamente relacionada aos critérios aplicados na dissertação de Moreira-Ferreira (17) porque percebe-se ali uma clara confluência da qualidade e da dinâmica vocal, dentro da expressividade oral, de determinadas escolhas linguístico-discursivas e do desempenho de operadores de telemarketing por fonoaudiólogos, clientes e empresa. Trata-se de um caminho bem próximo aos aspectos investigados dentro da presente pesquisa com porta-vozes *media* treinadas. Nos dois casos, a meta é fazer valer o desempenho, a credibilidade e a clareza das mensagens transmitidas a partir dos recursos de expressividade vocal, em um contexto de exposição profissional da voz.

Moreira-Ferreira (17) articula os eixos, as conexões estabelecidas, os aspectos autocentrados, interdependentes e nocivos nos conceitos de expressividade, voz e recursos vocais. “Ser expressivo não é inerente apenas aos aspectos positivos ao falar”, demarca.

Ainda em termos de expressividade, Madureira (20) ressalta que toda a fala é expressiva e adiante, faremos uma divisão didática da expressividade entre som e sentido para nos referirmos aos nossos resultados. Há sempre algum tipo de resultado obtido a partir da emissão oral. Entender de que forma a fala atinge o objetivo do falante, em relação à reação do público é o desafio. A comoção obtida condiz com um conjunto de padrões prosódicos, de acordo com a autora, verbais e não. Aqui a pesquisadora reforça o conceito de interdependência desse emaranhado conceitual, que interage entre si, na produção de sentido.

Conforme outra definição, extraída de Pittam (21) pela pesquisadora, a unificação das funções de expressividade, fala e trato vocal aparece claramente, mas carece de discernimento para favorecer um trabalho específico em cada aspecto, considerando, principalmente, a perspectiva de subjetivação, na produção sentido:

*O próprio ouvinte, ao ouvir uma emissão, não separa a voz da fala, uma vez que a voz está sempre presente, sublinhando os sons que marcam a fala. Os termos 'expressividade vocal' e 'expressividade de fala', portanto não se anulam ou se substituem, mas são utilizados de acordo com a ênfase que se dá a cada componente, voz ou fala, respectivamente.*

Em alusão aos destaques trazidos em Serrano-Marquezin (18), na dissertação que correlaciona dinâmica vocal e aspectos perceptivos na fala de executivos, aparecem conexões evidentes nos indicadores de qualidade vocal (avaliados por fonoaudiólogos) e características de expressividade. Os recursos prosódicos, quando utilizados positivamente, encontraram ressonância nas características do executivo, que também foram considerados empáticos, seguros e convincentes. O oposto também ocorreu. Quando o sujeito apresentou quebras nos recursos prosódicos, sua voz transmitiu insegurança e o mesmo executivo foi percebido como pouco objetivo, não empático e não convincente.

É inerente a esse estudo o grifo sobre a natureza psicoemocional dessa atividade e a correlação de uma atividade estressante no tocante às emissões vocais desse profissional, durante sua jornada de trabalho.

Em resgate aos aspectos que compõe a dinâmica vocal, que atuam como marcadores da presente pesquisa, a reflexão trazida, conforme autores e estudiosos da voz, define a expressividade na comunicação como “a capacidade de um indivíduo tornar vivo seu pensamento pela linguagem e pela expressão corporal” (Kyrillos, 8). Nota-se ainda que a avaliação perceptivoauditiva (dinâmica vocal) abrange outros parâmetros: o uso de diferentes escalas, estratégias, índices e protocolos, utilizados no sentido de minimizar a subjetividade envolvida nesse procedimento. Behlau (3) destaca a importância de um treinamento auditivo para a descrição da qualidade vocal como fator essencial.

Conforme a mesma literatura, a avaliação da voz abrange diversos protocolos fonoaudiológicos e médicos: envolvem anamnese e avaliações

clínica sobre o comportamento vocal, além de laringológica e acústica do sinal sonoro, quando possível.

### 3.2 *Habitus* e a Voz

Conforme o filósofo Pierre Bordieu (1930-2002), descrito pela socióloga Maria da Graça Jacintho Setton (22), o processo de contrução dos *habitus* individuais de uma sociedade contemporânea é fruto da coexistência de três instâncias: a família, a mídia e a escola, que geram valores culturais e referências de identidade e interação, entre si, de forma permanente e dinâmica. Mas, a voz é um instrumento suscetível a tantas variações, incluindo os códigos trazidos pelo *habitus*? Sim, completamente.

Tanto a definição de *habitus* defendida por Bordieu quanto o uso do instrumento vocal são matrizes humanas que atuam a partir da mesma lógica de inerência ao ser. Dessa forma, é simples notar que a maneira de expressão oral adotada por cada indivíduo não reflita uma escolha intencional ou sua carga genética, simplesmente, mas uma opção inconsciente, absorvida e apreendida a partir do seu *habitus*. É claro que a voz assimilada e adquirida (como uma propriedade autoral), desde o aprendizado da fala até a velhice, pode sofrer modificações e interferências de outros grupos sociais, munidos de seus próprios costumes, códigos e entonações, ou seja, conforme esse outro tipo de *habitus*. Mas, a raiz vocal de um indivíduo contará sempre com a influência direta do conceito de *habitus* trazido por Bordieu.

O ritual de articulação envolve a abertura da boca, a altura da língua e o arredondamento dos lábios. Somados, tais elementos irão influenciar no resultado final da emissão vocal. Essa ação, que representa a execução de procedimentos completamente autênticos e singulares, é apreendida pelo *habitus* e gera emissões únicas e exclusivas, mas que receberam influências sociais para que aconteçam desta ou daquela maneira.

Esse contexto é pontualmente ilustrado, em Behlau (3 p. 64):

*A pronúncia refere-se ao uso de determinadas substituições de sons nas palavras ou a variações*

*articulatórias de um mesmo som, e é o resultado de um condicionamento fonológico pela exposição ao código linguístico de uma população em particular. O indivíduo pode apresentar alterações de pronúncia que caracterizam um regionalismo, ou um sotaque por aprendizado de uma segunda língua em período pós-aquisição da linguagem.*

### 3.3 Voz e Mídias

Quando se pensa na importância da voz, no contexto dos meios de comunicação, ou seja, na esfera das mídias, imediatamente remete-se ao rádio, espaço em que a voz é soberana. Cabe aqui refletir sobre o efeito produzido pela informação trazida a partir do ouvir, do compreender e da amplitude desse espectro. Posicionar o rádio no eixo “tempo-história”, a partir dos conceitos da teoria da comunicação, se faz necessário. Em Vínculos Sonoros, o pesquisador sobre Teoria da Comunicação, José Eugênio de O. Menezes, 2012 (23) lança a compreensão das relações entre o olho e o ouvido proposta pelo pesquisador em antropologia, Christoph Wulf:

*Wulf lembra que, enquanto o olho, altamente centrado, percebe objetos que se encontram à sua frente, de forma estática, o ouvido permite o senso de equilíbrio, o sentido de localização no espaço e a percepção da sucessão de sons na perspectiva do tempo.*

Dentro da esfera “tempo-história”, a contemporaneidade rápida, posta por Bauman (vide introdução) como, “líquida”, valoriza as imagens, que ocupam o topo no ranking das audiências. É o contexto das Redes Sociais. Nesse sentido, Menezes, 2007 (23) reflete e questiona:

*O cultivo do ouvir pode enriquecer os processos comunicativos hoje muito limitados à visão? O cultivo do*

*ouvir pode nos ajudar a viver melhor num mundo marcado pela abstração?*

Nessa linha histórica, Menezes (23) destaca o filósofo Mc Luhan (1911-1980), que cunhou os famosos “*Os meios são as mensagens*” e “*Aldeia global*”. Ao reproduzir essa visão, Menezes descreve: “Mc Luhan chamou o rádio, uma mídia eletrônica, de *tribal drum* (tambor tribal) que, de modo diferente, retoma o universo oral das tribos” E complementa: “[...] a audição, à diferença do olho frio e neutro, é hiperestética, sutil e todo-inclusiva. As culturas orais agem e reagem ao mesmo tempo[...]”.

Seguindo adiante: “na cultura do ouvir, que experimentamos também sob forma radiofônica, os cenários não são prontos, as imagens não estão definidas”. Para clarificar, Menezes (23) aponta para o exógeno (trazido por Hans Betting<sup>1</sup>) e o endógeno (que soma Betting e Baitello<sup>2</sup>). As imagens montadas se impõem sobre a percepção, “e podem congelar o mundo e obstruir a imaginação”. Criadas fora do nosso corpo, funcionamento e organismo são chamadas exógenas e são representadas pelo autor como insistentes, a ponto de vir a se tornar endógenas. No entanto, é dos sons a proveniência original e genuína do endógeno, ou seja, das imagens, advinda das imaginações individuais, das percepções criadas internamente, a partir de um impulso vocal.

“A riqueza do repertório das imagens endógenas significa riqueza da nossa vida interior, a riqueza de nossas experiências acumuladas e das conclusões que tiramos dessas experiências”, descrito pelo autor.

A intenção aqui não é exaltar a história do rádio, sua importância ou impacto, na comunicação de massa. Mas, sublinhar os sentidos despertados pelo rádio, nas transmissões cotidianas, lembrando do fascínio do uso da fala, da produção vocal, principalmente para quem ouve, recebe aquela informação. Dessa forma, o rádio representa sim instrumento ativo na demonstração das

---

<sup>1</sup> Hans Betting é teórico da mídia e historiador da imagem, que postula a distinção entre imagens endógenas e exógenas

<sup>2</sup> Norval Baitello Júnior acadêmico, pesquisador da área imagética (contexto da comunicação/semiótica)

percepções vocais. Ele promove empatia, repulsa, popularidade, audiência e diversos desdobramentos. Para reverberar essa ideia, Menezes (23) recorre à Michel Serres: “a eficácia da voz não decorre de seu sentido imediato, mas de sua sonoridade, (...) a aceitação de um sentido de harmonia acústica traz misteriosamente consigo um contrato social, pelo menos temporário”. E adiciona: “os sons, também quando percebidos nas diversas mídias sonoras, tocam o mundo e acariciam – ou incomodam os nossos corpos”. Aqui é oportuno mencionar derivações discursivas trazidos por Menezes, ao longo de seus estudos sobre o ouvir: “além *do penso, logo existo*, de Descartes e do *eu me religo, logo sou*, de Serres, (...), há o *ouço, logo sou*, de Menezes”. Esse deslizamento ilustra o efeito endógeno (criativo) produzido pela cultura do ouvir.

Um fato lamentável recente, que ilustra de forma estarrecedora a transição da cultura do ouvir, por meio do rádio e a clássica escola jornalística de interlocutores fantásticos está na perda recente do jornalista lendário Ricardo Boechat (1952-2019). Ele, assim como Heródoto Barbeiro, representa uma geração que extrapola a transmissão de notícias. Suas vozes alcançaram inabaláveis credibilidade na maneira de expor os fatos, o que o transformaram em ícones entre os líderes de audiência. Ambos atuam e atuaram em outras mídias (TV, por exemplo). No entanto, o poder vocal de suas mensagens perpetua-se como marcos referenciais dentro da cultura radiofônica, enquanto fenômeno de comunicação de massa.

### 3.4 Media Training e Voz

Como forma de demonstrar o movimento ascendente de recorrer a instrumentos que colaborem para a abertura de canais de interlocução com as mídias, nos diversos segmentos sociais, recorreremos à definição de *Media Training* descrita na primeira versão do Manual de Comunicação do IFMG<sup>3</sup>, que é destinado à comunidade acadêmica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais, publicado em 2016 (24).

---

<sup>3</sup> O IFMG é vinculado à Secretaria da Educação do estado de Minas Gerais.



Segundo essa publicação, o *Media training* consiste em:

*Programa de treinamento que prepara as fontes para o relacionamento adequado com a imprensa, auxiliando-as a interagir de maneira segura com os jornalistas, fortalecendo a imagem da Instituição e prevenindo crises.*

Em termos da fala, o conteúdo e a imagem aparecem como alvo frequente nesses tipos de treinamento. De acordo com a literatura pesquisada, a produção vocal não conta com um visível espaço e discussão. Pontualmente, a voz figura como um item complementar, no sentido de orientar porta-vozes, em situações pontuais, quando necessário. Esse aspecto recebe, frequentemente, o cunho de treinamento customizado, a partir do *feedback* dos exercícios práticos, orientados, durante o curso. Mas, nem no momento em que surge orientação específica e complementar, a voz ganha vulto, haja vista que treinamento voz não tem aparecido como indicação sabida e pertinente, no contexto das mídias.

Em contrapartida, como visto na literatura estudada, o lugar ocupado pela voz pode significar um trunfo ou um desmoronar do sujeito, especialmente, na relação entre sujeito e veículos de comunicação de massa. Em Menezes (veja *Voz e Mídias*), o recurso vocal funciona como marcador de empatia, repulsa, popularidade, produção de sentido, de registro pessoal, para além do conteúdo. Produz, por assim dizer, sua própria estética, que remete para o endógeno, isto é, a imagens criadas internamente, a partir de um impulso vocal (descrito, no mesmo trecho).

No entanto, a valorização do recurso vocal – individual e soberano – não pulsa em programas de *Media Training*. Não há menções específicas sobre produção vocal, nem em teoria nem em exercícios voltados à fluidez da produção vocal, por exemplo, atividade que, como visto, tem efeito relevante na função do sujeito (falante), enquanto porta-voz. Cabe grifar que aqui não há qualquer intenção direta de conferir, ao *media training*, a função de espaço para triagem, diagnóstico, ou tratamento de distúrbios vocais. Mas, sim, de destacar a interdependência colaborativa entre a qualidade da emissão vocal e o desempenho do porta-voz. Questão que merece olhar específico, pois

abrange um espectro incalculável de possibilidades dentro dos recursos discursivos e sonoros de um sujeito. Alcançar a chamada zona de conforto (equilíbrio) vocal, pelo olhar do falante, representa um passo decisivo na conquista do objetivo de conceder boas entrevistas, propósito central de porta-vozes. Isso acontece porque há na fala a questão fisiológica imposta pela qualidade respiratória (veja em *Dinâmica Vocal/Análise perceptivoauditiva e psicodinâmica vocal*).

Conforme estudo de Siqueira Júnior, em 2013 (25), que se propôs a realizar um levantamento do conteúdo oferecido em programas de *Media Training*, em 14 agências de comunicação do estado de São Paulo, integrantes da Abracom (Associação Brasileira das Agências de Comunicação), o termo treinamento vocal não aparece em nenhuma menção sobre os conhecimentos transmitidos.

Realizada, com o uso de entrevistas abertas a 26 líderes (presidentes ou diretores) dessas agências de comunicação, entre elas, a pioneira no Brasil, em programas de *Media Training*, a análise inclui o uso do improviso, da dramatização e até do treinamento para as mídias sociais como os aspectos mais inovadores, entre todos os apurados.

No compilado desse descritivo, aparecem algumas ocorrências terminológicas, que demonstram proximidade com a questão da fala. Em 5 aparecem o item Técnicas de locução, como parte do treinamento e em 4, são mencionadas o uso de Técnicas de oratória. Mas, o estudo não detalha de que forma esse conteúdo é proposto. Chama atenção que apenas uma agência afirma utilizar uma equipe multidisciplinar em seu treinamento de mídia (para porta-vozes) e cita a participação de um fonoaudiólogo. No entanto, essa agência não está entre as que mencionaram uso de técnicas de oratória ou de locução, em seu conteúdo programático. Esse traço demonstra o descolamento entre as técnicas vocais e os profissionais da voz, no contexto dos porta-vozes.

A definição de *media training*, que aparece nessa pesquisa, a partir do compilado das respostas das agências de comunicação, defere que:

*(...) media training está diretamente relacionado ao treinamento dedicado ao porta-voz de uma instituição, profissional que terá a função de falar com as mídias: jornal, TV, Rádio e impresso.*

O levantamento de Siqueira Júnior aponta para uma grande variedade de conteúdo programático, entre as 14 agências participantes da pesquisa. Há especificidades de modalidades (mais ou menos abrangentes), e ainda customizações. Ao todo aparecem 22 tópicos presentes e mencionados por uma ou mais agências:

1) Comunicação interna; 2) Construção de imagem; 3) Criação de mensagem e redação; 4) Diagnóstico de comunicação; 5) Dinâmica de grupo, 6) Elaboração de manuais de comunicação, 7) Estudos de casos externos, 8) Mídias Sociais, 9) Moda/vestimenta/ estética, 10) Pesquisa de imagem com a imprensa, 11) Planejamento de comunicação, 12) Posicionamento frente às câmeras, 13) Simulação de modo geral (entrevista, TV, rádio e coletiva), 14) Técnicas de entrevista, 15) Técnicas de interpretação cênica, 16) Técnicas de locução; 17) Técnicas de oratória, 18) Técnicas de palestras e discursos em eventos; 19) Técnicas de postura e apresentação; 20) Técnicas de relacionamento; 21) Técnicas de reportagem; 22) Teorias sobre comunicação.

Contudo, Nogueira (26) reforça em seu livro *Media Training* que o aparato amplo desse recurso, trazido como uma necessidade, não indica uma óbvia garantia de resultado:

*O treinamento para as relações com a mídia, visando o melhor resultado para a imagem pública de uma empresa, gira em torno de princípios e comportamentos que, ao longo do tempo, têm apresentado melhores resultados – mas, ninguém pode garantir que atingirão invariavelmente os mais altos objetivos. Porque o resultado depende de múltiplos fatores. E de elementos individuais que se combinam de forma única em cada situação.*

O autor aponta para um conjunto de fatores e circunstâncias que interferem nas relações com a imprensa e seus desdobramentos. Entre os mais relevantes: os diferentes jornalistas (quanto ao perfil e estilo), veículos (rádio, televisão, revista, impresso) e respectivos modos de interação (prazo, conversa, dados), personalidades das empresas e/ou instituições (aos quais os porta-vozes representam) e as personalidades dos próprios porta-vozes:

*Um tem expressão corporal positiva, que transmite boa disposição, credibilidade e transparência; outro, mesmo respondendo com sinceridade a uma pergunta, projeta involuntariamente a sensação de que está escondendo alguma coisa.*

Ao longo do tempo, a fonoaudióloga Leny Kyrillos tem consolidado práticas e discussões em torno do caráter colaborativo entre o jornalismo e a fonoaudiologia, tanto em treinamento de mídia quanto para o jornalista. Mesmo assim, a autora coloca que a participação do profissional de voz, no media training, depende da definição de cada formato, proposto e negociado entre empresas e agências de comunicação, e/ou empresas de assessoria de imprensa. É evidente a demanda de preparação vocal para porta-vozes.

Antes de seguirmos, cabe mencionar que é função do assessor de imprensa a aplicação de programas de *Media Training*. De acordo com Marques et al (25), o assessor de imprensa:

*Pode ser definido como aquele profissional que administra a imagem de um determinado agente, atentando, por exemplo, para a forma através da qual os atos do assessorado são cobertos ou oferecendo conselhos acerca de como reagir a determinada cobertura.*

## 4 METODOLOGIA

### 4.1 Tipo de estudo

Trata-se de uma pesquisa quantitativa e qualitativa, de caráter transversal, submetida ao Comitê de Ética e Pesquisa da Faculdade de Ciências Médicas da Unicamp (Anexo 1 - nº CAAE – 69686617.2.0000.5404) - e, iniciada, após tal aprovação.

Foi escolhida a integração dos métodos quantitativo e qualitativo como forma de conectar perspectivas de dinâmica vocal (consideradas adiante como som) e de descritores semânticos (consideradas como sentido), a partir da avaliação de jornalistas e fonoaudiólogos, em dois protocolos de pesquisas.

### 4.2 - Participantes

Para as análises foram convidadas duas Participantes (porta-vozes, também chamados de *speakers*) – submetidas ao mesmo programa de *media training* (aplicado por uma profissional especializada nesse tipo de treinamento). Além do mesmo treinamento, as participantes da pesquisa são porta-vozes, representantes de associações, instituições, organizacionais e ONGs e outros órgãos, sem fins lucrativos, sediados em Campinas, ligados ao comércio, saúde, serviços, varejo e outros.

Todas as porta-vozes convidadas e participantes são mulheres.

Dessa forma, os critérios de inclusão para participação na pesquisa foram: a) ter participado do mesmo programa de *media training* para nivelar a amostra; b) ser presidente ou representante de entidades (associações, instituições e outros). Com o objetivo de reduzir disparidades na amostra provenientes das diferentes culturas empresariais, optamos por porta-vozes de instituições sem fins lucrativos; c) ser do gênero feminino, por ser mais raro porta-vozes do gênero feminino à frente de instituições sem fins lucrativos; c) ter disponível um serviço de assessoria de imprensa. Assim, os dados apresentados na seção de resultados correspondem às análises referentes a duas participantes:

**P1** - Presidente de Sindicato, ligado à área varejista, de grande importância e influência para a cidade de Campinas e Região. Tem 66 anos, é

formada em Estatística. Atua na mesma função, como presidente do Sindicato, desde 2002. É fumante, há 40 anos. Tem o hábito de beber um copo d'água, a cada duas horas, consome cerca de seis xícaras de café por dia. Trabalha em ambiente com ar condicionado, duas horas por dia. Não possui o hábito de realizar pausas de descanso na voz, após mais de uma hora, falando ininterruptamente. Fala em baixa intensidade.

**P2** - Vice-presidente de Associação, ligada à área empresarial, de grande relevância para a região de Campinas e vice-presidente de uma Federação do Estado de São Paulo. Tem 55 anos, é formada em Artes, e pós-graduada em Planejamento e Gestão de Negócios. Atua na mesma função, desde 2010. Não é fumante e consome, em média, três copos de água, por dia. Eventualmente, ingere uma xícara de café, diariamente. Permanece em ambiente com ar condicionado durante toda a jornada de trabalho. Nunca se preocupou em realizar pausas para o descanso vocal, após longos períodos falando. Costuma falar em alta intensidade.

É válido registrar que não foi utilizado roteiro prévio para caracterização das porta-vozes. O perfil acima foi enviado pelas respectivas assessorias de imprensa das duas instituições, a partir de perguntas enviadas por e-mail. As questões envolveram envio do currículo, tempo de experiência como porta-vozes e rotina, considerando uso da voz, hábitos (consumo de água, café, climatização, costumes relacionados ao aspecto vocal e sobre o tabagismo).

### **4.3 O programa de *media training***

O programa de *media training* oferecido foi idealizado, produzido e desenvolvido por uma jornalista com experiência na área televisiva por mais de 15 anos. Assim, o programa do curso de *media training*, concedido às participantes da pesquisa foi realizado em um mesmo dia, com carga horária total de 08 horas como forma de nivelar o conhecimento das participantes sobre como lidar com a imprensa, durante entrevistas reais (da mesma forma, simultaneamente). O treinamento teve como foco: a rotina da mídia, os principais objetivos de um jornalista (ao entrevistar um porta-voz), armadilhas (hábitos, maneirismos, ações, gafes) que atrapalham uma boa comunicação,

linguagem do corpo, discurso, organização das respostas, fluência na fala, persuasão, ritmo da fala, importância em saber lidar com diferentes equipamentos, cuidados com a imagem do porta-voz (vestuário, cabelo, maquiagem) e como lidar com repercussões negativas (crise). A carga de oito horas pode não possibilitar mudanças no tocante à questão vocal. Vale ainda notar que não houve medição de análise, pré e pós para medir a eficácia do treinamento de mídia, visto que essa avaliação extrapolaria os objetivos geral e específico da presente pesquisa.

#### **4.4 Coleta de dados**

A amostra de fala foi coletada a partir da gravação, em áudio, de entrevistas reais concedidas pelas porta-vozes, a veículos de comunicação, frutos de contatos espontâneos das entidades/associações, por meio de suas respectivas assessorias de imprensa, com veículos de comunicação.

#### **4.5 Procedimentos**

A captação da amostra de fala dos participantes, durante a entrevista, se deu por meio de um gravador digital (Tascam DR-40) acoplado a um microfone de lapela (Mini Tie Clip/Yoga/EM-5). A pesquisadora responsável esteve presente durante a entrevista para evitar qualquer tipo de prejuízo técnico para as aferições perceptivoauditivas e de descritores de sentido a serem realizadas por fonoaudiólogos e jornalistas, respectivamente. As amostras de fala foram armazenadas em computador.

As entrevistas aconteceram nos meses de outubro de 2017. Concedida à EPTV Campinas, a entrevista de P1 se deu na sede da entidade da porta-voz. A entrevista de P2, por sua vez foi realizada no estúdio de CBN.

#### **4.6 Análise de dados**

Para as análises, dois aspectos foram observados: a avaliação perceptivoauditiva da dinâmica vocal dos porta-vozes (realizada por três avaliadores fonoaudiólogos com experiência na área de Voz) e a verificação de eficiência do discurso de um porta-voz, considerando o sentido pretendido por essas speakers, durante as entrevistas (na percepção da imprensa, a ser

realizada por três avaliadores jornalistas). Os critérios de escolha dos avaliadores envolveram: experiência superior a cinco anos, atuação na área de voz (no caso de fonoaudiólogos) e atuação em veículos de comunicação (no caso dos jornalistas).

De acordo com esses requisitos, foram selecionados e convidados os juízes, apresentados os elementos de análise, respectivos protocolos de pesquisa, TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido) e os detalhamentos do processo, o que incluiu solicitação do uso de fones, para análise das amostras. Após o aceite, as amostras foram enviadas, aos juízes, de forma que a ordem das respostas, presentes na entrevista não foram identificadas. Os resultados apresentados revelam os itens mais votados, ou seja, um consenso dos juízes.

A avaliação perceptivoauditiva da dinâmica vocal contou com protocolo utilizado anteriormente em Moreira-Ferreira (2007). Nele, foram avaliados: Produção da voz; Articulação; Velocidade; Ressonância; Projeção; *Pitch*; *Loudness*; Ênfase; Entoação; Emprego das Pausas e Duração das Pausas (ANEXO 1). Esse protocolo foi escolhido devido à utilização e à publicação de pesquisas anteriores com a finalidade de avaliar a comunicação de profissionais do telemarketing. Abarcou a percepção dos chefes desses profissionais e dos clientes atendidos, apresenta fácil preenchimento e abrange aspectos gerais da voz e da comunicação.

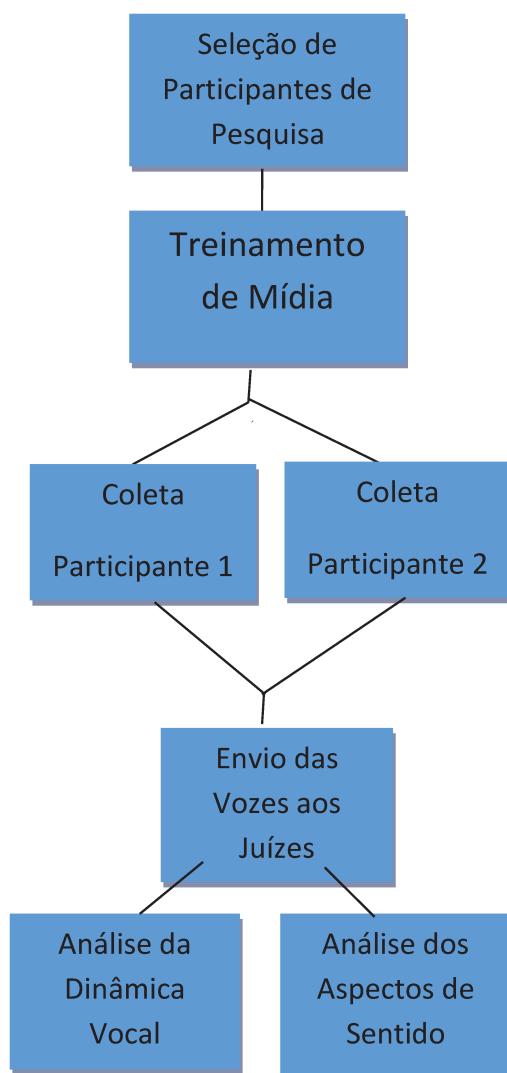
Para a análise do protocolo referente ao sentido, realizada pelos avaliadores jornalistas, foi aplicado um protocolo conhecido para análise de porta-vozes, utilizado por jornalistas que atuam como avaliadores no programa de *media training* aplicado pela agência global de comunicação: Ketchum (2010). O formulário possui os seguintes tópicos para avaliação: Coerência do discurso, Construção das mensagens, Controle da situação, Segurança, Objetividade, Clareza, Controle emocional, Credibilidade, Domínio do assunto, Pontos fortes e fracos. (ANEXO 2). Esse modelo foi escolhido por ter sido aplicado, pela agência de comunicação, durante um período longo (três anos, no mínimo) com resultados assertivos no desenvolvimento de porta-vozes, a partir dos parâmetros trazidos por ele, preenchidos por jornalistas experientes na formação de porta-vozes e na interação com veículos de comunicação. A Ketchum foi a agência escolhida por desenvolver um programa de *media*



*training* reconhecido, no Brasil e em outros países, a ponto de ser replicado nos locais onde a multinacional atua globalmente.

Todas estas etapas estão descritas no fluxograma 1, a seguir.

Figura 1. Fluxograma com as etapas de seleção de participantes e análise dos dados.



#### 4.7 Protocolo de pesquisa - Definições Perceptivoauditivas da Dinâmica Vocal –Aspectos de Som

De acordo com Behlau (3), “qualidade vocal é o termo atualmente empregado para designar o conjunto de características que identificam uma voz”. **Produção da Voz; Articulação; Velocidade; Ressonância; Projeção; Pitch; Loudness; Ênfase; Entoação; Emprego das Pausas e Duração das Pausas** representam os indicadores avaliados pelos juízes fonoaudiólogos nesta dissertação.

Para melhor entendimento, cada parâmetro segue as definições consideradas por Behlau (2001), Kyrillos (2005), Alves (2007), Moreira-Ferreira (2007) e outros autores.

A **Produção da Voz** considera presença ou ausência de alterações funcionais, ou orgânicas, no aparelho fonador, o que pode levar ao prejuízo na vibração das pregas vocais e resultar em disfonias diversas. Emissão harmônica, com frequência e intensidade adequadas, ao sexo e à idade, são consideradas como “uma voz boa”, ou com produção vocal adequada/neutra, ou seja, sem esforço do aparelho fonador.

A **Articulação** diz respeito ao processo de ajustes motores dos órgãos fonoarticulatórios na produção e na formação dos sons. Quando o som é bem percebido, a articulação é considerada precisa. Mas ela pode ser imprecisa (fala mal articulada, com sons imprecisos, distorcidos, como por exemplo, quando há uma certa economia muscular na pronúncia de todas as letras de uma palavra, por cansaço ou timidez); travada (quando se percebe um movimento reduzido da boca e/ou mandíbula, no momento da produção da fala); exagerada (o contrário do anterior, quando se percebe aumento exacerbado do movimento da mandíbula e/ou da boca).

A **Velocidade** indica o número de palavras, por minuto, de um texto corrido. Alterações na velocidade comprometem a efetividade na transmissão da mensagem. De acordo com Behlau (3): “do ponto de vista psicodinâmico, uma velocidade lenta desliga o ouvinte, passa a impressão de lentidão de pensamento, além de falta da organização das ideias. A rápida pode expressar ansiedade, tensão, desejo de omitir fatos e de não ceder espaço para o interlocutor”.

A **Ressonância** consiste na amplificação da intensidade de sons de determinadas frequências da voz e no amortecimento de outras. Desse sistema constam diferentes estruturas e cavidades do aparelho fonador chamadas de caixas de ressonância: pulmões, laringe, faringe, cavidades da boca, nasal e os seios paranasais.

A **Loudness** “observa a sensação psicofísica de intensidade da voz, considerando forte, fraco ou médio. Na avaliação clínica consideramos suficiente a avaliação da *loudness* em fraca, adequada e fortes, a partir da projeção no ambiente em questão”, (Behlau, 3). A especialista complementa a definição da *loudness*: “Sob o aspecto psicológico, a intensidade vocal é um parâmetro que permite numerosas interpretações, expressando basicamente como lidamos com a noção de limite próprio e do outro”. No entanto, há muito que se refletir sobre esse parâmetro, em sobreposição às características do falante, às intenções e ao discurso. Na visão de Behlau, uma voz de comando utiliza uma elevada intensidade. Mas a mesma ação (de comandar) pode encontrar resultado em uma voz de intensidade mínima, com intenção na articulação e ênfase das palavras. Tal característica, conforme a autora, é interpretada como “poder”. Ainda sobre intensidade, quando é elevada, indica também franqueza, vitalidade, energia. No extremo negativo, pode sugerir falta de educação e paciência (indivíduo que grita).

Na prática, a **Projeção vocal** representa o ajuste adequado do volume (alcance) à plateia, dentro de cada ambiente. Uma projeção adequada é aquela que não passa ao ouvinte a impressão de que houve esforço exagerado por parte do falante, para que mensagem seja audível. Por isso, transmite conforto e desconforto do falante. Ao mesmo tempo, em que a produção vocal muito baixa, projeção restrita, pode sugerir insegurança e pouco conhecimento sobre o assunto, a projeção ampliada (além do necessário), costuma incomodar e provocar desinteresse do ouvinte e desvio de atenção.

“O **pitch** é a sensação psicofísica da frequência fundamental e não deve ser confundido com a medida de frequência em si”, (Behlau, 3). “[...] é conhecido, popularmente, como o ‘tom’. Refere-se à frequência do ciclo de vibração das pregas vocais[...]classifica os graves (voz grossa), médios e agudos (voz fina), em relação ao gênero e à idade” (Alves, 2007). Segundo

Behlau (3), o uso de um determinado *pitch* tem relação direta com a intenção do discurso. Um clima alegre é retratado com tons agudos, ênfase mais marcada e maior velocidade de fala. Um clima triste é transmitido com tons mais graves, intensidade e velocidades da fala reduzidas. A autora também correlaciona o *pitch* à personalidade do falante. Emissão marcada e vozes mais grossas, em geral, são emitidas por pessoas de personalidade mais autoritária. E, por sua vez, vozes mais dependentes tendem a ser mais agudas (semelhantes às vozes infantis).

**A Ênfase** está diretamente relacionada ao trecho que se quer destacar em uma fala, se dá por meio de prolongamentos de palavras (com crescimento ascendente ou descendente), pela entonação, pausas e duração das pausas. Esses recursos funcionam como divisores das frases, mensagens, características culturais e propostas ocasionais dos falantes. **A Pausa**, também considerada uma forma de ênfase, é “um elemento prosódico que auxilia na construção e na compreensão do sentido do discurso, favorece a troca de turnos entre os falantes e possibilita o processamento da mensagem” (Serrano-Marquezin, 18). Como estruturas (de ordem fisiológica, recarga respiratória), as pausas são realizadas em muitos momentos, de forma espontânea. Esses intervalos ocorrem sempre entre os grupos tonais e no final do conjunto de frases (Serrano-Marquezin, 18). Podem também assumir o papel de parte do discurso. No que diz respeito à estrutura, variam entre silenciosas (quando há de fato um silêncio, motivado por diversas razões), preenchidas (em produções de conteúdo não linguísticos e inspiração de ruído, ou sinalizadas, quando há rupturas no fluxo da fala). Há também “pausas discursivas de planejamento, usadas para delimitar os componentes das frases, pausas expressivas (destacam palavras),” Viola e Madureira (2008), por Serrano-Marquesin (2013).

“Para Moraes (1993, descrito por Moreira-Ferreira, 18), as medidas de **Varição da Entonação** (ou entoação) são pluriparamétricas, pois englobam as modulações de frequência fundamental, de intensidade e de duração, sendo as primeiras as mais importantes”.

**A Duração das Pausas**, como estrutura (de ordem fisiológica, recarga respiratória), é realizada em muitos momentos, de forma espontânea. Esses momentos ocorrem sempre entre os grupos tonais e no final do conjunto de frases (Serrano-Marquesin, 18). Tais pausas são silenciosas e têm duração

mínima de 200 (ms) ou mais. Quando não são efetuadas dentro dos limites e da capacidade respiratória do falante gera desconforto, no ouvinte, e mudança a qualidade da voz, devido à falta do fluxo de ar necessário para a produção vocal. De acordo com Goldbeck et. AL., 1988 (27); Banse e Scherer, 1996 (27), essa alteração pode resultar da falta de organização e equilíbrio, no uso do mecanismo fonatório, mas, sugere questões situacionais e/ou emocionais. O uso irregular de pausas silenciosas, ou a produção excessiva desse recurso, pode se caracterizar como um aspecto negativo, dentro de um contexto de comunicação (Laver, 2004, 29, descrito por Serrano-Marquezin). “Neste último caso, Knapp (30) e Hall, 2010 (31), revelam um falante monótono e inseguro”.

Ao aproximar o ajuste vocal à realidade de um porta-voz, que está submetido a uma situação de exposição, que cause desconforto, ou algum tipo de confronto e estresse, a Articulação, as Pausas, o ajuste do *Pitch* e do *Loudness* podem sofrer alterações e gerar impactos relevantes na mensagem transmitida. Segundo Kyrillos (8), “quando falamos temos a tendência de reduzir os movimentos articulatórios”. De acordo com a autora, essa redução, ou hiparticulação, tornará a fala confusa ou de difícil entendimento. E a articulação excessiva também trará problemas na comunicação por causar estranheza. Para que funcione, é necessário: “Articular bem os lábios e língua, como se desenhassemos cada som. Isto se chama Sobrearticulação – falar rapidamente e com gestos articulatórios precisos”, pontua.

Uma circunstância desfavorável, que gere nervosismo e insegurança, provoca um desejo de fuga daquela situação. Nesse contexto, além de economizar na articulação, o interlocutor pode acelerar o ritmo da fala e reduzir as pausas entre uma ideia e outra, o que também prejudica o bom entendimento da mensagem. Embora estejam relacionados ao conforto vocal do falante, considerando seu estado emocional e sua fisiologia, o *Pitch* e a *Loudness* também estão sujeitos a alterações causados pelo estresse e a pressão de uma entrevista.

A voz baixa (*Loudness*) está diretamente relacionada à insegurança, medo, incerteza da mensagem a ser transmitida. Os dois extremos do *Pitch* (excessivamente grave ou agudo) podem significar nervosismo e falta de controle da situação e levam a emissões realizadas de forma inconsciente, pelo falante. Ou seja, sob impacto emocional, o porta-voz pode emitir sons muito

graves ou muito agudos, sem perceber, porque para de respirar adequadamente e não volta sua atenção para o seu tom de voz. Por esse motivo abre espaço inconsciente para aparecer um padrão vocal ligado à sua fisiologia e não a sua escolha para aquele tipo de contexto. Os efeitos de agudos podem causar irritabilidade e os efeitos dos graves, monotonia e distanciamento ao ouvinte. Em todo o caso, levam ao distanciamento e à perda de interesse daquele que recebe a mensagem.

#### 4.8 Protocolo de pesquisa - Definições Perspectivas de Descritores de Sentidos

Extraído de um programa de *media training* da agência global de comunicação (Ketchum, 2010), os itens utilizados no protocolo de pesquisa representam indicadores de relevância, no tocante ao relacionamento com a imprensa, e na transmissão da mensagem final do emissor, ao receptor, fluindo de forma eficaz como suporte do interlocutor (imprensa). No trabalho de assessoria de imprensa também conhecido como relações com a imprensa ou *PR* (traduzido da sigla, em inglês, como Relações Públicas), os porta-vozes são personagens com o papel central de criar ou manter a credibilidade das instituições que representam, por meio das mensagens transmitidas, da própria imagem, das ações e discursos. Para destacar esses indicadores extraídos das mensagens e dos discursos, o protocolo engloba: **Coerência do Discurso; Construção das Mensagens; Controle da Situação, Segurança; Objetividade; Clareza; Controle Emocional; Credibilidade e Domínio do Assunto.**

No universo de porta-vozes *media* treinados, a **Coerência do Discurso** está diretamente relacionada com a mensagem a ser transmitida, por desejo, que pode ou não ser transmitida por diferentes razões. Entre as mais comuns, nervosismo, em função de falta de prática e treinamento, que pode gerar contradições dentro da mesma entrevista, política de comunicação sem unicidade, ou seja, sem a preocupação de unidade do discurso, entre os diferentes porta-vozes de uma organização, ou ainda, dentro de todos os canais de comunicação da instituição e, por fim, da falta de correlação entre o discurso e as práticas adotadas. A **Construção das Mensagens** também requer clareza de expressão e está diretamente vinculada às escolhas do porta-voz, no momento de formular as respostas. É importante que o raciocínio demonstre uma lógica simples e ao mesmo tempo, enriquecedora. Para manter a entrevista e o porta-voz fortalecidos. Em Expressividade da Teoria à Prática, a organizadora Leny Kyrillos (2005) traz a escolha das palavras certas como uma preciosidade na eficácia da expressividade vocal. Entre as pontuações trazidas chama atenção a do jornalista e apresentador Milton Jung (p.294) que

ilumina a questões a partir da seguinte citação do escritor e humorista norteamericano Mark Twain (1835-1910): “A palavra certa é um agente poderoso. Sempre que encontramos uma dessas palavras intensamente certas...o efeito é físico e espiritual, além de imediato”.

Ao longo do título de Kyrillos, autores apontam para a importância de lapidar o texto a favor do discurso oral, com ênfase nas sílabas corretas, ao que se pretende grifar, destacar e expressões que favoreçam a expressão pela fala. Por isso, é importante que o autor esteja em sintonia com o interlocutor ou que o texto escrito seja também lido, em voz alta, para que se verifique a fluência de sua oralidade.

Nogueira (26) complementa:

*Ser objetivo e econômico na construção de frases, evitar orações intercaladas, empregar sentenças curtas, raciocínios claros e em sequência lógica, usar palavras precisas – tudo isso, evidentemente, sem parecer ríspido – amplia bastante a possibilidade de correta compreensão do interlocutor[...]*

O autor também fala sobre a importância de chamar a atenção do entrevistador/jornalista para os pontos fundamentais daquela mensagem, procurando reforçar esses pontos, ao final da entrevista.

O **Controle da Situação** também perpassa pelo exercício no ato de conceder entrevistas. É importante que o porta-voz demonstre que está à vontade com o ambiente da entrevista, primeiro passo para o controle da situação. Neste caso, além de investir tempo para tentar conhecer o ambiente (antes da entrevista), é recomendando ao porta-voz estudar o jornalista, os dados da pauta, preparar-se sobre o tema e sobre como irá se apresentar. Estruturado, o porta-voz, dificilmente, perderá o controle da situação. Esse domínio propicia reações tranquilas e ações sagazes, do porta-voz, durante uma entrevista.



**A Segurança** do porta-voz, durante uma entrevista, é percebida de diferentes maneiras. A mais clássica está relacionada à fluidez da mensagem transmitida e respostas exatas às perguntas formuladas, sem qualquer tentativa de fuga do tema central.

A **Objetividade** é representada pela resposta direcionada ao ponto central da questão, sem o uso de subterfúgios. É válido aqui diferenciar objetivo de sucinto, ou “curto e grosso”. Objetivo não é ser monossilábico tampouco sinônimo de resposta empobrecida. Uma resposta objetiva pode envolver um rico exemplo. O importante é que responda o que foi perguntado com exatidão e sem volteios.

Em Vínculos Sonoros, o autor José Eugênio de Menezes, 2007 (23) reflete sobre a magia propiciada pela cultura do ouvir, exercitada diariamente na rotina das ondas radiofônicas. Para explicar a essa indexação espontânea do ouvinte, cita a exclamação do teórico Michel Serres: “A eficácia da voz não decorre do seu sentido imediato, mas de sua sonoridade, (...) a aceitação de um sentido da harmonia acústica traz misteriosamente consigo um contrato social, pelo menos temporário (2003:234)”. Ao atrelar esse caminho à necessidade de uma comunicação oral eficiente, o rádio necessita de precisão de sons e palavras, o que não se restringe ao curto e sim, ao objetivo.

**Controle Emocional** está diretamente relacionado com o Controle da Situação. Inclusive os dois parâmetros semânticos podem incidir, simultaneamente, ou a falta de um gerar ausência do outro, no momento de uma entrevista. Mas há como redesenhar uma entrevista com tranquilidade, por meio do uso de pausas, na fala e abandono de vícios de linguagem, repetidamente, por exemplo.

**Credibilidade.** Esse parâmetro tem também ressonância direta com o critério “Domínio do Assunto” (descrito, a seguir). A Credibilidade de um porta-voz é medida por sua segurança e saber em um determinado assunto, medidos pela construção de uma imagem positiva construída a partir da transmissão de mensagens pertinentes, relevantes, com dados consistentes, naquele assunto da pauta/matéria/entrevista, na apresentação de dados consistentes e relevantes, mencionados, oportunamente, nas respostas às

perguntas solicitadas, e na tranquilidade e convicção, na maneira de transmiti-las.

**Domínio do Assunto**, por sua vez, aparece quando há força, atualidade, relevância, pertinência, consistência nas informações transmitidas, pelo porta-voz, e se ainda conta com a espontaneidade presente em um discurso natural, sem robotização, esquecimentos, ou qualquer tipo de fragilidade.

## 5 - RESULTADOS

Os resultados obtidos se deram a partir do cruzamento de dados, conforme ponderação respectiva, a cada amostra, dos trechos de discursos intra e intersujeitos.

A amostra da **Participante 1 (P1)** foi obtida a partir da captação do áudio de uma entrevista gravada, concedida à EPTV (afiliada da Rede Globo), na semana que antecedeu o Dia das Crianças, com a pauta “Perspectivas de vendas no Dia das Crianças e dicas para o consumidor”. O áudio foi dividido em três trechos selecionados e fragmentados, a partir de uma mesma entrevista. O primeiro contém 45 segundos, o segundo, 19 e o terceiro oito segundos de duração. São eles:

“A gente tem um pensamento muito negativo, quando a gente olha pra uma inflação de 1,63%, um número muito pequeno. Mas, pra nós é muito bom. O meu dinheiro não perde valor. Eu consigo comprar mais coisas com o salário que eu recebo. As empresas conseguem financiamento a juros menores. E isso vai alavancando as vendas, aí alavancando (taquilalia) o crescimento e a economia do país. [...] Sim, sim, tá? Então, nós precisamos entender o que é esse número baixinho (ênfase) de inflação. Isso é muito bom pra todos nós: consumidores, empresários] (pausa, oscilação, uso de artigos) prefeituras. Pra todos nós, é muito bom”. **(trecho 1)**; Hoje, nós temos uma outra forma de pechinchar, que hoje é (pausa, oscilação) correto fazer isso. Antigamente, a gente chegava numa loja e falava ‘eu vou pagar à vista e em dinheiro, você me dá um desconto?’. Era proibido fazer isso. Hoje, não mais. Então, quem tiver dinheiro, cash, na mão, consegue um bom desconto”. **(trecho 2)**; “Sim, pesquisar em outras lojas, outras formas de pagamento. Mas, eu acredito que o maior desconto, é o desconto pago em dinheiro”. **(trecho 3)**.

A amostra da **Participante 2 (P2)** foi extraída de uma entrevista, realizada ao vivo, concedida à CBN da cidade de Campinas. O áudio foi dividido em três trechos selecionados e fragmentados, a partir de uma mesma entrevista com duração total superior a 14 minutos. A pauta foi desenvolvida para falar sobre o principal evento realizado anualmente pela associação, com o intuito de traçar um perfil de crescimento, desde a primeira edição do evento,

bem como, falar sobre as principais mudanças do comportamento do empresário, neste período. Para manter equivalência mínima de tempo, entre os áudios de P1 e P2, foram considerados cerca de 3 minutos de entrevista, fragmentados em três partes: a primeira com 46 segundos, a segunda, 52 e a terceira totalizou 55 segundos de duração. Descritas a seguir:

“Exato...e (ênfase), a gente (pausa), obviamente atende uma massa grande de empreendedores que são os pequenos empresários, né? Até médio empresários (problema de fluência na fala e mudou), Empresários de médio porte. É (pausa longa). Esse é o nosso público. E muitas vezes, a pessoa fala, ‘nossa, mas, é (pausa longa), as grandes empresas elas estão fazendo coisas e tão mudando, né, totalmente, a maneira delas agirem, delas venderem, se relacionarem com o consumidor’. Mas, a gente tem que ver que uma grande empresa para implementar uma inovação, ela é como um Titanic para fazer uma curva rápida, é praticamente impossível. Já uma empresa (é, pausa) menor, ela tem essa agilidade, tem essa possibilidade. Mas, é preciso ter gente capacitada.” **(trecho 1)**; “Entre a pessoa mais jovem, né? E aquele...é (longo), a diferença...o que faz (faz) a diferença para qualquer empreendedor, é a capacidade que ele tem é (pausa) de (pausa) aceitar que ele tem que mudar, que ele (pausa) pode melhorar sempre, né? Então, aquele que (pausa) aprende sempre que, não (pausa) não acha que ele já sabe tudo, né? Então, a gente chama esse ‘do sabe tudo’, aquele cara do modelo Gabriela: ‘de eu nasci assim, eu cresci assim, vou ser sempre assim’. Esse cara vai morrer assim, né? Então. Porque ele não tá aberto à mudança”. **(trecho 2)**; “Quando nós começamos, é (pausa) fizemos um evento pequeno, de um dia. Na verdade, era o dia (das, de...de) Empreendedorismo e de Negócios. E depois, passamos a uma semana porque (pausa) nós fazíamos esse evento dentro do prédio da Associação Comercial. Então, como nós temos lá, sete andares, então, a gente fazia acontecer no térreo, no segundo andar, no quarto andar, no sexto andar. Então, vários eventos acontecendo. Alguns, de manhã, de tarde e de noite. Era tudo segmentado para poder a gente atender a tanta gente. Depois, a gente não tá cabendo mais lá dentro. Então, fomos pro Vitória Hotel, onde estamos fazendo um evento lá pra 450 pessoas, por dia. E temos com todos os dias lotados, né?” **(trecho 3)**.

Para essa análise, apresentamos três diferentes Quadros. O **Quadro 1** traz o compilado das percepções perceptivoauditivas, referentes à dinâmica vocal, a partir da análise dos três juízes fonoaudiólogos, conferidas às Participantes 1 e 2, respectivamente. O **Quadro 2**, por sua vez, demonstra os resultados trazidos pelos 3 juízes jornalistas, no protocolo de Análise dos Sentidos, utilizando descritores semânticos, para as Participantes 1 e 2. Por fim, o **Quadro 3** aponta para os parâmetros que chamam atenção sob a junção dos aspectos de som (dinâmica vocal) e de sentido (descritores semânticos) na percepção dos seis juízes das duas especialidades, no tocante à **P1** e à **P2**.

Especificamente na avaliação da **Entoação**, optou-se por não analisar este parâmetro, devido à alta divergência de respostas obtidas entre os juízes, após verificação das respostas obtidas.

**Quadro 1.** Dinâmica vocal, do ponto de vista perceptivoauditivo, analisados pelos juízes fonoaudiólogos referentes às participantes **P1** e **P2**.

**AVALIAÇÃO DA DINÂMICA VOCAL**

Parâmetros	P1	Ocorrências	P2	Ocorrências
<b>Produção da Voz</b>	Neutra	77%	Neutra	100%
<b>Articulação</b>	Adequada	66%	Adequada	66%
<b>Velocidade da Fala</b>	Adequada	100%	Adequada	100%
<b>Ressonância</b>	Adequada	55%	<b>Não Adequada</b>	<b>77%</b>
<b>Projeção</b>	Adequada	100%	Adequada	55%
<b>Pitch</b>	Adequada	77%	Adequada	88%
<b>Loudness</b>	Adequado	100%	Adequada	100%
<b>Recursos de Ênfase</b>	<b>Médio</b>	<b>55%,</b>	<b>Médio a Restrito</b>	<b>Médio 44% Restrito 11%</b>
<b>Pausas</b>	<b>Médio a Restrito</b>	<b>Médio 55% Restrito 22,2%</b>	<b>Médio a Restrito</b>	<b>Médio 45% Restrito 45%</b>
<b>Duração das Pausas</b>	<b>Médio a Breve</b>	<b>Médio - 66,6% Restrito - 33,3%</b>	<b>Médio a Restrito</b>	<b>Médio 64% Restrito 36%</b>

No **Quadro 1**, observamos que a maioria dos parâmetros avaliados por juízes fonoaudiólogos obtiveram pontuações positivas, 7 para P1 e 6 para P2. Produção da fala, Articulação, Velocidade, Projeção *Pitch* e *Loudness* representam as análises positivas coincidentes entre **P1** e **P2**. **Ressonância aparece como a única pontuação discordante entre as duas participantes. É pontuada como adequada para P1 e não**

adequada para **P2**. Foram avaliados como pontos críticos: **Recursos de Ênfase, Pausas e Duração de Pausas** para **P1** e **P2**.

Nesse sentido, chamamos atenção para os fatores prosódicos (reincidentes em **P1** e **P2**), que incluem ritmo, taxa de elocução, pausas e padrões de acento (ênfase). A Ressonância, que não foi adequada em **P2**, tem relação direta com o resultado da vibração do ar que é expirado a partir das cavidades de ressonância vocal (boca, faringe, nariz e seios nasais). O equilíbrio, avaliado como uma ressonância adequada, proporciona uma voz agradável, com corpo e brilho. De acordo com Gayotto (33):

*Estados alterados podem influenciar na ressonância, provocados por tensão nas musculaturas faciais, suporte respiratório insuficiente, entre outras intercorrências fisiológicas geradas por tensão, desconfortos circunstanciais, fatores psicoemocionais e/ou ambientais.*

**Quadro 2.** Descritores semânticos analisados pelos juízes jornalistas referentes às participantes **P1** e **P2**.

AVALIAÇÃO DE DESCRITORES SEMÂNTICOS (SENTIDO)				
Parâmetros	P1	Ocorrências	P2	Ocorrências
Coerência do Discurso	Forte	88%	Forte	77%
Construção das Mensagens	Forte	66%	Forte	55%
Controle da Situação	Forte	66%	Forte	88%
Segurança	Forte	66%	Forte	77%
Objetividade	Forte	77%	Regular a Fraco	Regular - 55% Fraco - 11%
Clareza	Forte	55%	Fraco	55%
Controle Emocional	Regular a Fraco	Regular - 44,4% Fraco - 11%	Forte	77%
Credibilidade	Forte	77%	Regular	55%
Domínio do Assunto	Regular a Fraco	Regular - 44,4% Fraco - 11%	Regular a Fraco	Regular - 44,4% Fraco - 22%

O **Quadro 2** aponta para a análise feita pelos juízes jornalistas, quanto aos descritores semânticos/de sentidos do discurso. Novamente, a maioria dos critérios obteve pontuação positiva. **Coerência, Controle da Situação, Construção das Mensagens** e **Segurança** foram avaliados majoritariamente como Fortes para ambas as participantes. **P2** apresenta o dobro de parâmetros com dificuldades, em relação à **P1**. Cabe ressaltar que **P2**



teve mais tempo de fala que **P1**. Nessas percepções, **Domínio do Assunto** aparece como o único critério coincidente entre as duas participantes, conforme a avaliação da maioria dos juízes jornalistas. Vale destacar ainda que o parâmetro **Credibilidade** de **P2** foi pontuado como Regular a Fraco na maioria das análises. Para **P1**, mesmo com a percepção de problemas no quesito **Controle Emocional (mais de 50%)**, a participante manteve pontuação positiva e elevada para **Credibilidade (77%)** das ocorrências.

**Quadro 3.** Correlações entre Som e Sentido, referentes aos pontos críticos apontados pelos juízes para as participantes **P1** e **P2**.

<b>AVALIAÇÃO SONS E SENTIDOS</b>		
<b>Parâmetros</b>	<b>P1</b>	<b>P2</b>
<b>Modo de produção</b>	Circunstâncias mais confortáveis  Menos Tempo  Próprio Escritório  Gravada  Serviço	Circunstâncias menos confortáveis  Mais Tempo  No Estúdio  Ao Vivo  Maior Evento do Ano
<b>Ponderações</b>  <b>Análise de Sons</b>	Ênfase  Emprego das Pausas  Duração das Pausas	Ênfase  Emprego das Pausas  Duração das Pausas  Ressonância
<b>Ponderações</b>  <b>Análise de Sentidos</b>	Domínio do Assunto  Controle Emocional	Domínio do Assunto  Credibilidade  Objetividade  Clareza

O **Quadro 3** une todos os pontos críticos apontados pelos juízes fonoaudiólogos e jornalistas, a partir da análise da dinâmica vocal (som) e dos descritores semânticos (sentido), e propõe uma reflexão no tocante a essas pontuações com avaliações inter-relacionais. À primeira vista, chama atenção o número superior de considerações negativas para **P2**, tanto dos aspectos vocais quanto dos jornalísticos. Em número, as análises críticas de **P2** são diretamente proporcionais ao tempo de exposição do discurso e ao desconforto

circunstancial ao qual foi exposta a participante, em relação à **P1** (descrito detalhadamente na abertura deste capítulo).

## 6 – DISCUSSÃO

As análises mostram semelhanças e diferenças entre as participantes no que diz respeito à utilização da dinâmica da voz e comunicação. A análise da dinâmica vocal e dos descritores semânticos apontam para dificuldades específicas, bem como, ressaltam pontos adequados das duas participantes.

### 6.1 – Análise perceptivoauditiva da dinâmica vocal

De acordo com Madureira (19, p. 15-25) (em Kyrillos, 2005), “o falante desempenha três papéis diferentes: o animador, o autor e o protagonista”, na citação de Goffmann (1981), a linguista destaca que “o ouvinte está contemplado nessa noção de falante por meio da postulação da categoria de protagonista”. Para que esse papel seja exercido de modo que a audiência seja garantida sua missão envolve boas escolhas da forma (“animação oral) e do conteúdo (“as palavras certas”). Integram a expressividade, a comunicação (verbal/não-verbal) e a psicodinâmica da voz e os aspectos perceptivoauditivos, na análise da dinâmica vocal.

Sob o ponto da dinâmica vocal, as avaliações trazem importantes diferenças de classificação, entre um trecho e outro, inclusive por um mesmo avaliador. A grande maioria dos itens analisados mostram que estão adequados, do ponto de vista dos fonoaudiólogos (Produção da Voz, Articulação, Velocidade da Fala, Projeção, *Pitch*, *Loudness*). Vale a pena observar que no terceiro trecho (P2), descrito abaixo, aparecem os principais pontos negativos, apontados pelos três especialistas, que poderiam influenciar na transmissão da mensagem para o ouvinte. Nessa análise, chamam atenção os parâmetros: **Recursos de Ênfase**, **Emprego das Pausas** e **Duração das Pausas**. Trata-se do trecho 3 transcrito na Página 45.

Para a maior parte dos avaliadores, o critério **Recursos de Ênfase** (para a participante 1 – **P1**) é classificado como *médio*. Tal pontuação aparece em todos os trechos da entrevista e de forma unânime no trecho final, descrito

a seguir: “Sim, pesquisar em outras lojas, outras formas de pagamento. Mas, eu acredito que o maior desconto, é o desconto pago em dinheiro”.

A **Ênfase** é assinalada como **frequente**, apenas no início. Na participante 2 (**P2**), há também uma deficiência em **Ênfase** apontada como uso sendo de **médio a restrito**, totalizando 55% das ocorrências.

De acordo com o apresentador e jornalista Milton Jung, 2005 (em Kyrillos, 8), a inflexão tem de ser dada em cada palavra-chave do texto. Assim, o recurso de Ênfase de um discurso assume tanto a função de manter a audiência do ouvinte, que se tende a se desconectar facilmente de um discurso linear e monótono, quanto de dar sentido àquela mensagem.

*Quando se quer chamar atenção para alguma palavra escrita, usa-se o negrito, o itálico ou o sublinhado. Na palavra falada também temos ferramentas apropriadas. Para ênfase deve-se usar a articulação de forma mais precisa, diminuir a velocidade da fala e reforçar a intensidade.*

Na análise da dinâmica vocal (som) de P1, o uso das pausas foi avaliado como apresentando variação de uso **médio a restrito**, principalmente, no final. Cabe ressaltar que a classificação identificada como “médio” pode ser considerada como “adequado”. Entretanto, no trecho inicial, os juízes perceberam o **uso frequente** de pausa, trata-se do trecho 1 transcrito na página 43.

De acordo com Kyrillos (8), o uso de pausas durante a fala imprime ênfase ao que se quer dizer. Além disso, ajudam o interlocutor a manter-se no controle da ação porque melhoram a produção vocal, já que auxiliam na respiração. “Ao retomar o fôlego garantimos a expressividade da fala”, segundo Kyrillos (8). Essa aparente contradição de análise quanto às pausas, entre os diferentes trechos das amostras da mesma porta-voz tende a demonstrar que há maior força em um discurso mais enfático. As principais divergências entre os trechos estão no tempo de fala (o trecho final é reduzido, sucinto. E o inicial maior, com argumentação). Tais ponderações apontam para a necessidade de

exposição das ideias e não necessariamente para a economia nas respostas, por mais arriscada que uma exposição ampliada, diante da mídia, possa parecer.

No item **Duração de Pausas**, todas as avaliações trazem pontos de atenção. Dois juízes classificam como **média** a duração de pausas e um juiz como duração **breve**. Para o jornalista Milton Jung, “ao se calar quem comunica transfere ao outro a responsabilidade da interpretação”. Além disso, a duração das pausas e a quebra de ritmo gera expectativas e, ao enfatizar, muda o sentido daquele discurso:

*Se palavras têm diferentes significados, não-dizer também ganha razão dentro do contexto. Pode ser insatisfação ou respeito. Leva à reflexão ou provoca indignação. É complemento da palavra ou muda o seu sentido*

Assim como ocorreu no item Ênfase, percebe-se uma mudança de padrão do início para o final da entrevista. Cabe ressaltar que os juízes não tinham conhecimento se os trechos avaliados eram iniciais ou finais.

Observou-se ainda que **P2** apresentou dificuldades com a **Ressonância**, especialmente. De acordo com Behlau (3), no tocante a análise da dinâmica vocal, a ressonância consiste na amplificação da intensidade de sons de determinadas frequências da voz e no amortecimento de outras. Como amplamente discutido, as características vocais podem gerar impacto positivo ou negativo, ao ouvinte. Segundo Behlau (2001), a ressonância indica o objetivo emocional do discurso. Especificamente, nesse aspecto, P2 obteve grande parte das avaliações como não adequada, com diferentes tipos de alterações assinaladas: posterior abafada, nasalidade, laringofaríngea, hiponasalidade e compensação nasal. Pontuações que podem indicar falta de controle emocional no discurso. São apontadas mais dificuldades para P2 tanto nas correlações entre sons e sentidos quanto sob o ponto de vista de sentidos (**Quadro 2**).

A análise perceptivoauditiva de **P2** apresentou alterações em 4 parâmetros: **Ressonância** (77% das ocorrências como **não adequada**),

### **Ênfase (*médio a restrito*) Pausas (*médio a restrito*) e Duração de Pausas (*médio a breve*).**

Apesar das avaliações apontarem para algumas dificuldades, com relação aos parâmetros indicados acima, as duas participantes tiveram avaliação adequada para a maioria dos parâmetros, o que pode ser um reflexo do treinamento de mídia ao qual as participantes foram submetidas, previamente.

## **6.2 – Análise dos aspectos dos sentidos da comunicação**

Segundo o manual “Media Training: Capacitando fontes e porta-vozes”, 2001 (Duarte e Faria), para aproveitar cada oportunidade de interação com a imprensa e a transmissão de informações, com segurança e precisão, garantindo uma percepção assertiva, a partir dos objetivos das instituições, envolve: interesse, capacidade de definir e apresentar mensagens, lidar com a linguagem e características dos diferentes tipos de veículo e de se adaptar a cada circunstância.

Para a discussão dos aspectos semânticos analisados, consideramos analisar as participantes também com relação ao tempo de duração das amostras avaliadas.

As amostras de P1 apresentam diferença de duração, em relação à P2, o que pode gerar impacto na caracterização desse perfil.

Os aspectos semânticos de uma entrevista mais curta podem apresentar vantagens porque em trechos breves há menos tempo para erros semânticos, tornando a comunicação mais assertiva durante entrevistas a veículos de comunicação. O prolixo, ao contrário, arrisca a perda de vínculo e audiência, pelo inteligível.

P1 apresentou menos dificuldades, em relação à P2, no que diz respeito às avaliações semânticas. As duas participantes apresentaram dificuldades no mesmo parâmetro “Domínio do Assunto”, julgado como Regular a Fraco. É um item relevante para um porta-voz. Como as porta-vozes

apresentam experiência nos seus cargos e funções, há mais de uma década, pode-se considerar que o mau uso da dinâmica vocal, o uso restrito de alguns aspectos – descritos na seção anterior – ocasionem uma percepção de falta de domínio do assunto.

Especificamente, P1, também apresentou controle emocional, julgado como regular a fraco.

Em P1, a correlação entre carências nos recursos de ênfase/emprego e duração de pausas e questões relacionadas ao controle emocional e o domínio do assunto, à primeira vista, estabelece uma relação causal entre aspectos emocionais e a emissão vocal. No entanto, não há um prejuízo de avaliação nos demais critérios semânticos presentes no protocolo.

De acordo com Nogueira (25, p 22-23), o modo de expressão dos latinos é, em geral, mais prolixo que o dos que usam a língua inglesa. Tal referência é comprovada na tradução (português-inglês). Para ele:

*Essa tendência palavrosa, que todos os latinos temos, muitas vezes, nos leva a falar demais, o que pode conduzir à imprecisão e a consequentes mal-entendidos, que geram problemas de compreensão ou até equívocos mais graves.*

É relevante também refletir sobre a quantificação e a qualificação das respostas, de acordo com o viés da Teoria da Informação e a Análise do Discurso, a partir de Patrick Charaudeau, 2009 (32). O fundador do Centro de Análise do Discurso menciona as correntes quantitativa e qualitativa que defendem a produção de efeitos da verdade, como resultado dos processos duplos de transformação e transação, no ato do discurso. Apesar disso, não defende nenhuma delas para explicar seus efeitos. O pesquisador coloca nas mãos do receptor a produção do efeito da verdade e não acredita que uma informação possa ser mensurada quantitativamente.



“O ponto de vista quantitativo, baseia-se na noção estatística de ‘não-probabilidade’: sua informação é mais forte quanto menor a probabilidade de sua aparição para um determinado destinatário”. O aspecto qualitativo, que se integra à noção de inteligibilidade, defende que: “quanto mais a informação se integrar ao sistema, melhor será apreendida”.

P2 apresentou maiores dificuldades na avaliação semântica, totalizando 4: Objetividade, Clareza, Credibilidade e Domínio do Assunto. Ao comparar com P1, apresenta mais dificuldades, também quanto aos aspectos da dinâmica vocal.

Possivelmente, aspectos como, o uso restrito de pausas e pausas com duração breve, impactaram na análise dos parâmetros semânticos. 90% das ocorrências referentes às pausas foram julgadas como médias ou restritas. “A pausa tem valor expressivo muito evidente” (Kyrillos, 8). Milton Jung, na mesma publicação sugere:

*Aprender técnicas de respiração é importante para combater a ansiedade que influencia na forma de se expressar pela fala. O nervosismo leva a pessoa a falar muito e rapidamente, dois aspectos que podem ser desastrosos na comunicação. (...) Se a informação tiver de ser transmitida em um momento de estresse e emoção, não esqueça: foque na respiração, controle-a, se necessário for, e isto, vai se refletir até mesmo na qualidade da sua voz*

A forma mais precisa de avaliar esses itens encontra ligação com a questão do tempo de exposição, da entrevista, modo de produção (entrevista ao vivo e no estúdio) e todas as interferências ambientais e circunstanciais de uma entrevista com esse perfil. Todas essas ponderações podem interferir nas relações entre sons e sentidos.

Cabe aqui trazer importantes reflexões. Considerando o formato do protocolo de avaliação semântica, utilizado nesta pesquisa, que se propôs a trazer um critério sutil de avaliação jornalística, com um limite bem tênue de

definição, entre um parâmetro semântico e outro, não é exagero transbordar a avaliação deficitária de **Controle Emocional** e **Domínio do Assunto** para outras esferas semânticas.

Assim, os dois aspectos classificados como negativos (**Controle Emocional** e **Domínio do Assunto**) podem gerar outros desdobramentos para aquele porta-voz. Depreciar sua autoridade para que atue como fonte de referência, dentro do seu campo de saber, pode ser um reflexo direto de uma entrevista que apresente problemas de **Domínio do Assunto**.

Anular a mensagem a ser transmitida, sob o risco de gerar interpretações e distorções, em relação ao conteúdo original, pode também ser consequência de nervosismo (falta de **Controle Emocional**). Principalmente, esse segundo aspecto demonstra conexão estreita com questões relacionadas ao **Emprego** e à **Duração das Pausas**. O nervosismo tem interferência direta no funcionamento desses parâmetros vocais, que coincidem na sobreposição das avaliações das amostras da participante 1, por fonoaudiólogos e jornalistas (como descrito, acima por Milton Jung).

Três aspectos chamam atenção, as diferenças nos modos de produção entre as entrevistas ocorridas com P1 e P2, os objetivos e as circunstâncias. Para P1, a produção de sentido pretendida ganha vigor em seus enunciados, por questões de menor tempo de exposição (entrevista mais curta) e circunstância mais confortável (entrevista realizada no próprio escritório da porta-voz). P1 foi entrevistada por uma emissora de TV. Além disso, o teor da entrevista buscava a convalidação de mensagens-chave da entidade, a qual a porta-voz representava sua instituição, em um contexto de fornecer um serviço de esclarecimento, ao consumidor, no momento da compra, por ocasião do Dia das Crianças. Resultou em uma entrevista com fala fluída de P1, esforço reduzido para transmitir as mensagens, bem como, tema mais leve, considerando o compromisso do porta-voz em representar a instituição, por uma circunstância neutra, opinativa.

Na entrevista concedida por P2, houve uma situação ligeiramente diferente. A entrevista mais longa, ao vivo, realizada no estúdio de rádio tinha o propósito de divulgar o principal evento da entidade e trazer conteúdo

atualizado e relevante para o ouvinte sobre um grande número de dados atualizados sobre a série histórica do evento, as mudanças e crescimentos, ao longo do tempo, comportamento e perfis de empreendedores (mais velhos e mais jovens), números atualizados sobre o crescimento do empreendedorismo, programação do evento e novos mercados.

O número superior de ponderações dos juízes fonoaudiólogos e jornalistas de P2, em relação à P1, se aplica aos aspectos descritos, acima, de acordo com a produção de sentidos. **Ênfase, Pausas e Domínio do Assunto** chamam atenção porque ganham ponderações reincidentes em P1 e P2. Além deles, o aspecto perceptivoauditivo **Ressonância**, de P2, recebe pontuação de não adequada. **Clareza, Credibilidade, e Objetividade** completam as questões semânticas destacadas, na amostra da participante 2.

“Ele não tem uma voz confiável”. Segundo o apresentador Milton Jung, há um julgamento instantâneo sobre a voz de quem fala, na percepção de quem ouve: “Fala mole? É inseguro. Fala alto. É autoritário. Não para de falar? É uma ´mala´. A dica do jornalista e âncora é utilizar a ênfase, que significa um grifo na palavra, é um recurso para gerar confiabilidade da voz, na percepção do ouvinte. Pontos apontados como inadequados, para P1 e P2, tanto para Ênfase, quanto em relação ao uso e duração das pausas, observados pela maioria dos juízes fonoaudiólogos para as duas participantes.

Percebe-se, assim, que os recursos fônicos para pontuar os dados (Pausas e Ênfases), aos ouvintes, não foram suficientes para transmitir clareza, credibilidade e domínio do assunto. Além disso, a Ressonância em P2 apresenta ponderações. A produção de sentido, a partir desse discurso, encontra barreiras ou dificuldades de entendimento, na visão interdisciplinar de jornalistas e fonoaudiólogos. No entanto, em pesquisas futuras há a possibilidade de incluir a análise do público final para entender se há conexão entre o sentido desejado e o alcançado com as duas entrevistas, em relação aos enunciados e suas questões ideológicas e políticas.

Cabe pontuar as limitações do estudo: o uso de um protocolo fechado para análise da dinâmica vocal, ao invés da aplicação de um roteiro poderia refinar a avaliação fonoaudiológica. O simples espaço para

observações pontuais relativas a cada ponderação da dinâmica vocal, a partir dos parâmetros apresentados, estenderia à pesquisa o entendimento de todas as pontuações como “adequado”, “inadequado” a cada item avaliado.

## 7. Conclusão

Aspectos de dinâmica vocal devem ser trabalhados, de forma recorrente, em programas de *media training*, haja vista que podem influenciar diretamente na credibilidade do discurso. Essa reavaliação para treinamentos de mídia inclui olhar mais aguçado para a voz e a expressividade da fala e requer a formulação de protocolos de atuação colaborativa entre jornalistas e profissionais da voz, fonoaudiólogos. Além disso, em pesquisas futuras há a possibilidade de incluir análise do público final para entender se há conexão entre o sentido desejado e o alcançado com as duas entrevistas, em relação aos enunciados e suas questões ideológicas e políticas.

As deficiências apontadas por juízes para porta-vozes submetidos a esse programa foram: problemas com Ênfase, Uso e Duração de Pausas e Domínio do Assunto para as duas participantes; Objetividade, Clareza, Controle Emocional e Ressonância, pontuadas individualmente ora para P1, ora para P2.

No mais, revelam-se claras conexões entre fatores psicoemocional, ambiental e circunstancial para a eficácia de transmissões de mensagens, aos veículos de comunicação.

## 8 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- 1 Silva, M. J. P. *Comunicação tem Remédio – A Comunicação nas Relações Interpessoais em Saúde – 2005*. São Paulo: Edições Loyola, 2006. Disponível em:  
[https://books.google.com.br/books?id=oQtgEYISzbYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbp\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=oQtgEYISzbYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbp_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- 2 Michaelis, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Melhoramentos. 2017. Disponível em:<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/voz/>. <Acesso em: 20 de novembro, 2017, 23h15>;
- 3 Behlau, M. *Voz o livro do especialista. Vol. I*. São Paulo: Revinter, 2001, Capítulo.
- 4 Kyrillos, L.; COTES C.; FEIJÓ D.. *Voz e corpo na TV*. São Paulo: Globo, 2003, p. 24.
- 5 Gayotto, L.H. *Voz: partitura da ação*. 2ed. São Paulo: Plexus, 2002, p. 20 e 21.
- 6 Matos, E. – *Literatura de Cordel: a escuta de uma voz poética* – Goiânia, v. 5, n.1, p. 149-167, jan./jun. 2007. Disponível em:  
[file:///C:/Users/Fabiola/Downloads/382-1344-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Fabiola/Downloads/382-1344-1-PB%20(1).pdf)
- 7 Chun, R. Y. S.; Madureira, S. A voz na interação verbal: como a interação transforma a voz. *Revista Intercâmbio*, v. XXXI: 112-138, 2015. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X
- 8 Kyrillos, L. CBN. Bons inícios de discursos são fundamentais para garantir o interesse do interlocutor. Publicado em 23/09/2016. São Paulo. Disponível em:  
<http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/leny-kyrillos/2016/09/23/BONS-INICIOS-DE-DISCURSOS-SAO-FUNDAMENTAIS-PARA-GARANTIR-O-INTERESSE-DO-INTERLOCUTOR.htm>
- 9 Nassar, P. *A comunicação organizacional na contemporaneidade*. Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos – ECA/USP – Novos Olhares

Edição 17 - 1º semestre de 2006. Disponível em:  
<file:///C:/Users/Fabiola/Downloads/51423-Texto%20do%20artigo-63988-1-10-20130208.pdf>

- 10 Owens, S.R. It's good to talk - Media training workshops are aiming to break down the barriers between scientists and journalists. *EMBO reports*. European Molecular Biology Organization. Vol. 3. No. 8, 2002, p. 711.
- 11 Bazanini, R.; Ribeiro, H.L. Relevância das atividades do profissional de *media training* na perspectiva da teoria dos *stakeholders*. XVI SEMEAD – Seminários em Administração. 2013, ISSN 2177-3866
- 12 Bauman, Z. Tempos Líquidos. Zahar. 2007. Tradução de: Medeiros, C. ISBN 978-85-7110-993-3 p.9.
- 13 Leite, H. Instagram vai esconder número de curtidas nas fotos de usuários brasileiros. Julho. Correio Braziliense. Disponível em:  
[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/07/17/interna\\_tecnologia,771604/fim-dos-likes-no-instagram.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/07/17/interna_tecnologia,771604/fim-dos-likes-no-instagram.shtml)
- 14 Rosário, M. A nova era do rádio. Abril.19 de junho de 2019, da Revista Veja São Paulo, p. 10-18
- 15 Jornalismo da Globo lança podcastas sobre vários temas. TV Globo. 25 de Agosto de 2019, Fantástico. Disponível em:  
<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2019/08/25/jornalismo-da-globo-lanca-podcasts-sobre-varios-temas.ghtml>
- 16 Viana, F. Como fazer Mídia *Training* para as lideranças empresariais – Técnicas avançadas de relacionamento com a imprensa. Disponível em: <http://www.sinprorp.org.br/cursos/2004/116.htm>
- 17 Moreira-Ferreira, A.E. Recursos de expressividade oral e linguístico-discursivos de operadores de telemarketing: relação com a sensação gerada em prováveis clientes e o desempenho profissional. 2007. Dissertação de Mestrado em Fonaudiologia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo Disponível em:  
<http://download.ctsinformatica.com.br/port/artigos/fvRecursosExpressividadeOral.pdf>

- 18 Serrano-Marquezin, D.M.S. Expressividade da fala de executivos: análise de aspectos perceptivos e acústicos da dinâmica vocal. 2013. Dissertação de Mestrado em Fonaudiologia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/11969>
- 19 Marquezin, F.P.J.A; Miola, E.; Siebra, N. Jornalismo, assessoria de imprensa e seus condicionantes organizacionais: uma reflexão a partir das teorias do jornalismo. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, 2014, E-ISSN 2175-4977. V.13. N.25
- 20 Madureira, S. Expressividade na fala. In Kyrillos, L. (org.) Expressividade – Da teoria à prática. Rio de Janeiro: Revinter, 2005, p. 15-25.
- 21 Pittam, Jeffery. Voice in social interaction: na interdisciplinary approach. Thousand Oaks-CA: Sage Publication, 1994 (Language and language behaviors, v.5).
- 22 Setton, M. G. J. A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. In **Revista Brasileira de Educação**, no. 20, PP. 60-70, maio/junho/julho 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05>
- 23 Menezes, J.E.O. Rádio e cidade – Vínculos sonoros. São Paulo: Annablume, 2007, p. 23, ISBN 978-85 7419-733-3-0,156 p.
- 24 Instituto Federal de Minas Gerais (IFMG). Manual de Comunicação – IFMG, 2016. P. 29. Disponível em: <https://www.ifmg.edu.br/portal/comunicacao/manual-de-comunicacao.pdf>
- 25 Siqueira Júnior. Metodologias de *Media Training* desenvolvidas pelas assessorias de comunicação.2013. Disponível em: <http://repositorio.uscs.edu.br/bitstream/123456789/480/2/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20ANTONIO%20INACIO%20SIQUEIRA%20JUNIOR.pdf>
- 26 Nogueira, M. Media Training. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999, p 22-23, ISBN: 85-293-0046-7



- 27 Goldbeck T. Tolkmitt, F, Scherer, K.R. Experimental studies on vocal affect communication. In: Scherer K.R. Facets of emotion: Recent research. Hillsdale: Psychology Press, 1988.
- 28 Banse, R; Scherer, K.R. Acoustic profiles in vocal emotion expression. J.pers.soc. psychol. 1996; 70(3): 614-36.
- 29 Laver, J. Principles of phonetics. New York: Cambridge University Press; 2004.
- 30 Knapp, M; Hall, J. Non verbal communication in human interaction. Boston: Cengage Learning; 2010.
- 31 Pfeiffer, C.;Grantham, M. A análise do discurso e sua história avanços e perspectivas. Pontes, 2016, ISBN 978-85 7113-766-0 p.283
- 32 Charaudeau, P. Discurso das mídias. São Paulo: Editora Contexto, 2009. ISBN 978-85-7244-323-4

## 9 ANEXOS

### ANEXO 1

#### PROTOCOLO DE PESQUISA PERCEPTIVO-AUDITIVA

Código do Arquivo:

Nome do avaliador:

**PRODUÇÃO DA  
VOZ**

( ) Neutra

( ) Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**

( ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE  
FALA**

( ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**

( ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**

( ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**

( ) Adequado

( ) Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**

( ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE**

( ) Restrito

( ) Médio

( ) Frequente

---

**ÊNFASE**


---

**VARIAÇÃO DA  
ENTONAÇÃO**
☐ Prolongamentos

☐ Loudness

☐ Característica  
Elevação

☐ Característica  
Redução

☐ Pitch

☐ Característica  
Ascendente

☐ Característica  
Descendente

☐ Ascendente-  
Descendente

---

**EMPREGO DE  
PAUSAS**
☐ Restrito

☐ Médio

☐ Frequente

---

**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**
☐ Breve

☐ Média

☐ Prolongada

## ANEXO 2

<b>PROTOCOLO DE PESQUISA – ANÁLISE SEMÂNTICA</b>
--

CÓDIGO DO ARQUIVO:

NOME DO AVALIADOR:

**1 – COERÊNCIA DO DISCURSO**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**4 – SEGURANÇA**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**5 – OBJETIVIDADE**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**6 – CLAREZA**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**7 – CONTROLE EMOCIONAL**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**8 – CREDIBILIDADE**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO**

FORTE \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ FRACO \_\_\_\_\_

**PONTOS FORTES:**

**PONTOS FRACOS:**

**Considerações gerais:**

## ANEXO 3

### TRANSCRIÇÃO ENTREVISTAS

#### PARTICIPANTE 1 - TRECHO 1

**Pergunta** – Esse cenário de expectativa de 8% de crescimento, mais a inflação não está tão alta, deve dar uma mexida, aí no mercado? Os comerciantes devem lucrar um pouquinho mais, nesse Dia das Crianças?

**Resposta (trecho analisado)** – A gente tem um pensamento muito negativo, quando a gente olha pra uma inflação de 1,63%, um número muito pequeno. Mas, pra nós é muito bom. O meu dinheiro não perde valor. Eu consigo comprar mais coisas com o salário que eu recebo. As empresas conseguem financiamento a juros menores. E isso vai alavancando as vendas, aí alavancando (gaguejos) o crescimento e a economia do país.

**Pergunta (complemento)** – Então, isso deve dar uma girada, né?

**Resposta (trecho analisado)** – Sim, sim, tá? Então, nós precisamos entender o que é esse número baixiiinhooo (ênfase) de inflação. Isso é muito bom pra todos nós: consumidores, empresários (pausa, oscilação, uso de artigos) prefeituras. Pra todos nós, é muito bom.

#### PARTICIPANTE 1 - TRECHO 2

**Pergunta** – Eu queria que você falasse um pouquinho mais da questão da pesquisa, né? Não só pro Dia das Crianças mas, pra toda a compra. Vale a pesquisa, a pechincha? O que é indicado as pessoas fazerem para, de repente, economizarem um pouquinho mais?

**Resposta (trecho analisado)** – Hoje, nós temos uma outra forma de pechinchar, que hoje é (pausa, oscilação) correto fazer isso. Antigamente, a gente chegava numa loja e falava ‘eu vou pagar à vista e em dinheiro, você me dá um desconto?’. Era proibido fazer isso. Hoje, não mais. Então, quem tiver dinheiro, cash, na mão, consegue um bom desconto.

### **PARTICIPANTE 1 - TRECHO 3**

**Pergunta** – não captada.

**Resposta (trecho analisado)** – Sim, pesquisar em outras lojas, outras formas de pagamento. Mas, eu acredito que o maior desconto, é o desconto pago em dinheiro.

### **PARTICIPANTE 2 - TRECHO 1**

**Pergunta** – É interessante essa conversa num momento em que a Semana de Empreendedorismo foi colocada em prática há cinco anos, né? E esse período, com um período de crise, atrapalhando os negócios, atrapalhando o país e mostrou essa importância, né, dessa capacitação e de tentar mudar o negócio. A gente tava até conversando fora do ar. Quando a coisa tá boa, é que já é bom procurar por isso. Mas, pelo menos, nesse período de crise, mostra essa necessidade de buscar, né? Novos horizontes, novas formas, né, de se relacionar com o cliente.

**Resposta (trecho analisado)** – Exato...eee (ênfase), a gente (pausa), obviamente atende uma massa grande de empreendedores que são os pequenos empresários, né? Até médio empresários (gaguejou e mudou), Empresários de médio porte. É (pausa longa). Esse é o nosso público. E muitas vezes, a pessoa fala, 'nossa, mas, é (pausa longa), as grandes empresas elas estão fazendo coisas e tão mudando, né, totalmente, a maneira delas agirem, delas venderem, se relacionarem com o consumidor'. Mas, a gente tem que ver que uma grande empresa para implementar uma inovação, ela é como um Titanic para fazer uma curva rápida, é praticamente impossível. Já uma empresa (é , pausa) menor, ela tem essa agilidade, tem essa possibilidade. Mas, é preciso ter gente capacitada.

### **PARTICIPANTE 2 - TRECHO 2**

**Pergunta** – E quais as diferenças, né? Pra conversar com os comerciantes, que participam dessa Semana de Negócios e Empreendedorismo, aqui em Campinas? Eu queria saber como, hoje, ACIC

conversa com o comerciante um pouco mais velho e pra quem tá entrando no mercado, agora? Têm diferenças de tratamento? Até pra ele conseguir entender o que ele precisa fazer? E quem está entrando no mercado agora, já se acha antenado. Tem essa diferença?

**Resposta (trecho analisado)** – Entre a pessoa mais jovem, né? E aquele...éee (longo), a diferença ....o que faz (faz) a diferença para qualquer empreendedor, é a capacidade que ele tem é (pausa) de (pausa) aceitar que ele tem que mudar, que ele (pausa) pode melhorar sempre, né? Então, aquele que(pausa) aprende sempre que,não (pausa) não acha que ele já sabe tudo,né? Então, a gente chama esse ‘do sabe tudo’, aquele cara do modelo Gabriela: ‘de eu nasci assim, eu cresci assim, vou ser sempre assim’. Esse cara vai morrer assim, né? Então. Porque ele não tá aberto à mudança.

### **PARTICIPANTE 2 - TRECHO 3**

**Pergunta** – Começando aqui pela A. F. (sujeito 2), que a gente estava falando fora do ar: quinta edição, já, da Semana de Negócios e Empreendedorismo. Tenta traçar um paralelo de quanto ela cresceu, nesse período de tempo aqui, em Campinas.

**Resposta (trecho analisado)** – Quando nós começamos, é (pausa) fizemos um evento pequeno, de um dia. Na verdade, era o dia (das, de) de Empreendedorismo e de Negócios. E depois, passamos a uma semana porque (f, pausa) nós fazíamos esse evento dentro do prédio da Associação Comercial. Então, como nós temos lá, sete andares, então, a gente fazia acontecer no térreo, no segundo andar, no quarto andar, no sexto andar. Então, vários eventos acontecendo. Alguns, de manhã, de tarde e de noite. Era tudo segmentado para poder a gente atender a tanta gente. Depois, a gente não tá cabendo mais lá dentro. Então, fomos pro Vitória Hotel, onde estamos fazendo um evento lá pra 450 pessoas, por dia. E tamos com todos os dias lotados, né?

## ANEXO 4

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Projeto de Pesquisa: Aspectos vocais de porta-vozes *media* treinados**

**Pesquisadora: Fabiola Ietto**

**Orientadora: Profa. Dra. Ana Carolina Constantini**

**Número do CAAE: 69686617.2.0000.5404**

Você está sendo convidado a participar como voluntário de uma pesquisa. Este documento, chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, visa assegurar seus direitos como participante e é elaborado em duas vias, uma que deverá ficar com você e outra com o pesquisador.

Por favor, leia com atenção e calma, aproveitando para esclarecer suas dúvidas. Se houver perguntas antes ou mesmo depois de assiná-lo, você poderá esclarecê-las com o pesquisador. Se preferir, pode levar este Termo para casa e consultar seus familiares ou outras pessoas antes de decidir participar. Não haverá nenhum tipo de penalização ou prejuízo se você não aceitar participar ou retirar sua autorização em qualquer momento.

#### **Justificativa e objetivos:**

O objetivo desta pesquisa é avaliar de que forma os porta-vozes utilizam sua voz, quando dão uma entrevista para um jornalista, com a finalidade de gerar uma notícia, em qualquer veículo de comunicação. Seja ele, jornal, revista, TV, rádio, internet, blog.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de conhecer o que está por trás do sucesso de uma entrevista? Qual a importância da voz nesse resultado? O que mais prende a atenção de um jornalista? O que é mais agradável aos ouvidos? Qual a importância do uso da voz para gerar um bom entendimento e um bom conteúdo?

#### **Procedimentos:**

Participando do estudo você está sendo convidado a:

- Receber um treinamento especialmente criado para ajudar porta-vozes a conversarem com a imprensa, em entrevistas. Esse treinamento será realizado, em Campinas, em local de fácil acesso e durante um dia apenas (jornada de oito horas), e será totalmente gratuito;
- Após a realização dessa capacitação, a pesquisadora irá acompanhá-lo, quando você for entrevistado por um jornalista, para uma matéria em um veículo de comunicação. Essa entrevista será gravada. Mas, apenas o áudio, ou seja, não será fotografado o filmado, esse momento. O tempo para a gravação dessa entrevista será o mesmo tempo de duração da entrevista, o que indica que não haverá investimento de tempo extra para a realização dessa gravação, considerando ainda que a entrevista é a principal atribuição de um porta-voz;
- Essa gravação será enviada para profissionais da área da comunicação (jornalistas) e para profissionais da área de voz (fonoaudiologistas), que irão verificar esse material para produzir análises e discussões sobre o tema do projeto.
- As amostras de fala serão armazenadas em computador e serão destruídas após a finalização do projeto.
- A disponibilidade um dia de trabalho para o treinamento irá se reverter para aprimoramento de sua capacitação como porta-voz, que já integra o seu ofício, e a data dessa realização seguirá um critério de flexibilidade e adaptação, a ser definido em conjunto com a treinadora e os demais porta-vozes.
- Para a coleta da amostra, não haverá qualquer tipo de demanda específica, pois a coleta irá acontecer dentro de sua rotina, ou seja, é você que irá definir o momento



dessa coleta, que será a gravação da sua voz, realizada quando você estiver concedendo uma entrevista à imprensa.

**Desconfortos e riscos:**

Não há risco previsto decorrente de sua participação nessa pesquisa. Os procedimentos de coleta de dados serão monitorados pela pesquisadora e não será utilizado nenhum método invasivo.

A disponibilidade um dia de trabalho para o treinamento irá se reverter para aprimoramento de sua capacitação como porta-voz, que já integra o seu ofício, e a data dessa realização seguirá um critério de flexibilidade e adaptação, a ser definido em conjunto com a treinadora e os demais porta-vozes.

**Benefícios:**

Os benefícios incluem que você irá receber um treinamento de mídia, também conhecido como *media training*, que será oferecido gratuitamente pela especialista Áurea Regina de Sá, na cidade de Campinas (município de sua residência e local onde trabalha). Você terá também um conteúdo e um material de apoio que poderá ser utilizado em qualquer oportunidade de entrevista para a imprensa. Além disso, caso tenha interesse, você terá cesso ao serviço do Ambulatório de Voz da Clínica de Fonoaudiologia Unicamp, que atua no preparo vocal de profissionais que trabalham com o uso da voz.

**Acompanhamento e assistência:**

Caso seja identificada alguma questão vocal, no treinamento, na coleta (gravação do áudio), ou mesmo que seja reportado algum desconforto na voz, durante, após a pesquisa, ou em caso de interrupção, você será encaminhado para ao serviço do Ambulatório de Voz da Clínica de Fonoaudiologia Unicamp.

**Sigilo e privacidade:**

Os pesquisadores responsáveis garantem o sigilo da identidade de todos os participantes, garantindo que os dados serão utilizados exclusivamente para fins didáticos e/ou científicos.

Você tem a garantia de que sua identidade será mantida em sigilo e nenhuma informação será dada a outras pessoas que não façam parte da equipe de pesquisadores. Na divulgação dos resultados desse estudo, seu nome não será citado. As amostras de fala serão armazenadas em computador e serão destruídas após a finalização do projeto.

**Ressarcimento e indenização:**

No caso do treinamento, será escolhido local de fácil acesso para todos os envolvidos. Neste dia, será oferecida estrutura adequada para comportar um trabalho com a duração de um dia (8 horas). A estrutura inclui sanitários, mobiliário (cadeiras, mesas adequadas), água e dois *coffee breaks* (um, no período da manhã e outro, no período da tarde). Além disso, você poderá sinalizar a necessidade de ressarcimento, referente ao transporte (de ida e volta, do seu trabalho para chegar ao local do treinamento e do local do treinamento até o seu local de trabalho). Além do *coffee break*, será oferecido um almoço nas proximidades do treinamento ou no próprio local. Assim, declaramos que a despesa de transporte será ressarcida, caso seja solicitada. E a despesa com alimentação (período do almoço) será arcada pela pesquisadora.

No caso do acompanhamento da entrevista, o local e a estrutura serão definidos pelo entrevistador (jornalista) e pelo entrevistado (porta-voz), de acordo com o perfil do veículo de comunicação e da circunstância da entrevista. O pesquisador irá se adequar à cada situação para a gravação dessa conversa. É de responsabilidade do pesquisador os materiais e

equipamentos necessários para essa gravação. Caso venha a sofrer qualquer tipo de dano, resultante de sua participação nesta pesquisa, previsto ou não neste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, terá direito à indenização, por parte do pesquisador e das instituições envolvidas nas diferentes fases desta pesquisa.

#### **Contato:**

Os participantes poderão a qualquer momento da pesquisa solicitar esclarecimentos sobre a mesma e tirar dúvidas referentes aos procedimentos do estudo, entrando em contato com as pesquisadoras responsáveis. Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com os pesquisadores: **Fabiola Ietto** - (11) 9.7299-6142/E-mail: [fabiolaietto@gmail.com](mailto:fabiolaietto@gmail.com), sem restrições de horários para contato. **Profa. Dra. Ana Carolina Constantini** - (19) 35217018/E-mail: [aconstantini@fcm.unicamp.br](mailto:aconstantini@fcm.unicamp.br), horários para contato: 2ª a 6ª feira das 08:00hs às 17:30hs. Endereço: Rua Tessália Vieira de Camargo, 126 – Cidade Universitária “Zeferino Vaz” - Campinas/SP - CEP: 13084-971 – CEPRE.

Em caso de denúncias ou reclamações sobre sua participação e sobre questões éticas do estudo, você poderá entrar em contato com a secretaria do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UNICAMP das 08:30hs às 11:30hs e das 13:00hs às 17:00hs na Rua: Tessália Vieira de Camargo, 126; CEP 13083-887 Campinas – SP; telefone (19) 3521-8936 ou (19) 3521-7187; E-mail: [cep@fcm.unicamp.br](mailto:cep@fcm.unicamp.br).

#### **O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP).**

O papel do CEP é avaliar e acompanhar os aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos. A Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) tem por objetivo desenvolver a regulamentação sobre proteção dos seres humanos envolvidos nas pesquisas. Desempenha um papel coordenador da rede de Comitês de Ética em Pesquisa (CEPs) das instituições, além de assumir a função de órgão consultor na área de ética em pesquisas.

#### **Consentimento livre e esclarecido:**

Após ter recebido esclarecimentos sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios previstos, potenciais riscos e o incômodo que esta possa acarretar, aceito participar:

Nome do(a) participante: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.  
(Assinatura do participante ou nome e assinatura do seu RESPONSÁVEL LEGAL)

#### **Responsabilidade do Pesquisador:**

Asseguro ter cumprido as exigências da resolução 466/2012 CNS/MS e complementares na elaboração do protocolo e na obtenção deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Asseguro, também, ter explicado e fornecido uma via deste documento ao participante. Informo que o estudo foi aprovado pelo CEP. Comprometo-me a utilizar o material e os dados obtidos nesta pesquisa exclusivamente para as finalidades previstas neste documento ou conforme o consentimento dado pelo participante.

\_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.  
(Assinatura do pesquisador)

## ANEXO 5

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Projeto de Pesquisa: Aspectos vocais de porta-vozes *media* treinados**

**Pesquisadora: Fabiola Ietto**

**Orientadora: Profa. Dra. Ana Carolina Constantini**

**Número do CAAE: 69686617.2.0000.5404**

Você está sendo convidado a participar como voluntário de uma pesquisa. Este documento, chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, visa assegurar seus direitos como participante e é elaborado em duas vias, uma que deverá ficar com você e outra com o pesquisador.

Por favor, leia com atenção e calma, aproveitando para esclarecer suas dúvidas. Se houver perguntas antes ou mesmo depois de assiná-lo, você poderá esclarecê-las com o pesquisador. Se preferir, pode levar este Termo para casa e consultar seus familiares ou outras pessoas antes de decidir participar. Não haverá nenhum tipo de penalização ou prejuízo se você não aceitar participar ou retirar sua autorização em qualquer momento.

#### **Justificativa e objetivos:**

O objetivo desta pesquisa é avaliar de que forma os porta-vozes utilizam sua voz, quando dão uma entrevista para um jornalista, com a finalidade de gerar uma notícia, em qualquer veículo de comunicação. Seja ele, jornal, revista, TV, rádio, internet, blog.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de conhecer o que está por trás do sucesso de uma entrevista? Qual a importância da voz nesse resultado? O que mais prende a atenção de um jornalista? O que é mais agradável aos ouvidos? Qual a importância do uso da voz para gerar um bom entendimento e um bom conteúdo?

#### **Procedimentos:**

Participando do estudo você está sendo convidado a:

- A realizar uma análise semântica de seis trechos de entrevistas, em áudio, enviadas, por e-mail. Essa análise será realizada a partir da resposta a um questionário semiestruturado, elaborado pela própria pesquisadora com base em programas de *media training*. O questionário irá conter os seguintes tópicos a serem avaliados: Coerência do discurso, Construção das mensagens, Controle da situação, Segurança, Objetividade, Clareza, Controle emocional, Credibilidade, Domínio do assunto, Pontos fortes e fracos.
- A análise será enviada para a pesquisadora, por e-mail, e os resultados finais serão devolvidos para o seu e-mail, conforme indicação. Seu nome será mantido em sigilo.

#### **Desconfortos e riscos:**

Os procedimentos de coleta de dados serão monitorados pela pesquisadora e não será utilizado nenhum método invasivo. Os pesquisadores responsáveis garantem o sigilo da identidade de todos os participantes, garantindo que os dados serão utilizados exclusivamente para fins didáticos e/ou científicos.

Não há risco previsto em decorrência de sua participação nessa pesquisa. O único desconforto previsto que poderá vir a ser ocasionado é pela dedicação de doze horas, tempo máximo para as análises das seis amostras. O prazo para o retorno de sua avaliação, contando a partir da data de envio, será extenso - para no mínimo 4 semanas e no máximo 8 - , para que não gere um impacto significativo na sua rotina.

**Benefícios:**

Não há benefícios diretos por sua participação. Os benefícios indiretos incluem a sua contribuição em pesquisas voltadas ao melhor entendimento dos instrumentos de comunicação eficazes entre porta-vozes e jornalistas, no ofício de ampliar eficiência na troca de informações entre esses dois públicos. Os resultados obtidos com essa pesquisa ainda poderão ser publicados em jornais e revistas profissionais e/ou apresentados em congressos científicos.

**Sigilo e privacidade:**

Você tem a garantia de que sua identidade será mantida em sigilo e nenhuma informação será dada a outras pessoas que não façam parte da equipe de pesquisadores. Na divulgação dos resultados desse estudo, seu nome não será citado.

Além de proteger sua identidade, os pesquisadores responsáveis asseguram o sigilo para todos os participantes envolvidos, confirmando que tais dados serão utilizados exclusivamente para fins didáticos e/ou científicos.

**Ressarcimento e Indenização:**

A natureza deste estudo não prevê reembolsos por sua participação na Pesquisa. No caso dessa pesquisa, você não precisará arcar com qualquer tipo de investimento financeiro, seja por deslocamento, por instrumentalização para a avaliação, ou por outro tipo de demanda gerada, exclusivamente por esta pesquisa.

Caso venha a sofrer qualquer tipo de dano, resultante de sua participação nesta pesquisa, previsto ou não neste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, terá direito à indenização, por parte do pesquisador e das instituições envolvidas nas diferentes fases desta pesquisa.

**Contato:**

Os participantes poderão a qualquer momento da pesquisa solicitar esclarecimentos sobre a mesma e tirar dúvidas referentes aos procedimentos do estudo, entrando em contato com as pesquisadoras responsáveis. Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com os pesquisadores: **Fabiola Ietto** - (11) 9.7299-6142/E-mail: [fabiolaietto@gmail.com](mailto:fabiolaietto@gmail.com), sem restrições de horários para contato. **Profa. Dra. Ana Carolina Constantini** - (19) 35217018/E-mail: [aconstantini@fcm.unicamp.br](mailto:aconstantini@fcm.unicamp.br), horários para contato: 2ª a 6ª feira das 08:00 às 17:30. Endereço: Rua Tessália Vieira de Camargo, 126 – Cidade Universitária “Zeferino Vaz”- Campinas/SP - CEP: 13084-971 – CEPRE.

Em caso de denúncias ou reclamações sobre sua participação e sobre questões éticas do estudo, você poderá entrar em contato com a secretaria do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UNICAMP das 08:30 às 11:30 e das 13:00 às 17:00, na Rua: Tessália Vieira de Camargo, 126; CEP 13083-887 Campinas – SP; telefone (19) 3521-8936 ou (19) 3521-7187; E-mail: [cep@fcm.unicamp.br](mailto:cep@fcm.unicamp.br).

**O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP).**

O papel do CEP é avaliar e acompanhar os aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos. A Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) tem por objetivo desenvolver a regulamentação sobre proteção dos seres humanos envolvidos nas pesquisas. Desempenha um papel coordenador da rede de Comitês de Ética em Pesquisa (CEPs) das instituições, além de assumir a função de órgão consultor na área de ética em pesquisas.

**Consentimento livre e esclarecido:**

Após ter recebido esclarecimentos sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios previstos, potenciais riscos e o incômodo que esta possa acarretar, aceito participar:

Nome do(a) participante: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

(Assinatura do participante ou nome e assinatura do seu RESPONSÁVEL LEGAL)

**Responsabilidade do Pesquisador:**

Asseguro ter cumprido as exigências da resolução 466/2012 CNS/MS e complementares na elaboração do protocolo e na obtenção deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Asseguro, também, ter explicado e fornecido uma via deste documento ao participante. Informo que o estudo foi aprovado pelo CEP. Comprometo-me a utilizar o material e os dados obtidos nesta pesquisa exclusivamente para as finalidades previstas neste documento ou conforme o consentimento dado pelo participante.

\_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

(Assinatura do pesquisador)

## ANEXO 6

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Projeto de Pesquisa: Aspectos vocais de porta-vozes *media* treinados**

**Pesquisadora: Fabiola Ietto**

**Orientadora: Profa. Dra. Ana Carolina Constantini**

**Número do CAAE: 69686617.2.0000.5404**

Você está sendo convidado a participar como voluntário de uma pesquisa. Este documento, chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, visa assegurar seus direitos como participante e é elaborado em duas vias, uma que deverá ficar com você e outra com o pesquisador.

Por favor, leia com atenção e calma, aproveitando para esclarecer suas dúvidas. Se houver perguntas antes ou mesmo depois de assiná-lo, você poderá esclarecê-las com o pesquisador. Se preferir, pode levar este Termo para casa e consultar seus familiares ou outras pessoas antes de decidir participar. Não haverá nenhum tipo de penalização ou prejuízo se você não aceitar participar ou retirar sua autorização em qualquer momento.

#### **Justificativa e objetivos:**

O objetivo desta pesquisa é avaliar de que forma os porta-vozes utilizam sua voz, quando dão uma entrevista para um jornalista, com a finalidade de gerar uma notícia, em qualquer veículo de comunicação. Seja ele, jornal, revista, TV, rádio, internet, blog.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de conhecer o que está por trás do sucesso de uma entrevista? Qual a importância da voz nesse resultado? O que mais prende a atenção de um jornalista? O que é mais agradável aos ouvidos? Qual a importância do uso da voz para gerar um bom entendimento e um bom conteúdo?

#### **Procedimentos:**

Participando do estudo você está sendo convidado a:

- Realizar análises perceptivoauditivas de qualidade e de dinâmica vocal de seis entrevistas, em áudio, enviadas por e-mail.
- Para a qualidade vocal, será enviado um questionário semiestruturado para que possa respondê-lo. No caso da avaliação da dinâmica vocal, será utilizado o programa Vocal Analysis Scheme, que também será encaminhado, via e-mail, caso não o possua.
- A análise será enviada para a pesquisadora, por e-mail, e os resultados finais serão devolvidos para o seu e-mail, conforme indicação. Seu nome será mantido em sigilo.

#### **Desconfortos e riscos:**

Os procedimentos de coleta de dados serão monitorados pela pesquisadora e não será utilizado nenhum método invasivo. Os pesquisadores responsáveis garantem o sigilo da identidade de todos os participantes, garantindo que os dados serão utilizados exclusivamente para fins didáticos e/ou científicos.

Não há risco previsto em decorrência de sua participação nessa pesquisa. O único desconforto previsto que poderá vir a ser ocasionado é pela dedicação de doze horas, tempo máximo para as análises das seis amostras. O prazo para o retorno de sua avaliação, contando a partir da data de envio, será extenso - para no mínimo 4 semanas e no máximo 8 - , para que não gere um impacto significativo na sua rotina.

#### **Benefícios:**

Não há benefícios diretos por sua participação. Os benefícios indiretos incluem a sua contribuição em pesquisas voltadas ao melhor entendimento do uso da voz no contexto da comunicação dirigida à imprensa, por parte de porta-vozes. Os resultados obtidos com essa pesquisa ainda poderão ser publicados em jornais e revistas profissionais e/ou apresentados em congressos científicos.

#### **Sigilo e privacidade:**

Você tem a garantia de que sua identidade será mantida em sigilo e nenhuma informação será dada a outras pessoas que não façam parte da equipe de pesquisadores. Na divulgação dos resultados desse estudo, seu nome não será citado.

Além de proteger sua identidade, os pesquisadores responsáveis asseguram o sigilo para todos os participantes envolvidos, confirmando que tais dados serão utilizados exclusivamente para fins didáticos e/ou científicos.

#### **Ressarcimento e Indenização:**

A natureza deste estudo não prevê reembolsos por sua participação na Pesquisa. No caso dessa pesquisa, você não precisará arcar com qualquer tipo de investimento financeiro, seja por deslocamento, por instrumentalização para a avaliação, ou por outro tipo de demanda gerada, exclusivamente por esta pesquisa.

Caso venha a sofrer qualquer tipo de dano, resultante de sua participação nesta pesquisa, previsto ou não neste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, terá direito à indenização, por parte do pesquisador e das instituições envolvidas nas diferentes fases desta pesquisa.

#### **Contato:**

Os participantes poderão a qualquer momento da pesquisa solicitar esclarecimentos sobre a mesma e tirar dúvidas referentes aos procedimentos do estudo, entrando em contato com as pesquisadoras responsáveis. Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com os pesquisadores: **Fabiola Ietto** - (11) 9.7299-6142/E-mail: [fabiolaietto@gmail.com](mailto:fabiolaietto@gmail.com), sem restrições de horários para contato. **Profa. Dra. Ana Carolina Constantini** - (19) 35217018/E-mail: [aconstantini@fcm.unicamp.br](mailto:aconstantini@fcm.unicamp.br), horários para contato: 2ª a 6ª feira das 08:00hs às 17:30hs. Endereço: Rua Tessália Vieira de Camargo, 126 – Cidade Universitária “Zeferino Vaz”- Campinas/SP - CEP: 13084-971 – CEPRE.

Em caso de denúncias ou reclamações sobre sua participação e sobre questões éticas do estudo, você poderá entrar em contato com a secretaria do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UNICAMP das 08:30hs às 11:30hs e das 13:00hs às 17:00hs na Rua: Tessália Vieira de Camargo, 126; CEP 13083-887 Campinas – SP; telefone (19) 3521-8936 ou (19) 3521-7187; E-mail: [cep@fcm.unicamp.br](mailto:cep@fcm.unicamp.br).

#### **O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP).**

O papel do CEP é avaliar e acompanhar os aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos. A Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) tem por objetivo desenvolver a regulamentação sobre proteção dos seres humanos envolvidos nas pesquisas. Desempenha um papel coordenador da rede de Comitês de Ética em Pesquisa (CEPs) das instituições, além de assumir a função de órgão consultor na área de ética em pesquisas

#### **Consentimento livre e esclarecido:**

Após ter recebido esclarecimentos sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios previstos, potenciais riscos e o incômodo que esta possa acarretar, aceito participar:

Nome do(a) participante: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_. Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.  
(Assinatura do participante ou nome e assinatura do seu RESPONSÁVEL LEGAL)

**Responsabilidade do Pesquisador:**

Asseguro ter cumprido as exigências da resolução 466/2012 CNS/MS e complementares na elaboração do protocolo e na obtenção deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Asseguro, também, ter explicado e fornecido uma via deste documento ao participante. Informo que o estudo foi aprovado pelo CEP. Comprometo-me a utilizar o material e os dados obtidos nesta pesquisa exclusivamente para as finalidades previstas neste documento ou conforme o consentimento dado pelo participante.

\_\_\_\_\_. Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.  
(Assinatura do pesquisador)



## **ANEXO 7 - PROTOCOLOS DE PESQUISA RESPONDIDOS**

### **ASPECTOS SEMÂNTICOS**

**Juízes jornalistas (J1, J2 e J3)** realizaram análises semânticas referentes à **participante 1 (P1)** e à **participante 2 (P2)**.

Para **P1**, as avaliações seguem marcações para nomeação aleatória dos 3 trechos de coleta: **A001\_J (trecho 1)**, **A002\_J (trecho 2)** e **A003 (trecho 3)**.

Para **P2**, as marcações seguem: **B001\_J (trecho 1)**; **B002\_J (trecho 2)** e **B003\_J (trecho 3)**.

### **ASPECTOS PERCEPTIVOAUDITIVOS**

**Juízes fonoaudiólogos (F1, F2 e F3)** realizaram análises perceptivoauditivas referentes à **P1** e **P2**.

Em **P1** as amostras contam com a seguinte marcação: **A001 (trecho1)**; **A003 (trecho 2)** e **A005 (trecho 3)**.

Para **P2**, as amostras estão etiquetadas com: **A002 (trecho 1)**; **A004 (trecho 2)** ;**A006 (trecho 3)**.

## J1 – P1

A001_J J1	A002_J J1	A003_J J1
<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Agilidade no discurso, entonação, fala de forma natural, com calma</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Problema de dicção e fluidez na fala</p> <p><b>Considerações gerais:</b> A entrevistada apresenta um bom discurso, não tem ansiedade na fala, mostra que domina o assunto. Entretanto, o problema de dicção em algumas palavras a fez perder um pouco da segurança e ela começou a perder a fluidez da fala.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Agilidade de raciocínio, objetividade, sabe o que está falando.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Problemas de dicção.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Foi um speech rápido. Ela é objetiva e tem problema de dicção, gaguejou durante a fala, mas se manteve tranquila.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> A objetividade na fala.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Leve impaciência.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Speech muito curto, ela foi direta e sucinta, não enche linguíça.</p>

## J1 – P2

<b>B001_J J1</b>	<b>B002_J J1</b>	<b>B003_J J1</b>
<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Ser coerente, mostrar tranquilidade.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Prolixa, falta objetividade, não altera o ritmo da fala.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> A entrevistada não respondeu ao que foi perguntado. Ela fala, mas diz pouco, não trouxe nada de novo, o que demonstra falta de domínio do assunto.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>  X  </u></p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Ser tranquila.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> objetividade, clareza, segurança.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Ela demonstra não dominar o assunto, não responde o que foi perguntado, discurso fraco</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE <u>  X  </u> REGULAR <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE <u>          </u> REGULAR <u>  X  </u> <u>          </u> FRACO <u>          </u></p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Tranquilidade, demonstrou animação.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Objetividade, domínio do assunto.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> A entrevistada parece não ter se preparada para a entrevista. Mesmo uma questão sobre a feira, ao longo do tempo, ela respondeu parcialmente. Objetividade não é o forte dela</p>

## J2 – P1

A001_J J2	A002_J J2	A003_J J2
<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____x_____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____x_____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____x_____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> <i>Uso de dados e de exemplos.</i></p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> <i>Confusão na apresentação, falta de ordenação no discurso.</i></p> <p><b>Considerações gerais:</b> Bom ao começar com o lead, as principais informações, mas não passa credibilidade no final porque gagueja e confunde os argumentos</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> <i>Força da fala e objetividade.</i></p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> <i>Confusão inicial, poderia apresentar mais argumentos</i></p> <p><b>Considerações gerais:</b> Apesar do começo um pouco confuso, se recupera na força da fala.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b></p> <p>FORTE _____x_____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b></p> <p>FORTE _____ REGULAR _____x_____ FRACO _____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> <i>Clareza ao falar, objetividade, fala direta.</i></p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> <i>Poderia apresentar mais argumentos e exemplificar.</i></p> <p><b>Considerações gerais:</b> A resposta é direta, mas pode se tornar repetitiva, já que não desmembra o assunto, não provoca reflexão nem propõe comparações.</p>

## J2 – P2

B001_J J2	B002_J J2	B003_J J2
<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ ____ FRACO ____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Boa ilustração do pensamento e esclarecimento do contexto</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Não há muita energia na fala, o tom monocórdico é um pouco entendiente</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Demonstra domínio sobre o assunto, mas o ritmo de fala não capta a atenção totalmente.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Clara ao descrever a situação</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Se perde na citação da música</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Clareza na descrição, passa a mensagem com objetividade, mas poderia reduzir o exemplo nesse caso, ou usar um exemplo mais próximo do contexto inserido.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> usa número para comparar e faz um resumo histórico positivo</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Exemplifica demais no início, detalhismo nem sempre é bom</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Boa resposta, Mas o excesso de informações no começo pode fazer o ouvinte se perder.</p>

## J3 – P1

A001_J J3:	A002_J J3:	A003_J J3:
<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> A impoção e entonação das palavras passam confiança. A síntese dos impactos da inflação sobre setor e consumidor dá credibilidade à resposta.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Gaguejou um pouco e demorou para retomar o discurso.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Soube passar um posicionamento contundente e didático, sem perder a objetividade.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE ____ REGULAR ____ FRACO ____x____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE ____ REGULAR ____ FRACO ____x____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> A impoção vocal passa credibilidade.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> A mesma resposta foi dada duas vezes na mesma frase, tornando o discurso prolixo. A repórter também perguntou sobre pesquisa, tema sobre o qual não se manifestou. Falta também conteúdo. Há anos e anos o pagamento em dinheiro é uma forma de obter descontos e pechinchar não é uma questão moral. <b>Considerações gerais:</b> A impoção é boa e a dicção também, mas faltou objetividade, informação mais sólida para passar ao repórter, e embasamento sobre o que discorre. O discurso é frágil.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE ____x____ REGULAR ____ FRACO ____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE ____ REGULAR ____x____ FRACO ____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Resposta muito clara e objetiva. Se esta resposta for também à pergunta do áudio anterior, parece mais formidável, porque esclarece tanto a questão sobre a 'pesquisa' quanto sobre o pagamento em dinheiro e firma um posicionamento deixando claro que comprar em dinheiro é a melhor forma, dentre outras que existem, se conseguir descontos.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Há uma opinião, mas falta embasamento. O repórter com certeza quer saber o motivo de a pesquisa, quando bem feita, não superar, eventualmente, até mesmo o pagamento em dinheiro. Será que esse discurso se sustenta tão facilmente?</p> <p><b>Considerações gerais:</b> A porta-voz foi clara e soube sintetizar seu posicionamento, mas também é preciso apresentar o que embasa seu discurso. Ressalto que levo em consideração apenas o trecho que ouvi, sem saber se, posteriormente, este tema foi esmiuçado.</p>

## J3 – P2

B001_J J3	B002_J J3	B003_J J3
<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> A resposta é clara e sua didática é reforçada pela metáfora do navio. A impositação vocal é boa.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Parece generalista. Afinal, o entrevistador perguntou especificamente sobre novas formas de lidar com o cliente, mas a entrevistada fala apenas em velocidade de uma forma geral na busca das empresas por inovações. Ela inicia a resposta sem foco na pergunta, apenas mencionando com qual modalidade de empresas lida.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> A porta-voz precisa iniciar pela resposta à pergunta do entrevistador.</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Demonstra um posicionamento claro sobre o que não é recomendável a um empreendedor.</p> <p><b>PONTOS FRACOS:</b> Não compara os jovens e experientes profissionais, ou seja, não responde a pergunta.</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Precisa de mais foco na pergunta do entrevistador. Evidentemente, há pessoas novas e mais velhas no mercado que não se atualizam. Mas qual é a diferença entre um profissional antigo e um novo?</p>	<p><b>1 – COERÊNCIA DO DISCURSO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>2 – CONSTRUÇÃO DAS MENSAGENS</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>3 – CONTROLE DA SITUAÇÃO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>4 – SEGURANÇA</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>5 – OBJETIVIDADE</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>6 – CLAREZA</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>7 – CONTROLE EMOCIONAL</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>8 – CREDIBILIDADE</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>9 – DOMÍNIO DO ASSUNTO</b> FORTE _____ REGULAR _____ FRACO _____</p> <p><b>PONTOS FORTES:</b> Demonstrou que conhece a história do evento, o que dá certa credibilidade, já prejudicada pela falta de dados para comparar o público das edições da feira. <b>PONTOS FRACOS:</b> Apesar de demonstrar o domínio sobre a história do evento, a resposta não foi o suficiente para dimensionar o aumento do público. Ora, se um evento antes ocupava vários andares de um prédio e hoje está em outro imóvel, e se eu só sei o número atual de pessoas que o visitam, como posso estabelecer uma comparação clara sobre a diferença da dimensão do evento?</p> <p><b>Considerações gerais:</b> Precisava ter mais informações em mãos a respeito do público do evento.</p>

**F1– A001\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☐ Médio☒ Frequente☒ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÇÃO**☐ Loudness☐ Característica Elevação☐ Característica Redução☒ Pitch☐ Característica Ascendente☐ Característica  
Descendente☒ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☐ Breve☒ Média☐ Prolongada



**\*trecho 1 – Participante 1****F1 - A003\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente☒ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÃO**☐ Loudness☐ Característica Elevação☐ Característica Redução☒ Pitch☐ Característica Ascendente☒ Característica  
Descendente☐ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☒ Breve☐ Média☐ Prolongada

**\*trecho 2 – Participante 1****F1 – A005\*****PRODUÇÃO DA VOZ** ( X ) Neutra

( ) Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA** ( ) Adequada

( X ) Não Adequada

Tipo de alteração: hipernasal

**PROJEÇÃO VOCAL** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH** ( X ) Adequado

( ) Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE** ( ) Restrito

( X ) Médio

( ) Freqüente

( X ) Prolongamentos

**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÇÃO**

( ) Loudness

( ) Característica Elevação

( ) Característica Redução

( X ) Pitch

( ) Característica Ascendente

(X ) Característica  
Descendente

( ) Ascendente-Descendente

**EMPREGO DE  
PAUSAS**

( ) Restrito

( X ) Médio

( ) Freqüente

**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**

( ) Breve

( X ) Média

( ) Prolongada

**\*trecho 3 – Participante 1****F1 – A002\*****PRODUÇÃO DA VOZ**      ( ☒ ) Neutra( ☐ ) Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**( ☒ ) Adequada( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**( ☒ ) Adequada( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**( ☒ ) Adequada( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**( ☒ ) Adequada( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**( ☒ ) Adequado( ☐ ) Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**( ☒ ) Adequada( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**( ☒ ) Restrito( ☐ ) Médio( ☐ ) Freqüente( ☒ ) Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOÇÃO**( ☐ ) Loudness( ☐ ) Característica Elevação( ☐ ) Característica Redução( ☒ ) Pitch( ☐ ) Característica Ascendente( ☒ ) Característica  
Descendente( ☐ ) Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**( ☐ ) Restrito( ☒ ) Médio( ☐ ) Freqüente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**( ☐ ) Breve( ☒ ) Média( ☐ ) Prolongada

**\*trecho 1 – Participante 2****F1 – A004\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☐ Adequada☒ Não Adequada

Tipo de alteração: Laringea

**PROJEÇÃO VOCAL**☐ Adequada☒ Não Adequada

Tipo de alteração: Diminuída

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente☒ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÇÃO**☒ Loudness☒ Característica Elevação☐ Característica Redução☒ Pitch☐ Característica Ascendente☒ Característica  
Descendente☐ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☒ Breve☐ Média☐ Prolongada

**\*trecho 2 – Participante 2****F1 – A006\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**☐ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☒ Restrito☐ Médio☐ Frequente☐ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÃO**☐ Loudness☐ Característica Elevação☐ Característica Redução☒ Pitch☐ Característica Ascendente☐ Característica  
Descendente☒ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☒ Restrito☐ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☒ Breve☐ Média☐ Prolongada

**\*trecho 3 – Participante 2****F2 – A001\*****PRODUÇÃO DA VOZ** ( X ) Neutra

( ) Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**

( ) Adequada

( X ) Não Adequada

Tipo de alteração:

IMPRECISA

**VELOCIDADE DE FALA**

( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**

( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**

( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**

( X ) Adequado

( ) Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**

( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**

( ) Restrito

( X ) Médio

( ) Freqüente

( ) Prolongamentos

USA EM ALGUNS MOMENTOS

**VARIAÇÃO DA  
ENTOÇÃO**

( ) Loudness

( X ) Característica Elevação

( ) Característica Redução

( ) Pitch

( ) Característica Ascendente

( ) Característica  
Descendente

( X ) Ascendente-Descendente

**EMPREGO DE  
PAUSAS**

( ) Restrito

( X ) Médio

( ) Freqüente

**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**

( ) Breve

( X ) Média

( ) Prolongada

**\*trecho 1 – Participante 1****F2 – A003\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☐ Adequada☒ Não Adequada

Tipo de alteração:

IMPRECISA, AS VEZES NÃO  
FALA ULTIMO SOM DAS  
PALAVRAS SE CONSONATE E  
ALGUNS MOMENTOS PARECE  
QUE SOM “SE ATROPELAM”

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☐ Médio☒ Frequente☐ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOÇÃO**☐ Loudness☒ Característica Elevação☐ Característica Redução☐ Pitch☐ Característica Ascendente☐ Característica  
Descendente☒ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☐ Restrito☐ Médio☒ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☐ Breve☒ Média☐ Prolongada

**\*trecho 2 – Participante 1****F2 – A005\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente☐ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÇÃO**☐ Loudness☒ Característica Elevação☐ Característica Redução☐ Pitch☐ Característica Ascendente☒ Característica  
Descendente☐ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☒ Restrito☐ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☐ Breve☒ Média☐ Prolongada



**\*trecho 3 – Participante 1****F2 – A002\*****PRODUÇÃO DA VOZ** ( X ) Neutra

( ) Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA** ( ) Adequada

( X ) Não Adequada

Tipo de alteração:

POSTERIOR

**PROJEÇÃO VOCAL** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH** ( X ) Adequado

( ) Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS** ( X ) Adequada

( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE** ( ) Restrito ( ) Médio ( X ) Frequente

( ) Prolongamentos

**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÃO**

( ) Loudness

( X ) Característica Elevação

( ) Característica Redução

( ) Pitch

( ) Característica Ascendente

( ) Característica  
Descendente

( X ) Ascendente-Descendente

**EMPREGO DE  
PAUSAS**

( ) Restrito

( ) Médio

( X ) Frequente

**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**

( ) Breve

( X ) Média

( ) Prolongada

**\*trecho 1 – Participante 2****F2 – A004\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ Neutra☐ Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**☐ Adequada☒ Não Adequada

Tipo de alteração:

IMPRECISA EM ALGUNS  
MOMENTOS**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☐ Adequada☒ Não Adequada

Tipo de alteração:

POSTERIOR

**PROJEÇÃO VOCAL**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☐ Médio☒ Frequente☐ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA  
ENTOACÃO**☐ Loudness☒ Característica Elevação☐ Característica Redução☐ Pitch☒ Característica Ascendente☐ Característica  
Descendente☐ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE  
PAUSAS**☒ Restrito☐ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS  
PAUSAS**☒ Breve☐ Média☐ Prolongada**\*trecho 2 – Participante 2**

**F2 – A006\***

<b>PRODUÇÃO DA VOZ</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Neutra		
	<input type="checkbox"/> Não neutra	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>ARTICULAÇÃO</b>	<input type="checkbox"/> Adequada		
	<input checked="" type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
		IMPRECISA – EM ALGUNS MOMENTOS	
<b>VELOCIDADE DE FALA</b>	<input type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>RESSONÂNCIA</b>	<input type="checkbox"/> Adequada		
	<input checked="" type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
		POSTERIOR	
<b>PROJEÇÃO VOCAL</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>PITCH</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequado		
	<input type="checkbox"/> Não Adequado	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>LOUDNESS</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>RECURSOS DE ÊNFASE</b>	<input type="checkbox"/> Restrito	<input type="checkbox"/> Médio	<input checked="" type="checkbox"/> Frequente
	<input type="checkbox"/> Prolongamentos		
<hr/>			
<b>VARIAÇÃO DA ENTOAÇÃO</b>	<input type="checkbox"/> Loudness	<input checked="" type="checkbox"/> Característica Elevação	<input type="checkbox"/> Característica Redução
	<input type="checkbox"/> Pitch	<input type="checkbox"/> Característica Ascendente	<input type="checkbox"/> Característica Descendente
			<input checked="" type="checkbox"/> Ascendente-Descendente
<hr/>			
<b>EMPREGO DE PAUSAS</b>	<input type="checkbox"/> Restrito	<input checked="" type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Frequente
<hr/>			
<b>DURAÇÃO DAS PAUSAS</b>	<input type="checkbox"/> Breve	<input checked="" type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Prolongada
<hr/>			

**\*trecho 3 – Participante 2**

**F3 – A001\*****PRODUÇÃO DA VOZ**      ( ☒ ) Neutra( ☐ ) Não neutra

Tipo de alteração:

**ARTICULAÇÃO**      ( ☐ ) Adequada  
( ☒ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

IMPRECISÃO LEVE

**VELOCIDADE DE FALA**      ( ☒ ) Adequada  
( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**      ( ☐ ) Adequada  
( ☒ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PROJEÇÃO VOCAL**      ( ☒ ) Adequada  
( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**      ( ☐ ) Adequado  
( ☒ ) Não Adequado

Tipo de alteração:

**LOUDNESS**      ( ☒ ) Adequada  
( ☐ ) Não Adequada

Tipo de alteração:

<b>RECURSOS DE ÊNFASE</b>	( <input type="checkbox"/> ) Restrito	( <input type="checkbox"/> ) Médio	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Frequente
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Prolongamentos		

<b>VARIAÇÃO DA ENTOAÇÃO</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Loudness	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Característica Elevação	( <input type="checkbox"/> ) Característica Redução
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Pitch	( <input type="checkbox"/> ) Característica Ascendente	( <input type="checkbox"/> ) Característica Descendente
			( <input checked="" type="checkbox"/> ) Ascendente-Descendente

<b>EMPREGO DE PAUSAS</b>	( <input type="checkbox"/> ) Restrito	( <input type="checkbox"/> ) Médio	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Frequente
--------------------------	---------------------------------------	------------------------------------	---

<b>DURAÇÃO DAS PAUSAS</b>	( <input type="checkbox"/> ) Breve	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Média	( <input type="checkbox"/> ) Prolongada
---------------------------	------------------------------------	---	---

**\*trecho 1 – Participante 1**

**F3 – A003\***

<b>PRODUÇÃO DA VOZ</b>	<input type="checkbox"/> Neutra		
	<input checked="" type="checkbox"/> Não neutra	Tipo de alteração:	
		LEVE RUGOSIDADE	
<b>ARTICULAÇÃO</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>VELOCIDADE DE FALA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>RESSONÂNCIA</b>	<input type="checkbox"/> Adequada		
	<input checked="" type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
		Baixa, laringo-faríngea	
<b>PROJEÇÃO VOCAL</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>PITCH</b>	<input type="checkbox"/> Adequado		
	<input checked="" type="checkbox"/> Não Adequado	Tipo de alteração:	
		Bem grave	
<b>LOUDNESS</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>RECURSOS DE ÊNFASE</b>	<input type="checkbox"/> Restrito	<input type="checkbox"/> Médio	<input checked="" type="checkbox"/> Frequente
	<input checked="" type="checkbox"/> Prolongamentos		
<b>VARIAÇÃO DA ENTOAÇÃO</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Loudness	<input checked="" type="checkbox"/> Característica Elevação	<input type="checkbox"/> Característica Redução
	<input checked="" type="checkbox"/> Pitch	<input type="checkbox"/> Característica Ascendente	<input type="checkbox"/> Característica Descendente
		<input checked="" type="checkbox"/> Ascendente-Descendente	
<b>EMPREGO DE PAUSAS</b>	<input type="checkbox"/> Restrito	<input checked="" type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Frequente
<b>DURAÇÃO DAS PAUSAS</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Breve	<input type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Prolongada

**\*trecho 2 – Participante 1**

**F3 – A005\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☐ Neutra☒ Não neutra

Tipo de alteração:

LEVE RUGOSIDADE

**ARTICULAÇÃO**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**VELOCIDADE DE FALA**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☐ Adequada☒ Não Adequada

Tipo de alteração:

Baixa, laringo-faríngea

**PROJEÇÃO VOCAL**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**PITCH**☒ Adequado☐ Não Adequado

Tipo de alteração:

grave

**LOUDNESS**☒ Adequada☐ Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ Restrito☒ Médio☐ Frequente☒ Prolongamentos**VARIAÇÃO DA ENTOAÇÃO**☐ Loudness☐ Característica Elevação☐ Característica Redução☒ Pitch☐ Característica Ascendente☐ Característica Descendente☒ Ascendente-Descendente**EMPREGO DE PAUSAS**☒ Restrito☐ Médio☐ Frequente**DURAÇÃO DAS PAUSAS**☒ Breve☐ Média☐ Prolongada

trecho curto para  
avaliar pausas, na  
minha opinião

**\*trecho 3 – Participante 1**

**F3 – A002\*****PRODUÇÃO DA VOZ**☒ ( X ) Neutra☐ ( ) Não neutra

Tipo de alteração:

LEVE RUGOSIDADE

**ARTICULAÇÃO**☒ ( x ) Adequada☐ ( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

IMPRECISÃO LEVE

**VELOCIDADE DE FALA**☒ ( x ) Adequada☐ ( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RESSONÂNCIA**☐ ( ) Adequada☒ ( X ) Não Adequada

Tipo de alteração:

Posterior, baixa, laringo faríngea e hiponasalidade

**PROJEÇÃO VOCAL**☐ ( ) Adequada☒ ( X ) Não Adequada

Tipo de alteração: para mim, a voz não é fraca. Mas, parece um pouco abafada.

**PITCH**☒ ( X ) Adequado☐ ( ) Não Adequado

Tipo de alteração: Pitch, mas isso não é inadequação, na minha visão

**LOUDNESS**☒ ( X ) Adequada☐ ( ) Não Adequada

Tipo de alteração:

**RECURSOS DE ÊNFASE**☐ ( ) Restrito☒ ( X ) Médio☐ ( ) Frequente☒ ( X ) Prolongamentos**VARIAÇÃO DA ENTOAÇÃO**☒ ( X ) Loudness☒ ( X ) Característica Elevação☐ ( ) Característica Redução☐ ( ) Pitch☐ ( ) Característica Ascendente☐ ( ) Característica Descendente☐ ( ) Ascendente-Descendente**EMPREGO DE PAUSAS**☐ ( ) Restrito☒ ( X ) Médio☐ ( ) Frequente**DURAÇÃO DAS PAUSAS**☒ ( X ) Breve☐ ( ) Média☐ ( ) Prolongada**\*trecho 1 – Participante 2**

**F3 – A004\***

<b>PRODUÇÃO DA VOZ</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Neutra		
	<input type="checkbox"/> Não neutra	Tipo de alteração:	
LEVE RUGOSIDADE			
<b>ARTICULAÇÃO</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
IMPRECISÃO LEVE			
<b>VELOCIDADE DE FALA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>RESSONÂNCIA</b>	<input type="checkbox"/> Adequada		
	<input checked="" type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
		Posterior, com uma compensação nasal	
<b>PROJEÇÃO VOCAL</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>PITCH</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequado		
	<input type="checkbox"/> Não Adequado	Tipo de alteração:	
<b>LOUDNESS</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Adequada		
	<input type="checkbox"/> Não Adequada	Tipo de alteração:	
<b>RECURSOS DE ÊNFASE</b>	<input type="checkbox"/> Restrito	<input checked="" type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Frequente
<input checked="" type="checkbox"/> Prolongamentos			
<b>VARIAÇÃO DA ENTÃOÇÃO</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Loudness	<input type="checkbox"/> Característica Elevação	<input type="checkbox"/> Característica Redução
	<input checked="" type="checkbox"/> Pitch	<input type="checkbox"/> Característica Ascendente	<input type="checkbox"/> Característica Descendente
		<input checked="" type="checkbox"/> Ascendente-Descendente	
<b>EMPREGO DE PAUSAS</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Restrito	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Frequente
<b>DURAÇÃO DAS PAUSAS</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Breve	<input type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Prolongada

**\*trecho2 – Participante 2**



**F3 – A006\***

<b>PRODUÇÃO DA VOZ</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Neutra		
	( <input type="checkbox"/> ) Não neutra	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>ARTICULAÇÃO</b>	( <input type="checkbox"/> ) Adequada		
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Não Adequada	Tipo de alteração:	
		Imprecisa	
<hr/>			
<b>VELOCIDADE DE FALA</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Adequada		
	( <input type="checkbox"/> ) Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>RESSONÂNCIA</b>	( <input type="checkbox"/> ) Adequada		
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Não Adequada	Tipo de alteração:	
		Posterior, abafada com nasalidade	
<hr/>			
<b>PROJEÇÃO VOCAL</b>	( <input type="checkbox"/> ) Adequada		
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Não Adequada	Tipo de alteração: adequada, sem brilho	
<hr/>			
<b>PITCH</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Adequado		
	( <input type="checkbox"/> ) Não Adequado	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>LOUDNESS</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Adequada		
	( <input type="checkbox"/> ) Não Adequada	Tipo de alteração:	
<hr/>			
<b>RECURSOS DE ÊNFASE</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Restrito	( <input type="checkbox"/> ) Médio	( <input type="checkbox"/> ) Frequente
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Prolongamentos LEVE		
<hr/>			
<b>VARIAÇÃO DA ENTOÇÃO</b>	( <input type="checkbox"/> ) Loudness	( <input type="checkbox"/> ) Característica Elevação	( <input type="checkbox"/> ) Característica Redução
	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Pitch	( <input type="checkbox"/> ) Característica Ascendente	( <input type="checkbox"/> ) Característica Descendente
			( <input checked="" type="checkbox"/> ) Ascendente-Descendente
			LEVE
<hr/>			
<b>EMPREGO DE PAUSAS</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Restrito	( <input type="checkbox"/> ) Médio	( <input type="checkbox"/> ) Frequente
<hr/>			
<b>DURAÇÃO DAS PAUSAS</b>	( <input type="checkbox"/> ) Breve	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Média	( <input type="checkbox"/> ) Prolongada
<hr/>			

**\*trecho 3 – Participante 2**