

VOZES FEMININAS EM ENTREVISTAS PARA A IMPRENSA

Fabiola Ietto e Ana Carolina Constantini.

Introdução

Refletir sobre a influência da voz na credibilidade das mensagens transmitidas por mulheres à imprensa, como porta-vozes media treinadas é o foco central desse estudo. É crescente a busca pelo preparo de porta-vozes na função de conceder entrevistas a veículos de comunicação (rádio, TV, jornais, revistas, portais e outras mídias). Com os novos formatos de comunicação interpessoal e profissional, por meio das redes sociais, e a instantaneidade de publicação dos conteúdos, a necessidade de submeter porta-vozes a programas de media training vem sendo ampliada.

Objetivo

Investigar e discutir a voz e a comunicação de porta-vozes (media treinadas), em situações reais, ou seja, durante a concessão de entrevistas para a imprensa, considerando percepções fonoaudiológicas, jornalísticas e discursivas.

Método

Estudo quantitativo e qualitativo, de caráter transversal, ponderando a avaliação inter e intrasujeitos sob três aspectos: semânticos, perceptivoauditivos e da teoria da Análise do Discurso (AD). Foram analisadas as vozes de duas participantes (P1 e P2), líderes em instituições de grande porte, que passaram pelo mesmo treinamento de mídia. As amostras vocais foram captadas por meio de microfone (Mini Tie Clip/Yoga/EM-5) e gravador digital (Tascam DR-40) simultaneamente à realização de entrevistas reais. Os avaliadores (3 jornalistas e 3 fonoaudiólogos com experiência na área de voz) receberam as amostras da fala e protocolos que deviam ser analisados de acordo com suas áreas afins. Os jornalistas avaliaram o protocolo de análise semântica, com 11 critérios (incluindo pontos fortes e fracos) e os fonoaudiólogos avaliaram protocolo de análise perceptivoauditiva, também com 11 aspectos.

Resultados

Surgem importantes pontos de convergência na expressividade oral e semântica dos porta-vozes, media treinados, nos momentos de entrevista. Para P1, os fonoaudiólogos apontaram problemas nos aspectos de Recursos de Ênfase, Pausas e Duração das Pausas. O mesmo trecho analisado pelos jornalistas indicou deficiências nos critérios Controle Emocional e Domínio do Assunto. O parâmetro Domínio do Assunto possui uma conexão direta com a credibilidade, que se completa com pontuações negativas quanto 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 semântica, feita pelos jornalistas das amostras de fala de P2 evidenciam inadequações na Objetividade, Clareza, Credibilidade e Domínio do Assunto (aspecto também apontado para P1). A segunda participante traz 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, sendo que, quando há alteração, o objetivo emocional do discurso não se completa. A AD contribuiu com os achados de expressividade oral e semântica ao conectar estes resultados aos aspectos psicoemocionais (estresse, nervosismo), circunstanciais (pauta, tempo e entrevista gravada, ou, ao vivo), ambiente (escritório da entrevistada e estúdio).

Conclusão

Aspectos específicos da expressividade oral devem ser recorrentemente trabalhados em programas de media training, especialmente para porta-vozes, visto que podem influenciar diretamente na credibilidade do discurso.

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