



Fenômenos de visualizações: expressividade oral de Youtubers brasileiros

Giovanna Santos Reksodihardjo, Rafaela Lombas de Resende, Diego Henrique da Cruz Martinho e Ana Carolina Constantini

Introdução

Os youtubers são um grupo de comunicadores que está em constante ascensão e que vêm se destacando na mídia por conseguirem conquistar uma legião de seguidores.

Objetivo

Descrever e investigar padrões e particularidades da voz e da comunicação de youtubers brasileiros.

Método

Estudo de caráter descritivo, qualitativo e quantitativo realizado por meio de análise perceptivoauditiva e acústica da emissão natural da fala do próprio sujeito. Foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Instituição e recebeu dispensa de nº 100/2019 (CAAE nº 20243219.0.0000.5404). Os materiais utilizados foram quatro vídeos produzidos por duas youtubers (chamadas de Y1 e Y2) sobre os temas “relacionamentos” e “autoestima”. Foram analisados trechos de vinte segundos de cada vídeo, considerando como início os dez segundos anteriores à metade do vídeo até os dez segundos posteriores deste mesmo ponto. A partir do software Praat, as amostras de fala foram segmentadas em Unidades Vogal-Vogal, que representam mais adequadamente o ritmo da fala de sujeitos no português brasileiro. Além disso, um conjunto de parâmetros fonético-acústicos como frequência fundamental média (f0), mínima e máxima, taxa de elocução, intensidade e unidades VV foram extraídos. A análise perceptivoauditiva foi feita por consenso entre dois juízes utilizando a partitura da fala.

Resultados

Os parâmetros analisados foram comparados e constatamos que Y1 apresentou velocidade de fala menor que Y2, considerando o número de unidades VV

por segundo, que mostra que Y2 chega a produzir uma unidade VV/s a mais que Y2. A f0 média estava adequada para ambas, porém Y2 apresentou menor extensão vocal (Y=354,2 Hz, Y2=321,4 Hz). A partitura da fala mostrou que Y2 utilizou menos níveis, variando predominantemente entre dois e três níveis, enquanto Y1 utiliza mais níveis, variando entre três e quatro níveis, indicando um maior uso de sua extensão vocal por Y1 comparado à Y2. Ademais, Y2 apresentou episódio de afonia, enquanto que Y1 apresentou mais utilização do recurso de ênfase. Apesar disso, ambas utilizam da variação da velocidade, pitch, intensidade e prolongamento de vogal como recurso de ênfase. Verificou-se presença de cortes de edição nos vídeos, que diminuem ainda mais as pausas no discurso.

Conclusão

Há pontos de semelhança e de diferença na fala das youtubers estudadas. Entre as diferenças, observa-se ritmo de fala variável e extensão vocal, entre as semelhanças, observa-se uso recorrente de mudança de pitch, loudness e velocidade de fala como recurso de ênfase.

Palavras-chave: comunicação, Youtubers, análise perceptivoauditiva.