



# Identificação de aspectos comunicativos na locução de repórteres de televisão

## Identification of communicative aspects in television reporters' locution

## Identificación de los aspectos comunicativos en la locución de reporteros de televisión

*Carolina Pennini\**

*Vanessa Pedrosa Vieira\**

*Felipe Moreti\**

*Glaucya Madazio\**

*Mara Behlau\**

### **Resumo**

**Objetivo:** Identificar a possibilidade de indivíduos leigos diferenciarem repórteres e não repórteres por meio de aspectos comunicativos em tarefa de leitura de texto. **Métodos:** Participaram da pesquisa 24 sujeitos falantes e 12 sujeitos ouvintes, sendo 12 repórteres em exercício profissional e 12 não repórteres e não profissionais de nenhuma categoria da voz falada. Todos realizaram uma leitura de um trecho de notícia padrão para análise auditiva. Os ouvintes eram 12 indivíduos leigos não repórteres, que avaliaram as 24 amostras de fala quanto à agradabilidade, credibilidade e clareza da articulação da fala por meio de uma escala numérica de 11 pontos, além de assinalar se o trecho ouvido era de repórter ou não repórter. **Resultados:** Houve elevado nível de confiabilidade intra e inter-avaliadores para os três aspectos em questão: agradabilidade, clareza da dicção e credibilidade. Repórteres obtiveram maiores escores médios para os três parâmetros avaliados, quando comparados aos não repórteres. A credibilidade diferenciou perfeitamente (100%) repórteres de não repórteres; em relação à agradabilidade e clareza da

\* CEV- Centro de Estudos da Voz, São Paulo, SP, Brasil

### **Contribuição dos autores:**

CP – Realizou levantamento de dados e fez análise da pesquisa.

VPV- Idealizadora da pesquisa, orientação para a coleta e análise de dados, além da correção do texto.

FM- Revisou o manuscrito e contribuiu com a discussão

GM- Revisou o manuscrito e contribuiu com a discussão.

MB- Organizou o desenho do experimento, acompanhou as etapas e revisou o texto.

**E-mail para correspondência:** Carolina Peral Pennini [carola.pennini@hotmail.com](mailto:carola.pennini@hotmail.com)

**Recebido:** 10/05/2018

**Aprovado:** 08/11/2018



dicção, a identificação correta dos indivíduos caiu para 83%. **Conclusão:** Os indivíduos leigos conseguiram diferenciar repórteres e não repórteres pelos aspectos comunicativos de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção na tarefa de leitura de texto. A credibilidade foi o parâmetro que permitiu que todos os ouvintes leigos realizassem a identificação correta de repórteres e não repórteres.

**Palavras-chave:** Voz; Comunicação; Discursos; Qualidade da Voz; Jornalismo; Fonoaudiologia.

### **Abstract**

**Objective:** To identify the possibility of naive people differentiate reporters and non-reporters through communicative aspects in the text reading task. **Methods:** 24 speakers and 12 listeners participated in the research; the speakers were 12 reporters and 12 non-reporters, and non-voice professionals, who made a recording of a pattern piece of news excerpt; the listeners were 12 non-reporters lay people who, by using a numeral ranking of 11 points, assessed the 24 speaking samples in terms of pleasantness, credibility and clarity of speaking articulation, besides identifying whether the recording samples belonged or not to a reporter. **Results:** There was high level of intra-raters reliability, and high degrees of inter-raters reliability, for the three aspects in question (pleasantness; clarity of diction; credibility). Reporters obtained higher average scores for the parameters assessed, when compared to the non-reporters. Credibility was the aspect which best differentiated reporters from non-reporters. As for the aspects of pleasantness and clarity of speaking, the correct identification of the speaking voice professionals fell to 83%. **Conclusions:** The lay people can differentiate reporters and non-reporters by the communicative aspects of pleasantness, credibility and clarity of diction in the text reading task. Credibility was the parameter that allowed all the lay listeners realized the correct identification of reporters and non-reporters.

**Keywords:** Voice; Communication; Addresses; Voice Quality; Journalism; Speech, Language and Hearing Sciences

### **Resumen**

**Objetivo:** Identificar la posibilidad de que individuos legos diferencien reporteros de no reporteros a través de aspectos comunicativos otorgados por medio de la tarea de lectura de texto. **Métodos:** Participaron 24 sujetos hablantes y 12 sujetos oyentes, siendo 12 reporteros en ejercicio profesional y 12 no reporteros y no profesionales de ninguna categoría de la voz hablada. Todos realizaron una lectura de un trecho de una noticia estándar para el análisis auditivo. Los oyentes eran 12 individuos legos no reporteros, que evaluaron las 24 muestras de habla en relación con el nivel de agrado, credibilidad y claridad de la articulación de habla, a través de una escala numérica de 11 puntos, además de señalar si el trecho escuchado era realizado por un reportero o no. **Resultados:** Hubo un elevado nivel de confiabilidad intra e inter-evaluadores para los tres aspectos en cuestión: agrado, claridad de la dicción y credibilidad. Los reporteros obtuvieron mayores puntajes medios para los tres parámetros evaluados al compararlos con los no reporteros. La credibilidad fue el parámetro que diferenció perfectamente (100%) a los reporteros de los no reporteros; en relación con el agrado y a la claridad de la dicción, la identificación correcta de los individuos cayó para un 83%. **Conclusión:** Los individuos legos consiguieron diferenciar a los reporteros de los no reporteros por los aspectos comunicativos de agrado, credibilidad y claridad de la dicción en la tarea de lectura de texto. La credibilidad fue el parámetro que permitió que todos los oyentes legos realizaran la identificación correcta entre reporteros y no reporteros.

**Palabras claves:** Voz; Comunicación; Discursos; Calidad de la Voz; Periodismo; Fonoaudiología

## Introdução

A comunicação é uma competência valorizada no âmbito pessoal e profissional. Por meio dela são transmitidas impressões de naturalidade, credibilidade e confiabilidade<sup>1</sup>, características essas formadas pelo conteúdo da mensagem, a forma como ela é passada e a emoção envolvida na transmissão.

A busca constante pelo aprimoramento comunicativo tornou-se fundamental no ambiente profissional. Ser um bom comunicador e ter um discurso assertivo é essencial para o bom desempenho profissional, principalmente para os profissionais da voz<sup>2-5</sup>.

Os repórteres de televisão são profissionais da comunicação e possuem grande responsabilidade na maneira como irão transmitir a notícia ao público. Eles fazem uso intensivo da voz e da fala, precisando sempre aprimorar aspectos vocais, interpretativos e de expressividade para que possam ser objetivos, claros, assertivos e persuasivos, garantindo a atenção dos telespectadores, muitas vezes com ajustes de comunicação realizados de forma intuitiva<sup>4,6</sup>.

A expressividade oral é a forma como cada um transmite ideias e sensações por meio do corpo e da voz<sup>7</sup>. Ela constitui-se de aspectos vocais e de fala, como qualidade vocal, articulação, frequência, intensidade, fluência, velocidade de fala e variação melódica, influenciada por características físicas e psicológicas intrínsecas do indivíduo e pelo contexto cultural e social<sup>3,6</sup>; são perceptíveis aos ouvintes e interpretados por eles de forma positiva ou negativa, e a voz e fala não se separam dos recursos linguístico discursivos<sup>8</sup>.

Assim, para que o público tenha uma percepção agradável, confiável, clara e natural do discurso é necessário que os recursos verbais e não verbais da comunicação estejam adequados<sup>9,10</sup>.

A agradabilidade é um parâmetro importante na locução. Transmitir uma mensagem com uma qualidade vocal agradável e adequação de elementos prosódicos da fala é fundamental para manter a atenção do ouvinte<sup>11-14</sup>. A mensagem narrada precisa ser clara, o que implica em uma articulação precisa, respiração controlada e velocidade de fala adequada, e transmitida com uma voz boa e recursos comunicativos bem empregados<sup>15-19</sup>. Uma narração clara, crível, agradável e natural torna-se mais atrativa ao ouvinte<sup>4</sup>.

Porém, a narração do repórter televisivo nem sempre foi assim, ela vem se modificando ao longo dos anos. Na década de 1970, no início do telejornalismo, e por anos subsequentes, a forma de narrar do repórter era mais distante do telespectador, realizada de maneira mais formal, com falas mais “estereotipadas”, com ênfase nas sílabas tônicas, uso excessivo das pausas e pouca modulação vocal<sup>7</sup>.

Com o passar dos anos, começou-se a valorizar a aproximação do repórter televisivo com seu público alvo por meio de uma narração mais coloquial, expressiva e natural, menos artificial e estereotipada. O repórter passou a ser mais espontâneo, a utilizar um padrão vocal que marcasse seu estilo e uma linguagem mais próxima do público, sem deixar de passar credibilidade. Este formato moderno possibilitou a aproximação do repórter com o telespectador, tornou a transmissão da notícia mais atrativa<sup>11,14,17,18</sup>, sem perder os qualificadores de comunicação profissional do repórter televisivo.

Desta forma, a pesquisa teve como objetivo identificar a possibilidade de indivíduos leigos diferenciarem repórteres e não repórteres por meio de aspectos comunicativos de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção em tarefa de leitura de texto.

## Métodos

O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Nove de Julho – UNINOVE. Todos os sujeitos envolvidos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, permitindo a realização e divulgação desta pesquisa e de seus resultados conforme Resolução 196/96 (BRASIL. Resolução MS/CNS/CNEP nº 196/96 de 10 de outubro de 1996).

Participaram 24 sujeitos falantes e 12 sujeitos ouvintes. Os indivíduos falantes fizeram parte da primeira etapa do estudo, sendo 12 repórteres de duas emissoras de televisão de São Paulo, com experiência profissional variando entre dois e quatro anos (seis mulheres e seis homens) e 12 não repórteres e não profissionais de nenhuma categoria da voz falada, também recrutados nas mesmas emissoras de televisão, funcionários de posições operacionais que não envolviam o uso profissional da voz (seis homens e seis mulheres). A média de idade dos falantes foi de 29 anos. Os 12 sujeitos ouvintes (seis homens e seis mulhe-

res), leigos, não profissionais da voz falada, não fonoaudiólogos, com idades entre 18 e 55 anos, de profissões variadas, recrutados a convite dos pesquisadores por meio de sua rede de contatos entraram na segunda fase.

Na primeira etapa, os 24 sujeitos falantes (12 repórteres e 12 não repórteres) realizaram a gravação de um trecho de reportagem que foi retirado do acervo do serviço de fonoaudiologia de uma rede de televisão: *“É neste paraíso latino que iniciamos a nossa viagem pelo Uruguai. Um país tranquilo, uma cidade fora de série. Punta é agitada, glamorosa e cheia de milionários. Eles caminham pelas ruas, pelas praias, desfilam seus carros importados e desfrutam a vida. Venham de onde vier, quem se desloca até Punta Del Leste, investe na cidade: casas, apartamentos, barcos e sempre a promessa de muita diversão!”*.

A leitura do texto foi realizada com voz habitual, frequência e intensidade vocais confortáveis. A gravação foi captada diretamente em computador Dell, com placa de áudio *Soundblaster*, com microfone unidirecional *ShureSM58*, posicionado a 45° e 5 cm da boca por meio do programa *Fonoview* (CTS Informática). Os 24 indivíduos falantes tiveram tempo livre para a familiarização com o material de leitura e fizeram a gravação quando se sentiram seguros para a tarefa. Caso houvesse erro durante a leitura, o indivíduo poderia repetir a gravação.

Na segunda etapa, as gravações foram editadas, ordenadas casualmente e apresentadas aos 12 indivíduos leigos ouvintes, com 25% de repetição

para teste de confiabilidade intra-sujeito. A tarefa desses indivíduos foi a de avaliar os trechos de leitura editados quanto à agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção. Cada parâmetro foi pontuado utilizando uma escala numérica de 11 pontos (de 0 a 10) na qual zero indicava pior avaliação no parâmetro específico e 10 indicava melhor avaliação. O avaliador também deveria identificar a leitura como sendo de um repórter ou de um não repórter. Os ouvintes puderam ouvir apenas uma vez cada amostra, preenchendo a avaliação durante e imediatamente após a tarefa.

O material foi encaminhado para análise estatística, utilizando-se os testes: *Alfa Cronbach* para verificar o grau de confiabilidade inter-avaliadores, *Q de Cochran* e *Teste dos Postos Sinalizados de Wilcoxon*, para verificar o grau de confiabilidade intra-avaliadores. Além destes, foi utilizado o *Teste de Mann-Whitney*, com o intuito de verificar as possíveis diferenças entre ser e não repórter, para as três variáveis de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção.

## Resultados

O nível de confiabilidade intra e inter-avaliadores apresentou-se elevado, como mostra a Tabela 1. Houve 97,9% de concordância entre os ouvintes, tanto para agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção quanto para a identificação de repórter ou não repórter.

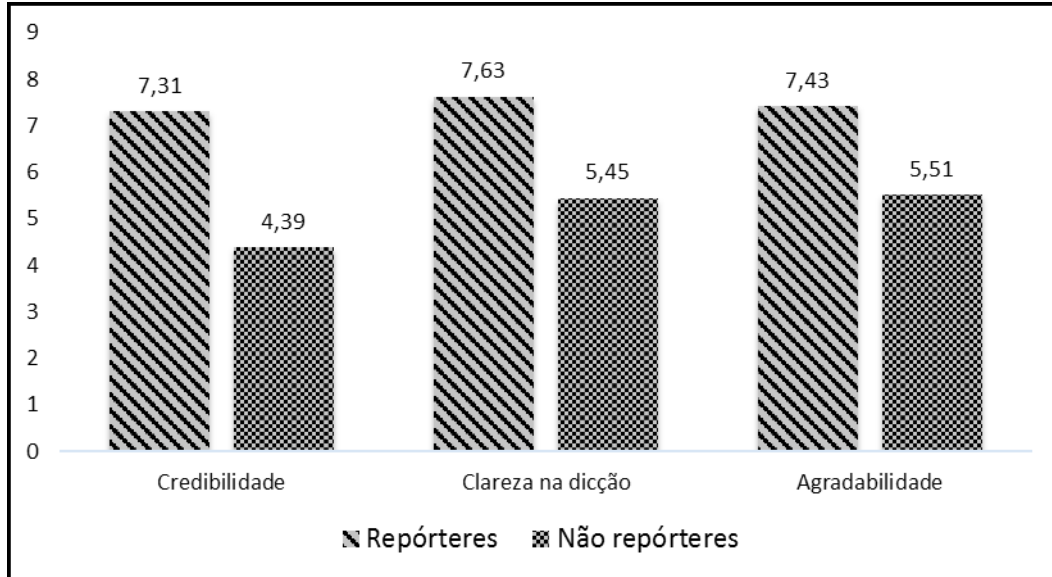
**Tabela 1.** Confiabilidade inter-avaliadores das avaliações realizadas por indivíduos leigos na narração de repórteres e não repórteres nos parâmetros de agradabilidade, clareza da dicção e credibilidade e classificação entre repórteres e não repórteres (N=24)

Aspecto	Coefficiente Alfa de Cronbach
Classificação repórter x não repórter	0,934
Agradabilidade	0,927
Clareza da dicção	0,938
Credibilidade	0,948

Teste Alfa de Cronbach

Repórteres obtiveram maiores escores médios para os três parâmetros avaliados (agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção), quando comparados aos não repórteres, como mostra o Gráfico 1.

**Gráfico 1.** Médias das avaliações dos parâmetros credibilidade, clareza da dicção e agradabilidade para repórteres e não repórteres.



Embora os 12 avaliadores ouvintes tenham sido concordantes (97,9%), apenas a variável credibilidade permitiu que todos os ouvintes leigos (N=12, 100%) diferenciasssem repórteres de não repórteres. Nos quesitos agradabilidade e clareza da fala, a concordância foi alta (83% para ambos) e significativa ( $p=0,001$ ).

A maior parte dos indivíduos leigos conseguiu identificar corretamente repórteres de não repórteres por aspectos comunicativos; porém, ao analisar os erros de identificação, mais repórteres foram avaliados como não repórteres (22%) do que o inverso (13%), como mostra o Quadro 1.

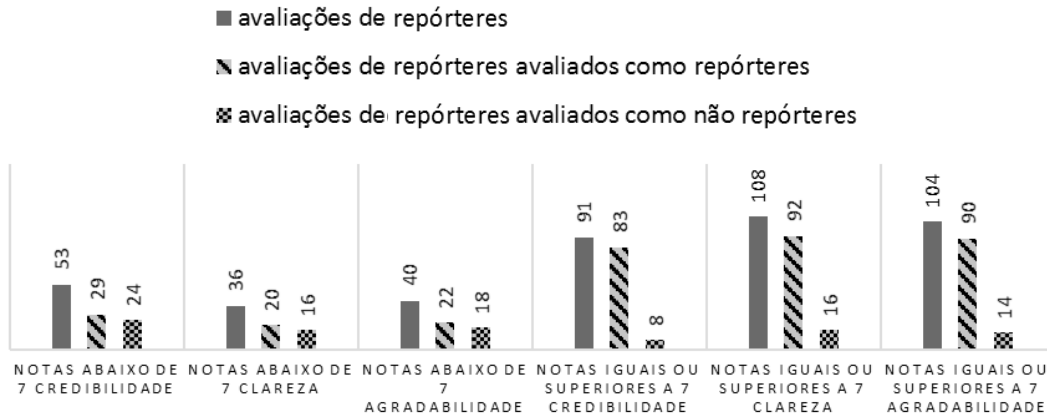
**Quadro 1.** Identificação realizada por indivíduos leigos de repórteres e não repórteres

	Avaliação de repórteres avaliados como repórteres	Avaliação de repórteres avaliados como não repórteres	Avaliação de não repórteres avaliados como repórteres	Avaliação de não repórteres avaliados como não repórteres
%	78	22	13	87
N	112	32	18	126

Os repórteres identificados tiveram, em sua maioria, notas acima de sete nos três parâmetros avaliados; já os não repórteres tiveram, em sua maioria, notas abaixo de sete nos três aspectos avaliados. A maioria dos não repórteres identificados

como repórteres tiveram notas iguais ou superiores a sete e, os identificados como não repórteres tiveram notas inferiores a sete, como mostram os Gráficos 2 e 3.

**Gráfico 2.** Total de avaliações de credibilidade, clareza da dicção e agradabilidade de repórteres com notas abaixo de sete e iguais/superiores a sete.



**Gráfico 3.** Total de avaliações de credibilidade, clareza da dicção e agradabilidade de não repórteres com notas abaixo de sete e iguais/superiores a sete.



## Discussão

Atualmente, o desafio do repórter de televisão é apresentar uma narração objetiva, crível e ainda conseguir manter naturalidade e autenticidade. Durante a transmissão da mensagem, o telespectador deve ter a sensação semelhante à de uma conversa com o repórter, sem artificialismos, dando a impressão de uma fala natural e uma linguagem coloquial<sup>4,18</sup>. Atualmente, a comunicação oral no jornalismo televisivo é mais próxima do telespectador, porém, sem perder os marcadores de comunicação profissional. Aspectos comunicativos de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção

são valorizados pelos repórteres e importantes na percepção do ouvinte<sup>1</sup>.

Em relação aos resultados da pesquisa, os níveis de confiabilidade inter-avaliadores foram elevados, tanto para os três parâmetros comunicativos avaliados: agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção, como para a identificação do repórter e não repórter. As três características avaliadas apresentaram diferenças significantes na identificação de repórteres, sendo que a credibilidade na transmissão da mensagem foi a única variável que permitiu que todos os ouvintes leigos (100%) diferenciassem repórteres de não repórteres. Quanto aos parâmetros de agradabilidade de clareza da dicção, dos 12 ouvintes, 10 (83%,  $p < 0,001$ ) dife-

renciaram repórteres de não repórteres (Tabela 1). Portanto, os três parâmetros avaliados diferenciaram repórteres de não repórteres.

A agradabilidade e a clareza da articulação são fundamentais na recepção da mensagem pelo ouvinte, que poderá ser positiva ou negativa, dependendo da forma como os recursos das pausas, ênfases, modulações, articulação, frequência e intensidade serão realizados pelo repórter<sup>6</sup>. Quanto mais os repórteres aprimoram esses quesitos, mais atraentes e verossímeis são as notícias. Um estudo realizado sobre expressividade no rádio com relato de fonoaudiólogas referiu que uma fala que prende a atenção do ouvinte apresenta confiança e é interpretada pelos ouvintes de maneira mais agradável<sup>15</sup>.

A credibilidade mostrou-se inerente à comunicação profissional dos repórteres televisivos, permitindo a identificação de todos. Além disso, a diferença entre as médias dos escores de repórteres e não repórteres foi maior para a credibilidade (Gráfico 1); foi ela que apresentou a menor média para os não repórteres, indicando que uma mensagem crível e assertiva não é facilmente transmitida (Gráfico 1).

Mais do que uma necessidade, a credibilidade é uma exigência intrínseca da atividade profissional do repórter. Alguns aspectos de comunicação que promovem a percepção de credibilidade do discurso são qualidade vocal, articulação dos sons da fala, pausas, ritmo, respiração e organização semântica do discurso<sup>11,15,17,19,20</sup>, associado ao seu conteúdo. A literatura descreve ainda, que a credibilidade de repórteres está fortemente relacionada aos parâmetros acústicos de frequência e intensidade no julgamento de ouvintes leigos<sup>21</sup>.

Os parâmetros comunicativos de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção são aspectos determinantes na construção de um discurso expressivo para o repórter televisivo e parecem ser controlados pelos jornalistas; tornam-se ruídos na comunicação quando utilizados de forma inadequada. Quando isso acontece, a compreensão da mensagem fica prejudicada, e o telespectador precisa se esforçar mais para compreendê-la. Portanto, os mesmos devem ser continuamente aprimorados<sup>1,4</sup>.

Apesar de esses parâmetros serem de certa forma independentes<sup>21</sup>, cada um deles pode gerar no ouvinte uma mesma percepção, uma vez que quanto melhor a articulação dos sons da fala, mais credibilidade é transmitida.

Como era esperado, alguns repórteres foram identificados como não repórteres e vice-versa (Gráfico 1), muito provavelmente pela naturalidade requerida na transmissão da notícia nos dias de hoje.

Os repórteres que foram corretamente identificados apresentaram as notas mais altas nos três parâmetros avaliados. Os repórteres que não apresentaram notas de avaliação acima de sete nos parâmetros avaliados foram identificados como não repórteres (Gráfico 2); da mesma forma, os não repórteres que foram identificados como repórteres, foram avaliados com notas elevadas nos três parâmetros de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção (Gráfico 3). Assim, a percepção da credibilidade, agradabilidade e a clareza da dicção faz com que as mensagens sejam identificadas como sendo de profissionais da voz; ou seja, uma comunicação de qualidade superior, natural e agradável, que consequentemente facilita captar e manter a atenção do ouvinte é esperada nos profissionais da voz, no caso, os repórteres. Uma comunicação profissional exige uso adequado de recursos prosódicos da fala como as ênfases, pausas, velocidade de fala, ritmo, articulação e qualidade vocal<sup>22,23</sup>.

Alguns aspectos comunicativos podem influenciar positivamente na transmissão do discurso, quando bem empregados. A ênfase é um dos aspectos que influencia positivamente a transmissão da mensagem, podendo ser utilizada como estratégia para transmitir clareza, destacando palavras importantes de acordo com o contexto<sup>24</sup>. O uso das pausas é outro aspecto a ser considerado na narração; a distribuição adequada das pausas em um discurso e a duração variam de acordo com a locução e as suas funções, sendo delimitativas e enfáticas. Cabe ao repórter saber empregá-las no texto narrado. As pausas em conjunto a outros elementos prosódicos são fundamentais na contextualização da expressividade oral<sup>25</sup>. A articulação precisa dos sons da fala e a qualidade vocal são exigências inerentes à profissão de telejornalista; este profissional preocupa-se em apresentar uma qualidade vocal agradável, e obter domínio consciente de seus recursos, tais como, de frequência, intensidade, modulação e ressonância vocal<sup>6,15,26</sup>. Em um estudo recente sobre o julgamento dos telespectadores sobre telejornalistas em situação pré e pós-intervenção fonoaudiológica abordou-se questões de qualidade vocal, velocidade de fala, ritmo, pausas, ênfases e articulação, concluindo-

-se que os telespectadores preferiram a situação pós-intervenção fonoaudiológica<sup>4</sup>.

A articulação e a velocidade de fala com ritmo adequado garantem maior clareza da narração, além de apresentar mais agradabilidade; se a velocidade da fala estiver acelerada e a quantidade de pausas for menor, menos agradável e crível será a locução para o ouvinte<sup>6</sup>.

A literatura descreve, ainda, que fatores determinantes para a avaliação dos três parâmetros de agradabilidade, credibilidade e clareza da articulação são o tempo de locução, a maneira como as pausas são realizadas dentro desse tempo, devendo ser mais curtas ou em menor número, além da frequência e da intensidade<sup>21</sup>.

Os repórteres deste estudo fizeram o uso adequado desses recursos comunicativos, utilizaram pausas e ênfases adequadas ao texto, apresentaram uma articulação precisa, uma qualidade vocal agradável ao ouvinte resultando em uma interpretação mais harmônica com as sensações pertinentes ao trecho de notícia narrado, mais crível e atraente ao ouvinte avaliador<sup>1,5,9,23</sup>.

De forma geral, mesmo com a naturalidade exigida na comunicação do repórter nos dias atuais, é necessário que este profissional desenvolva uma comunicação de melhor qualidade<sup>5,21,22</sup>, capaz de transmitir agradabilidade e credibilidade, com precisão da articulação dos sons da fala. É essa comunicação profissional que ajuda o telespectador a identificar o repórter e tornar eficiente a transmissão da mensagem.

## Conclusão

Os indivíduos leigos conseguiram diferenciar repórteres e não repórteres pelos parâmetros comunicativos de agradabilidade, credibilidade e clareza da dicção na tarefa de leitura de texto. A credibilidade foi o parâmetro que permitiu que todos os ouvintes leigos realizassem a identificação correta de repórteres e não repórteres.

## Referências bibliográficas

1. Coelho MABC. Sinais psicofisiológicos e vocais de ativação por stress no telejornalismo ao vivo [dissertação]. Universidade de São Paulo, Instituto de Psicologia - Departamento de Psicologia Social e do Trabalho, 2002.
2. Carrasco MCO. Fonoaudiologia empresarial- Perspectivas de consultoria, assessoria e treinamento; Ed. Lovise, 2001. p.17-19.

3. Ueda KH, Santos LZ, Oliveira IB. 25 anos de cuidados com a voz profissional: avaliando ações. Rev CEFAC. 2008; 10(4): 557-65.
4. Azevedo JBM, Ferreira LP, Kyrillos LR. Julgamento de telespectadores a partir de uma proposta de intervenção fonoaudiológica com telejornalistas. Rev CEFAC. 2009; 11(2): 281-9
5. Hancock AB, Stone MD, Brundage SB, Zeigler M. Public speaking attitudes: does curriculum make a difference? J Voice. 2010; 24(3): 302-7.
6. Ferreira LP, Arruda AF, Marquizein DMSS. Expressividade oral de professoras: análise de recursos vocais. Distúrb Comum. 2012; 24(2): 223-37.
7. Cotes C. A expressividade no telejornalismo brasileiro. In: Gama ACC, Kyrillos L, Feijó D. Fonoaudiologia e telejornalismo –relatos do IV Encontro Nacional de Fonoaudiologia da Central Globo de Jornalismo; p.39-41, 2005.
8. Pedrosa MIL. O uso de técnicas vocais como recursos retóricos na construção do discurso. Rev GEL. 2008; 5(2): 139-61.
9. Stier MA, Neto BC. Expressividade - Falar com naturalidade e técnica no jornalismo de televisão. In: Kyrillos LR. Expressividade – Da teoria à prática. Revinter, p.179-188, 2005.
10. Ferreira AEM. Recursos de expressividade oral e lingüístico discursivos de operadores de telemarketing: relação com a sensação gerada em prováveis clientes e desempenho profissional [dissertação]. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2007.
11. Santos ALS, Pereira EC, Marcolino J, Dassiê-Leite AP. Autopercepção e qualidade vocal de estudantes de telejornalismo. Rev CEFAC. 2014; 16(2): 566-72.
12. Caldeira CRP, Vieira VP, Behlau M. Análise das modificações vocais de repórteres na situação de ruído. Rev Soc Bras Fonoaudiol. 2012; 17(3): 321-6
13. Santos FMR, Assencio-Ferreira VJ. Técnicas Fonoarticulatórias para o profissional da voz. Rev CEFAC. 2001; 3: 53-64.
14. Lopes LW, Lima ILB, Silva EG, Almeida LNA, Almeida AAF. Accent and television journalism: evidence for the practice of speech language pathologists and audiologists. CoDAS. 2013; 25(5): 475-81.
15. Viola IC, Ghirardi ACA, Ferreira LP. Expressividade no rádio: a prática fonoaudiológica em questão. Rev Soc Bras Fonoaudiol. 2011; 16(1): 64-72.
16. Moreira TC, Cassol M, Fávero SR, Oliveira LB, Longaray CS, Soares MO et al. Intervenção fonoaudiológica para consultores em um serviço de teleatendimento: bem-estar vocal. Rev CEFAC. 2010; 12(6): 936-44.
17. Franco EM, Panico A, Rolim MR. Protocolo em comunicação televisiva. Rev Soc Bras Fonoaudiol. 2011; supl:671. [Resumo apresentado no 19º Congresso Brasileiro e 8º Internacional de Fonoaudiologia; 2011]. Disponível em: [http://www.sbfa.org.br/portal/anais2011/trabalhos\\_select.php?id\\_artigo=671&tt=SESS%C3O%20DE%20TEMAS%20LIVRES](http://www.sbfa.org.br/portal/anais2011/trabalhos_select.php?id_artigo=671&tt=SESS%C3O%20DE%20TEMAS%20LIVRES)
18. Torres ML. Intenção Comunicativa do repórter de TV. In: Gama ACC, Kyrillos L, Feijó D. Fonoaudiologia e telejornalismo –relatos do IV Encontro Nacional de Fonoaudiologia da Central Globo de Jornalismo; p.111-112, 2005.





19. Cotes CSG. O estudo dos gestos vocais e corporais no telejornalismo brasileiro [dissertação]. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2008.
20. Silva EC, Penteadó RZ. Caracterização das inovações do telejornalismo e a expressividade dos apresentadores. *Audiol Commun Res.* 2014; 19(1): 61-8.
21. Panico ACB, Fukusima SS. Julgamento de aspectos psicológicos de vozes profissionais e suas relações com a análise acústica. *Psychologica.* 2001; 28: 143-58.
22. Gampel D. Aspectos de intervenção fonoaudiológica em apresentadores de previsão meteorológica, sem problemas vocais. *Distúrb Comun.* 2006; 18(3): 355-69.
23. Pennini C, Padovani M, Vieira VP. Características comunicativas na expressividade do telejornalismo. *Rev Soc Bras Fonoaudiol.* 2011; supl:1464. [Resumo apresentado no 19º Congresso Brasileiro e 8º Internacional de Fonoaudiologia; 2011]. Disponível em: [http://www.sbfa.org.br/portal/anais2011/trabalhos\\_select.php?tt=Busca&id\\_artigo=1464](http://www.sbfa.org.br/portal/anais2011/trabalhos_select.php?tt=Busca&id_artigo=1464)
24. Borrego MCM, Behlau M. Recursos de ênfase utilizados por indivíduos com e sem treinamento de voz e fala. *Rev Soc Bras Fonoaudiol.* 2012; 17(2): 216-24.
25. Cotes C. O uso das pausas nos diferentes estilos de televisão. *Rev CEFAC.* 2007; 9(2): 228-37.
26. Chun R.Y.S, Servilha E.A.M, Santos L.M.A., Sanches M. H. Promoção da Saúde: o conhecimento do aluno de jornalismo sobre sua voz. *Distúrb Comun.* 2007; 19(1): 73-80.

