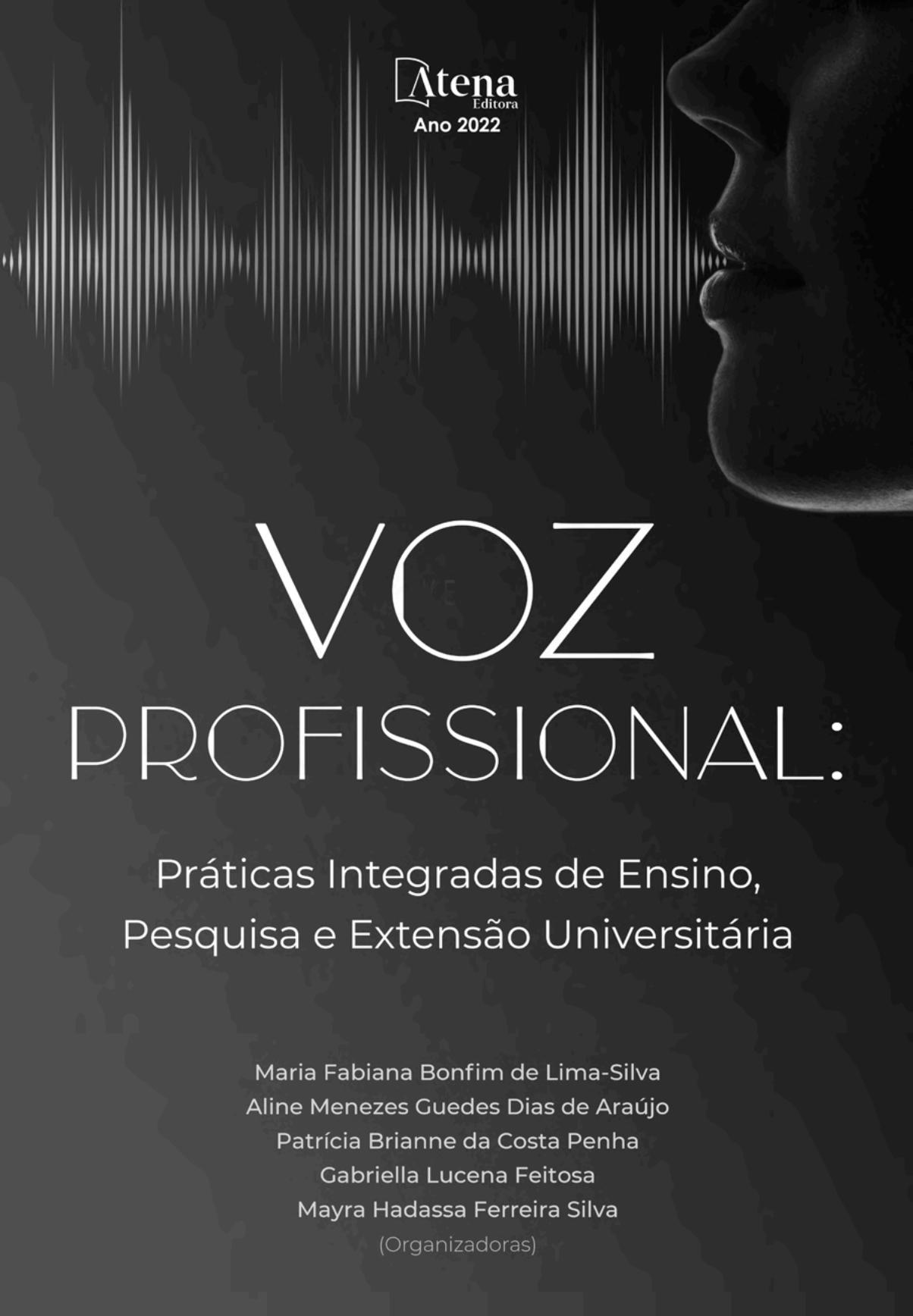


Atena
Editora
Ano 2022

VOZ PROFISSIONAL:

Práticas Integradas de Ensino,
Pesquisa e Extensão Universitária

Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo
Patrícia Brianne da Costa Penha
Gabriella Lucena Feitosa
Mayra Hadassa Ferreira Silva
(Organizadoras)



Atena
Editora
Ano 2022

VOZ PROFISSIONAL:

Práticas Integradas de Ensino,
Pesquisa e Extensão Universitária

Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo
Patrícia Brianne da Costa Penha
Gabriella Lucena Feitosa
Mayra Hadassa Ferreira Silva
(Organizadoras)

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais

Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo



Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia



Voz profissional: práticas integradas de ensino, pesquisa e extensão universitária

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Flávia Roberta Barão
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadoras: Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo
Patrícia Brianne da Costa Penha
Gabriella Lucena Feitosa
Mayra Hadassa Ferreira Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

V977 Voz profissional: práticas integradas de ensino, pesquisa e extensão universitária / Organizadoras Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva, Aline Menezes Guedes Dias de Araújo, Patrícia Brianne da Costa Penha, et al. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Outras organizadoras
Gabriella Lucena Feitosa
Mayra Hadassa Ferreira Silva

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-258-0426-2
DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.262221108>

1. Ensino superior. I. Lima-Silva, Maria Fabiana Bonfim de (Organizadora). II. Araújo, Aline Menezes Guedes Dias de (Organizadora). III. Penha, Patrícia Brianne da Costa (Organizadora). IV. Título.

CDD 378

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING-UFPB) pelo auxílio financeiro para publicação deste *e-book*, o qual permitirá alcançar e inspirar novos pesquisadores quanto ao universo e encantadora área dos profissionais da comunicação.

À Secretaria de Educação e Cultura do município de João Pessoa (SEDEC-JP) e ao Centro Integrado de Operações Policiais (CIOP – PB), pela parceria desde o início do projeto de extensão ASSEVOX.

À Pró-Reitoria de Pós-Graduação (PRPG-UFPB), a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a Pró-Reitoria de Pesquisa (PROPESQ), ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e o Programa de Bolsas de Extensão (PROBEX), pelo apoio financeiro por meio das bolsas de estudo.

À colaboração, participação, carinho e receptividade de todos os profissionais da voz que, direta ou indiretamente, contribuíram para que as pesquisas fossem desenvolvidas.

Ao empenho e dedicação de todos os extensionistas, colaboradores do ASSEVOX e aos alunos do Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPGFon – UFPB, UFRN, UNCISAL), por tornar possível a elaboração dos trabalhos que contemplam esta obra fascinante e inestimável.

PREFÁCIO

Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

Este *e-book* é uma coletânea de experiências vivenciadas a partir da minha inserção, em 2011, como docente no Departamento de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Ao ingressar nessa instituição, desenvolvi um projeto de extensão chamado Programa de Assessoria em Voz para professores (ASSEVOX), baseado nos conhecimentos que obtive no período em que cursei mestrado e doutorado, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Léslie Piccolotto Ferreira e da Prof^a. Dr^a. Zuleica Camargo.

Então, no ano seguinte, com o desejo que os alunos extensionistas pudessem vivenciar a realidade dos professores por meio de experiências práticas que ultrapassassem os muros da universidade, submeti o ASSEVOX ao Edital Probex 2012 da UFPB, porém infelizmente não recebemos a bolsa. Mesmo assim, com um grupo pioneiro de seis alunos iniciamos nossas ações por meio de um projeto Flux (Projeto só com alunos voluntários) em uma escola privada com o objetivo de promover saúde vocal para os professores e para comunidade escolar. Lembro que passamos por vários desafios, pois a sala que a escola nos cedeu para a coleta não era um ambiente limpo, agradável, porém, não nos desanimamos e limpamos, pintamos as paredes e reformamos toda a sala. Logo após a reforma, iniciamos nossas avaliações e oficinas de saúde vocal. Lembro até hoje que muitos professores ficaram surpresos com o nosso ato de limpar a sala, pois nunca ninguém tinha feito algo de melhoria naquela sala, e diziam: *“Ela era uma sala abandonada”*; *“...era um verdadeiro depósito da escola, agora está outra sala, bem organizada e limpa”*.

Vale salientar que na primeira reunião com a diretora desta escola, foi ressaltado que realizaríamos avaliações vocais dos professores, mas que após esses procedimentos, os professores participantes do projeto receberiam os relatórios com o diagnóstico e em sequência participariam de oficinas de vivência de voz com conteúdo teórico e prático, dentro da escola. Além disso, nossa equipe inseriu ações de saúde vocal nos eventos do calendário da escola (dia do estudante, dia do professor, dia da família, entre outros).

Em seguida, em 2013, demos um passo importante para o ASSEVOX, conseguimos a aprovação do projeto com bolsa no Edital Probex 2013, e realizamos uma parceria com a Secretaria de Educação e Cultura de João Pessoa (SEDEC-JP). Assim, entre 2012 a 2019, com apoio do Edital Probex e Flux (UFPB), passaram mais de 60 extensionistas no nosso projeto, desde alunos de graduação, pós-graduação e de outros cursos (Psicologia, Fisioterapia, entre outros). Atualmente, o ASSEVOX conseguiu contemplar 15 escolas da rede pública e privada, sendo do ensino infantil, fundamental e médio. Além disso,

no decorrer desses sete anos, de forma presencial, realizamos em média 420 triagens vocais, 44 oficinas de vivência em voz e 21 palestras. Na última palestra, realizada em 2019, fomos convidados pela SEDEC-JP para falar sobre a importância da voz no trabalho docente e manuseio dos amplificadores de voz, na qual eu e minha doutoranda Patrícia Penha, apresentamos dados relevantes das pesquisas desenvolvidas pelo ASSEVOX e estratégias de manuseio correto dos microfones (amplificadores de voz). Vale salientar que foram entregues mais de 500 amplificadores aos professores participantes deste evento.

Tais ações realizadas ao longo desse período, nos renderam diversos produtos, dentre eles a participação em eventos (congressos, seminários, encontros) locais, regionais e nacionais, 10 publicações de artigos científicos em revistas nacionais e internacionais, 14 capítulos de livro, 73 trabalhos completos, resumos expandidos e anais, 21 trabalhos de conclusão de curso, 31 trabalhos de iniciação científica, 5 dissertações, entre outros.

Entretanto, nos primeiros meses de 2020, fomos surpreendidos pelo início da pandemia do SARS-CoV-2, uma síndrome respiratória de rápida disseminação. A partir de então, diversas medidas da Organização Mundial da Saúde (OMS) passaram a ser tomadas a fim de evitar a propagação desse vírus, entre elas, o distanciamento social. Tal fato trouxe como principal impacto ao projeto ASSEVOX a impossibilidade de realizar as ações (oficinas, triagens e atendimentos) de modo presencial. Em consequência dessas diversas mudanças, o projeto precisou se reinventar e se adaptar à nova realidade, utilizando as plataformas digitais para continuar desenvolvendo as suas atividades e contribuindo, mais do que nunca, para a sociedade e comunidade acadêmica. Além disso, o projeto que antes era voltado somente para professores, ampliou o seu público-alvo para todos os profissionais da voz (professores, teleoperadores, influenciadores digitais, atores, cantores, telejornalistas e entre outros) e assim, passou a ser chamado de Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz (ASSEVOX).

Conforme essa nova roupagem, o ASSEVOX se mostrou com bases sólidas e com um excelente potencial de se adequar as novas situações. Neste período, idealizamos tornar nosso perfil do *Instagram* uma revista digital, contendo informações acessíveis aos profissionais da voz e a toda comunidade. Por meio de reuniões, criamos conteúdos, elaboramos meios de interação e passamos a ampliar nosso olhar sobre as mais diversas formas de promoção da saúde. Com isso, prosseguimos com nossos projetos de iniciação científica, discutimos capítulos de livros, participamos de aulas abertas e de eventos regionais, publicamos artigos científicos e, acima de tudo, impulsionamos os nossos sonhos!

Atualmente, nós tivemos o projeto “Análise dos efeitos de um programa de saúde vocal à distância para professores do estado da Paraíba” aprovado no Edital Demanda Universal n° 09/2021, fomentado pela Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba (FAPESQ), que traz ineditude na medida que não se encontram outras propostas

em vigor no estado com a finalidade de assistir e apoiar o profissional imprescindível para o desenvolvimento da nossa sociedade, como o professor. Sendo assim, por meio da execução deste novo projeto, poderemos favorecer questões relacionadas à saúde e qualidade de vida de diversos educadores do estado, em especial, aqueles que não possuem possibilidades ou condições financeiras de serem acompanhados por um profissional fonoaudiólogo.

Este *e-book* é parte de uma trajetória linda e cheia de desafios. Um caminho percorrido com dedicação, responsabilidade e união. Por isso, convidamos você leitor(a) a conhecer um pouco mais sobre o trabalho desempenhado pelo grupo ASSEVOX ao longo desses 10 anos.

Desejo que faça uma boa leitura e que esta obra seja inspiração para todos aqueles que desejam trilhar os caminhos da extensão, ensino e pesquisa universitária.

APRESENTAÇÃO

Este *e-book* intitulado “**Voz profissional: práticas integradas de ensino, pesquisa e extensão universitária**” é resultado de um projeto de extensão denominado “Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz” (ASSEVOX), o qual vem sendo desenvolvido desde o ano de 2012 com o apoio do edital do Programa de Bolsas de Extensão (PROBEX) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), cujo principal objetivo é promover saúde vocal e prevenir distúrbios da voz no mais diversos profissionais que dependem da mesma para exercer seu trabalho.

Nesta obra, foram reunidos 14 capítulos que explanam desde a experiência dos discentes e docentes que participaram do programa de assessoria em voz, à temáticas relacionadas à prevenção dos distúrbios da voz, promoção da saúde vocal e em torno da expressividade. Neles, estão dispostos estudos acerca de professores, teleoperadores, telejornalistas e influenciadores digitais. A proposta deste *e-book* é ampliar os conhecimentos de graduandos, pós-graduandos e profissionais da Fonoaudiologia, bem como a todos aqueles que apresentem interesse em estudar os profissionais da voz. Além disso, esperamos incentivar e impulsionar o desenvolvimento de pesquisas através da visão e experiências de uma extensão universitária.

Importante destacar que esta obra é composta por resultados de pesquisas de iniciação científica e de vivências em torno da extensão universitária ASSEVOX. Os capítulos foram elaborados por estudantes (graduandos e pós-graduandos) e de profissionais pesquisadores da UFPB e de outras instituições (UNIPÊ e PUC-SP) que, de forma responsável e qualificada, se propuseram a explicar seus estudos com temáticas atuais e relevantes para a comunidade científica e a sociedade como um todo.

Desejamos uma ótima leitura!

Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

Aline Menezes Guedes Dias de Araújo

Patrícia Brianne da Costa Penha

Gabriella Lucena Feitosa

Mayra Hadassa Ferreira Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

VIVÊNCIAS DOS EXTENSIONISTAS INTEGRANTES DE UM PROGRAMA DE ASSESSORIA VOCAL PARA PROFISSIONAIS DA VOZ - ASSEVOX

Lorena Sampaio Duarte
Eduardo Lucas Sousa Enéas
Giulia Alfredo Moreira
Maria Paloma Costa Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211081>

CAPÍTULO 2..... 12

ASSEVOX QUE FEZ SENTIDO: RELATOS DE EXPERIÊNCIA DE DOCENTES DO ENSINO PÚBLICO DE JOÃO PESSOA, PB

Adriana Carla de Sousa Turczinski
Eduardo Lucas Sousa Enéas
Iago Victor Amorim Teixeira
Viviane Maria Da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211082>

CAPÍTULO 3..... 22

AUTOPERCEÇÃO DA EXPRESSIVIDADE DO PROFESSOR DA EDUCAÇÃO INFANTIL NO ENSINO REMOTO

Mayra Hadassa Ferreira Silva
Cícera Geangela Alves Félix
Gabriella Lucena Feitosa
Patrícia Brianne da Costa Penha
Rebecka Victória Ferreira de Sousa
Danilo Augusto de Holanda Ferreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211083>

CAPÍTULO 4..... 31

CONDIÇÕES DE TRABALHO E DE VOZ DE PROFESSORES DO ENSINO FUNDAMENTAL NO CONTEXTO REMOTO

Rebecka Victória Ferreira de Sousa
Clara Horrana Amaral Santos
Patrícia Brianne da Costa Penha
Gabriella Lucena Feitosa
Mayra Hadassa Ferreira Silva
Danilo Augusto de Holanda Ferreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211084>

CAPÍTULO 5..... 41

CONDIÇÕES DE TRABALHO E AUTOPERCEÇÃO DA VOZ E DA EXPRESSIVIDADE

DE PROFESSORES DO ENSINO SUPERIOR NO CONTEXTO REMOTO

Gabriella Lucena Feitosa
Patrícia Brianne da Costa Penha
Mayra Hadassa Ferreira Silva
Rebecka Victória Ferreira de Sousa
Danilo Augusto de Holanda Ferreira
Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211085>

CAPÍTULO 6..... 51

RELAÇÃO ENTRE O USO VOCAL E AS DORES CORPORAIS AUTORREFERIDAS PELOS PROFESSORES

Tháise Sara Costa Dias
Patrícia Brianne da Costa Penha
Pâmela Pontes dos Santos
Soeme Ferreira dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211086>

CAPÍTULO 7..... 60

ASPECTOS PERCEPTIVOS DA EXPRESSIVIDADE DE FALA DE TELEOPERADORES EM UMA CENTRAL DE ATENDIMENTOS DE EMERGÊNCIA

Maryelle Thayane Lins da Silva
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo
Ana Beatriz Santana de Moraes
Bárbara Tayná Santos Eugênio da Silva Dantas
Cláudio da Cruz Santos
Giulia Alfredo Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211087>

CAPÍTULO 8..... 70

RELAÇÃO ENTRE OS PARÂMETROS PERCEPTIVOS E A AGRADABILIDADE DA VOZ DE TELEOPERADORES DE UMA CENTRAL DE ATENDIMENTO A EMERGÊNCIAS

Stherfanny Maia Evangelista de Lima
Bárbara Tayná Santos Eugênio da Silva Dantas
Helmana de Macêdo Nunes
Débora Nayara do Vale Moraes
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo
Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211088>

CAPÍTULO 9..... 79

ASPECTOS DA QUALIDADE E DINÂMICA VOCAL DE TELEOPERADORES DE UMA CENTRAL DE ATENDIMENTO A EMERGÊNCIAS

Maria Luiza Cruz Leite Lira
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo

Bárbara Tayná Santos Eugênio da Silva Dantas
Cláudio da Cruz Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.2622211089>

CAPÍTULO 10..... 89

RELAÇÃO ENTRE OS SINTOMAS DA COVID-19 E A QUALIDADE DE VIDA EM VOZ DOS TELEOPERADORES DE UMA CENTRAL DE ATENDIMENTO A EMERGÊNCIAS

Ana Beatriz Santana de Moraes
Bárbara Tayná Santos Eugênio da Silva Dantas
Cláudio da Cruz Santos
Aline Menezes Guedes Dias de Araújo
Larissa Nadjara Alves Almeida
Millena Irley Batista da Silva
Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.26222110810>

CAPÍTULO 11..... 98

RELAÇÃO ENTRE OS SINTOMAS VOCAIS E DE ESTRESSE EM TELEOPERADORES DE EMERGÊNCIA

Soeme Ferreira dos Santos
Camila Macêdo Araújo de Medeiros
Gabriella Lucena Feitosa
Tháise Sara Costa Dias
Patrícia Brianne da Costa Penha
Valdízia Domingos da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.26222110811>

CAPÍTULO 12..... 108

EFEITOS DE UM PROGRAMA DE ASSESSORIA EM VOZ PARA TELEOPERADORES DE EMERGÊNCIA POLICIAL

Vanderssom Correia Lima
Eduardo Lucas Sousa Enéas
Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.26222110812>

CAPÍTULO 13..... 117

VARIAÇÃO FONÉTICA DO SOTAQUE REGIONAL EM APRESENTADORAS DE TELEJORNALIS: UMA AVALIAÇÃO POR MEIO DO VOCAL *PROFILE ANALYSIS SCHEME*

Wégina Jordana da Silva
Ewelín Maria Lemos Fernandes
Telma Dias dos Santos
Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.26222110813>

CAPÍTULO 14..... 128

INFLUENCIADORAS DIGITAIS: ANÁLISE DA EXPRESSIVIDADE E A CONTRIBUIÇÃO DA COMUNICAÇÃO PARA O MERCADO CONSUMIDOR DA CIDADE DE JOÃO PESSOA

Ana Carla Cardoso Guedes Moreira

Hionara Nascimento Barboza

Laurinda Soares da Franca Pereira

Weidinara de Oliveira Rodrigues da Fonseca

Telma Dias dos Santos

Maria Fabiana Bonfim de Lima-Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.26222110814>

SOBRE OS AUTORES 139

INFLUENCIADORAS DIGITAIS: ANÁLISE DA EXPRESSIVIDADE E A CONTRIBUIÇÃO DA COMUNICAÇÃO PARA O MERCADO CONSUMIDOR DA CIDADE DE JOÃO PESSOA

Ana Carla Cardoso Guedes Moreira

Universidade Federal da Paraíba - UFPB
João Pessoa – Paraíba
<https://orcid.org/0000-0003-2625-4917>

Hionara Nascimento Barboza

Universidade Federal da Paraíba - UFPB
João Pessoa – Paraíba
<https://orcid.org/0000-0003-2539-618x>

Laurinda Soares da Franca Pereira

Universidade Federal da Paraíba - UFPB
João Pessoa – Paraíba
<https://orcid.org/0000-0003-1733-0092>

Weidinara de Oliveira Rodrigues da Fonseca

Universidade Federal da Paraíba - UFPB
João Pessoa – Paraíba
<https://orcid.org/0000-0003-4898-4881>

Telma Dias dos Santos

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
- PUC-SP
São Paulo - São Paulo
<https://orcid.org/0000-0002-8955-7707>

Maria Fabiana Bonfim de Lima Silva

Universidade Federal da Paraíba – UFPB
João Pessoa – Paraíba
<https://orcid.org/00000002-2348-8374>

RESUMO: A expressividade é uma das ferramentas-chave para que o sujeito comunique suas intenções e o ouvinte as interprete, uma vez que as informações dessa interação são cheias de significado. Não é apenas sobre o que comunicar, mas como comunicar e a quem comunicar. Como a fala pode assumir diferentes

interfaces e que estas podem ser estratégicas conforme seu uso/fim. Ao perceber a importância das redes sociais na comunicação do mundo moderno faz-se necessário um olhar diferenciado para os novos profissionais da comunicação. A era digital trouxe novas perspectivas na área de *marketing* que fizeram de influenciadores digitais protagonistas de vários mercados, dentre esses, o da moda. **Objetivo:** contribuir para uma compreensão mais detalhada dos recursos de expressividade usados pelas influenciadoras digitais da cidade de João Pessoa (Paraíba) e da sua relação no comportamento de consumo por meio do *Instagram*, rede social que tem se destacado como ferramenta importante na indústria da moda. **Métodos:** trata-se de uma pesquisa retrospectiva, observacional, de natureza qualitativa-descritiva. A amostra foi composta por três influenciadoras digitais locais de moda, residentes na cidade de João Pessoa, que utilizam a rede social *Instagram* como instrumento de trabalho. Os dados dos vídeos foram analisados com o auxílio do Roteiro Fonoaudiológico de Observação da Expressividade (RoFOE). **Resultados:** foram encontrados alguns padrões semelhantes entre as três influenciadoras, como a segurança, confiança e naturalidade na fala, através de uma comunicação cativante. Quanto à expressividade, diferenciam-se entre qualidade vocal e aspectos verbais e não verbais, imprimindo cada uma sua identidade. **Conclusão:** a partir da análise foi possível observar que a expressividade é um

recurso necessário para esse novo campo de atuação profissional, pois é com ela que os *influencers* vão atingir o público-alvo de maneira eficaz e eficiente, e assim conseguir vender o produto proposto.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Comportamento do Consumidor. Internet. Redes sociais.

DIGITAL INFLUENCERS: ANALYSIS OF EXPRESSIVENESS AND THE CONTRIBUTION OF COMMUNICATION TO THE CONSUMER MARKET IN THE CITY OF JOÃO PESSOA

ABSTRACT: Expressiveness is one of the key tools for the subject to communicate their intentions and the listener to interpret them, since the information from this interaction is full of meaning. It's not just about what to communicate, but how to communicate and to whom to communicate. How speech can take on different interfaces and that these can be strategic according to their use/purpose. When realizing the importance of social networks in communication in the modern world, it is necessary to take a different look at new communication professionals. The digital age has brought new perspectives in the marketing area that have made digital influencers protagonists in several markets, including fashion.

Objective: to contribute to a more detailed understanding of the expressiveness resources used by digital influencers in the city of João Pessoa (Paraíba) and their relationship in consumer behavior through Instagram, a social network that has stood out as an important tool in the fashion industry. **Methods:** this is a retrospective, observational, qualitative-descriptive research. The sample consisted of three local digital fashion influencers, residents in the city of João Pessoa, who use the Instagram social network as a work tool. The data from the videos were analyzed with the aid of the Speech-Language Pathology for Observation of Expressiveness (RoFOE). **Results:** some similar patterns were found among the three influencers, such as security, confidence and naturalness in speech, through captivating communication. As for expressiveness, they differ between vocal quality and verbal and non-verbal aspects, each imprinting its identity. **Conclusion:** from the analysis, it was possible to observe that expressiveness is a necessary resource for this new field of professional activity, as it is with it that influencers will reach the target audience effectively and efficiently, and thus be able to sell the proposed product.

KEYWORDS: Communication. Consumer behavior. Internet. Social networks.

1 | INTRODUÇÃO

A comunicação é objeto de estudo da Fonoaudiologia em seus mais diversos aspectos e o conceito de expressividade pode ser destacado como um nível de informação nesse processo. Assim, a expressividade é um dos pontos chave para que o sujeito comunique suas intenções, e a mensagem chegue no ouvinte de maneira eficaz. Além disso, o indivíduo carrega na sua fala características e padrões da sociedade em que vive. Não é apenas sobre o que comunicar, mas como comunicar e a quem comunicar, uma vez

que a fala pode assumir diferentes interfaces e estas podem ser estratégicas conforme seu uso/fim (BELLER, 2008).

A expressividade dos profissionais da comunicação pode ser analisada sob a ótica fonoaudiológica de maneira diversa e integrada, porém este capítulo baseia-se nos conceitos de (FERREIRA, 2010; PENTEADO; PECHULA, 2018), que considera: a expressividade verbal, como o conteúdo textual, a expressividade vocal/oral (voz, articulação, modulação, ritmo de fala, *pitch*, *loudness*, ressonância, prosódia) e expressividade não verbal, como gestos e expressão facial.

Ao perceber a importância das redes sociais na comunicação no mundo moderno faz-se necessário um olhar diferenciado para os novos profissionais da comunicação. A internet possibilitou novas mudanças na área de *marketing*, oferecendo subsídios para o *marketing* digital, viabilizando influenciadores digitais protagonistas de vários mercados, dentre esses, o da moda. O que acontece é que as informações ao invés de divulgadas diretamente pela marca/loja, passam a acontecer através do influenciador digital, que as transmite de uma forma mais pessoal, filtrada e direcionada para os seus seguidores (FERNANDES, 2018).

Vale salientar que a moda engloba estilo, personalidade, atitude, *glamour*, dinheiro e com o passar dos anos assume também a forma de se comunicar e, mais que isso, uma maneira de reivindicar e de se expressar. Desse modo, o caráter de proximidade e identificação entre os seus seguidores e influenciadores digitais somado à nova modalidade de mercado, uso comercial através das mídias sociais, constitui-se como a mais impactante revolução da comunicação humana (SAAD, 2003).

De acordo com pesquisa varejista, realizada pela *PricewaterhouseCoopers* (PwC) em 2015, 77,00% dos consumidores brasileiros já foram influenciados nas suas decisões de compra por informações obtidas por meio das redes sociais. Número expressivo e acima da média global, que reflete a importância das interações sociais no atual modelo de consumo, demonstrando o quão estão receptivos a novas ideias, sugestões e recomendações destas.

Diante disso, os ambientes virtuais deixaram de ser vistos apenas como redes de relacionamento e passaram a ser visualizados também numa perspectiva comercial. As empresas começaram a se posicionar nas redes sociais de forma estratégica com o objetivo de influenciar o comportamento do consumidor, revolucionando assim, a maneira de fazer *marketing* e de consumir da sociedade (HANNA; ROHM; CRITTENDEN, 2011).

Uma das redes sociais de maior destaque atualmente é o *Instagram*. O aplicativo, cuja função principal é o compartilhamento de fotos e vídeos, tem sido utilizado de maneira intensa, principalmente no mundo da moda, gerando negócios para empresas e usuários. Tal plataforma se sobressai no segmento *fashion*, que trabalha estrategicamente com os desejos e aspirações das pessoas, sendo eficiente na criação da identidade visual de

profissionais e empresas. E nesse período de pandemia, essa ferramenta do *Instagram* foi essencial para os lojistas manterem suas vendas *on-line* (HINERASKY, 2014).

Apesar do crescente interesse por influenciadores digitais na recomendação e divulgação de marcas, produtos e tendências no mundo da moda, poucos estudos analisaram como pode ser caracterizada a expressividade desses profissionais que constroem um vínculo com seus seguidores e influenciam nas escolhas através das sugestões ofertadas por eles.

O estudo visou contribuir para uma compreensão mais detalhada dos recursos de expressividade usados pelos influenciadores digitais da cidade de João Pessoa e da sua relação no comportamento de consumo por meio do *Instagram*, rede social que tem se destacado como instrumento importante na indústria da moda.

2 | MÉTODOS

O presente estudo trata-se de uma pesquisa retrospectiva, observacional, de natureza qualitativa-descritiva. Segundo Augusto et al (2013), a pesquisa qualitativa permite a análise do conteúdo em um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando, procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. A coleta de dados foi realizada com material de domínio público através da rede social *Instagram*, sendo dispensada a aprovação do comitê de ética.

A amostra foi composta por três influenciadoras digitais locais de moda, residentes na cidade de João Pessoa (Paraíba-PB), que usam a rede social *Instagram* como ferramenta de trabalho. *Influencer 1*, Rafaella Gadelha (@rafinhagadelha) com 622 mil seguidores, *Influencer 2*, Renata Uchôa (@reuchoam) com 479 mil seguidores e *Influencer 3*, Achadinhos da Nega, por Diene Toscano (@dienetoscano), com 231 mil seguidores.

A coleta de dados foi realizada na rede social *Instagram*, através dos vídeos publicados, nos *stories* e IGTV das influenciadoras digitais selecionadas para o presente estudo, sendo dividido em três etapas principais. Os vídeos foram analisados por 6 avaliadoras Fonoaudiólogas, dentre elas, a autora do roteiro utilizado no presente estudo.

A primeira etapa do estudo consistiu no acesso ao *Instagram* de cada *influencer* para verificar a quantidade de seguidores e os tipos de conteúdo oferecidos. Com a verificação do perfil do *Instagram*, as pesquisadoras escolheram vídeos de 30 segundos em que tivessem de corpo inteiro falando sobre algum produto.

Na segunda etapa, cada avaliadora fez a sua avaliação individualmente, seguindo o Roteiro Fonoaudiológico de Observação da Expressividade (RoFOE) (SANTOS, 2019; SANTOS; FERREIRA, 2019). O roteiro é dividido em duas sessões: a primeira parte é a análise do impacto da comunicação, ou seja, avaliar questões sobre a fala e o que ela transmite, por exemplo, observar se a influenciadora fala naturalmente, transmite

segurança, é convincente, dentre outros aspectos; a segunda sessão contempla a análise da expressividade, ou seja, os aspectos vocais, verbais e não verbais utilizados pelos participantes da pesquisa.

No terceiro momento, ocorreu uma discussão em grupo das avaliadoras sobre cada aspecto avaliado das participantes do estudo, e também a construção de um único quadro para cada participante com os resultados encontrados na análise. Ainda na terceira etapa a avaliadora autora do roteiro realizou a sua análise e fez as considerações finais, resultando no quadro apresentado nos resultados. Os dados coletados dos vídeos foram registrados em uma planilha e analisados qualitativamente, considerando os dados do RoFOE.

Cada *digital influencer* analisada no presente estudo foi identificada no decorrer do texto com siglas específicas para melhorar o entendimento do leitor. São elas: Influenciadora 1 – I1; Influenciadora 2 – I2; Influenciadora 3 – I3.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Considerando o Roteiro Fonoaudiológico de Observação da Expressividade (RoFOE) (SANTOS, 2019; SANTOS; FERREIRA, 2019) foram encontrados alguns padrões semelhantes entre as três influenciadoras, como a segurança e naturalidade na fala, assim como demonstraram autoconfiança e firmeza através de uma comunicação cativante. O RoFOE apresentou relevante nível de aplicabilidade, reprodutibilidade e alto coeficiente de estabilidade e de consistência interna, constituindo-se como um instrumento importante para o uso do fonoaudiólogo no atendimento terapêutico ou de assessoria a profissionais da voz (SANTOS, 2019).

No tocante à expressividade, as participantes diferenciam-se entre qualidade vocal e aspectos verbais e não verbais, imprimindo sua identidade. Quanto à qualidade vocal, usaram-na de forma positiva atendendo à atividade profissional, tanto no *pitch* quanto na *loudness*, dissonando apenas quanto à ressonância, com duas delas hipernasais (*Influencer 1 e 3*) e apenas uma com ressonância equilibrada (*Influencer 2*) o que não traz repercussões quanto a seus seguidores. A maior variação na análise ocorre quanto aos aspectos verbais com variação na articulação, sendo apenas a *influencer 1* um pouco travada e as demais precisas; as durações das pausas dividem-se em breves e média, como mostra o Quadro 1. O ponto mais variado foi o da velocidade de fala, onde cada uma delas apresentou uma variação diferente: a primeira foi média; a segunda, aumentada e a terceira diminuída.

Impacto inicial da comunicação	Expressividade Qualidade vocal	Expressividade Aspectos verbais	Expressividade Aspectos não verbais	Pontos fortes
<ul style="list-style-type: none"> - Fala natural - Fala com segurança - É convincente - Parece ser agradável - Apresenta comunicação cativante - Parece entender do assunto 	<ul style="list-style-type: none"> - Chama atenção de forma positiva - É capaz de atender a atividade profissional - O <i>pitch</i> utilizado atende as necessidades profissionais - Loudness atende a situação habitual profissional - Ressonância equilibrada 	<ul style="list-style-type: none"> - Articulação precisa - Pausa média - Duração de pausas breves - Velocidade de fala aumentada - Recursos de ênfases naturais - Ênfase frequente: Elevação de loudness e prolongamento de sílabas (Ex: Maaaravilhosa) - Fala apresenta traços de oralidade - Não apresenta vícios na emissão de fala - Fala organizada - Leitura construída 	<ul style="list-style-type: none"> - Movimentos dos lábios, olhos e sobrancelhas presentes (está de óculos) - Mantém contato visual natural em diferentes situações de fala - Consegue se movimentar naturalmente - Os movimentos corporais são constantes e sincronizados com a fala - Leitura construída 	<p>Uso de movimentação das mãos</p>

Quadro 1 - Análise da expressividade da *Influencer 1*.

Fonte: dados da pesquisa, 2020.

Dentre as características de ênfase frequente, houve semelhança quanto à elevação de *loudness* e prolongamento de sílabas, artifícios que prendem a atenção e despertam interesse, além destes, a modulação ascendente/descendente também foi usada como recurso tanto pela influenciadora 1 quanto pela 3. Em certos momentos do discurso, existiu o emprego de traços de oralidade, como a repetição de palavras de reforço positivo, assim como a omissão de sílaba final, este apenas evidente na *influencer 3*, como explicitado no quadro 3. Apenas na I3 observou-se vícios na emissão de fala.

Em se tratando dos aspectos não-verbais, temos como frequentes o fato de movimentarem-se naturalmente e estes serem sincronizados com a fala, bem como a presença de movimentos dos lábios, olhos e sobrancelhas. No que concerne aos vícios de expressão, a I1 mexe no cabelo e a I3, faz uso frequente das mãos. O contato visual apresentou-se diferente entre elas, visto que a primeira não manteve contato visual natural, pois olhava para o celular por estar se filmando de frente ao espelho, enquanto a *influencer 2* estava de óculos, mas direcionava o olhar para câmera em diferentes situações de fala; e a última, apresentou contato visual constante com a câmera em diferentes situações de fala, como observada na Quadro 2.

Impacto inicial da comunicação	Expressividade Qualidade vocal	Expressividade Aspectos verbais	Expressividade Aspectos não verbais	Pontos fortes
<ul style="list-style-type: none"> - Fala natural; - Fala com segurança - É convincente; - Parece ser agradável; - Apresenta comunicação cativante; - Parece entender do assunto; 	<ul style="list-style-type: none"> - Chama atenção de forma positiva; - É capaz de atender a atividade profissional; - O <i>pitch</i> utilizado atende as necessidades profissionais; - <i>Loudness</i> atende a situação habitual profissional; - Ressonância hipernasal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Articulação um pouco travada; - Pausa média; - Duração de pausas breves; - Velocidade de fala média; - Recursos de ênfases naturais; - Ênfase frequente: Elevação de <i>loudness</i> e prolongamento de sílabas, modulação ascendente/descendente; - Fala apresenta traços de oralidade; - Não apresenta vícios na emissão de fala; - Fala organizada; - Leitura natural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Movimentos dos lábios, olhos e sobrancelhas presentes; - Não mantém contato visual natural em diferentes situações de fala (= apenas olha para o celular); - Expressão artificial (risada); - Consegue se movimentar naturalmente; - Os movimentos corporais são sincronizados e constantes com a fala; - Movimento/ gesto como vício de expressão: mexer no cabelo (3x). 	<ul style="list-style-type: none"> - Ênfase com <i>loudness</i> e modulação.

Quadro 2 - Análise da Expressividade da *Influencer 2*.

Fonte: dados da pesquisa, 2020.

Impacto inicial da comunicação	Expressividade Qualidade vocal	Expressividade Aspectos verbais	Expressividade Aspectos não verbais	Pontos fortes
<ul style="list-style-type: none"> - Fala natural; - Fala com segurança; - É convincente; - Parece ser agradável; - Apresenta comunicação cativante; - Parece entender do assunto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chama atenção de forma positiva; - A qualidade vocal é capaz de atender a atividade profissional; - O pitch utilizado atende as necessidades profissionais; - Loudness atende a situação habitual profissional; - Ressonância hipernasal 	<ul style="list-style-type: none"> - Articulação precisa; - Pausa média; - Duração de pausas média; - Velocidade de fala diminuída; - Recursos de ênfases excessivos; - Ênfase frequente: Elevação de <i>loudness</i> e prolongamento de sílabas, modulação ascendente/descendente; - Fala apresenta traços de oralidade (com presença de omissão da sílaba final e repetição “sou fã”); - Apresenta vícios na emissão de fala (A emissão da palavra “gente”); - Fala organizada; - Leitura natural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Movimentos dos lábios, olhos e sobrancelhas presentes; - Mantém contato visual natural em diferentes situações de fala; - Consegue se movimentar naturalmente; - Vícios de expressão: uso frequente das mãos; - Os movimentos corporais são sincronizados e constantes com a fala. 	<ul style="list-style-type: none"> Ênfase com loudness, prolongamento de sílabas e fala bem regional, com sotaque enfatizado; - Fala bem mais popular tenta se aproximar do público de forma geral.

Quadro 3 - Análise da expressividade da *Influencer 3*.

Fonte: dados da pesquisa, 2020.

Cada uma delas possui pontos fortes distintos que imprimem seu perfil, no caso da I1, apresenta ênfase tanto na *loudness* quanto na modulação; enquanto a I2 faz uso da movimentação das mãos e do corpo. Já na digital I3 é marcante a ênfase com *loudness*, prolongamento de sílabas e fala bem regional, com sotaque enfatizado. Além disso, observou-se na I3 que ao contrário das colegas, não veste as roupas, apenas segura-as na mão; sua fala é bem mais popular, informal e espontânea, o que a aproxima do público de forma geral, como observado no Quadro 3.

Tendo em vista o crescimento exponencial da *internet* abriu portas para uma nova economia que vem criando uma forte ascensão do produto digital, como consequência disso, possibilitou que formadores de opinião virtuais reunissem em torno de seus perfis audiências ao mesmo tempo globais e segmentadas (LYONS; HENDERSON, 2005).

Alguns estudos já haviam apontado a falta de instrumentos de avaliação fonoaudiológica validados que pudessem ser utilizados junto aos profissionais da voz (DINIS; GOUVEIA; XAVIER, 2011; ALEXANDRE; COLUCI, 2011; GURGEL; KAISER, 2016). No entanto, o Roteiro Fonoaudiológico de Observação da Expressividade – RoFOE (SANTOS, 2019; SANTOS; FERREIRA, 2019) utilizado neste estudo serviu como um eficaz guia na avaliação da expressividade das três influenciadoras digitais, pois, proporcionou a análise de todos os parâmetros de forma direcionada em cada participante com alto nível de concordância entre as avaliadoras mencionadas na metodologia.

Os influenciadores digitais são, sem dúvida, uma parcela dos profissionais da

voz da atualidade que apresentam demanda de comunicação diversa e com suas peculiaridades. Nesse contexto, a intervenção fonoaudiológica pode contribuir bastante para o aperfeiçoamento da expressividade, atuando no trabalho de qualidade vocal, na respiração, na postura corporal, na prosódia e nos aspectos não verbais, além de trabalhar todo o contexto comunicativo com a finalidade de alcançar objetivos específicos (RODERO et al., 2018).

É notória a importância desses profissionais, que pode ser observada através das respostas provocadas nas redes sociais virtuais, uma vez que suas postagens geram significativas curtidas, comentários, compartilhamentos e o boca a boca, de tal forma que se trata de uma excelente ferramenta de *marketing* para a empresa, que os contrata a um baixo custo. Além disso, a empresa acompanha uma tendência de mercado que inclui cada vez mais consumidores (CALDER; MALTHOUSE; MASLOWSKA, 2016).

Essa se constitui na principal contribuição do trabalho: identificar de que forma é possível gerar mais engajamento em contextos de redes sociais virtuais com o uso da expressividade. Os resultados esperados dessa interação são as medidas de engajamento que refletem expressões comportamentais positivas para o mercado de consumo (CALDER; MALTHOUSE; MASLOWSKA, 2016).

A expressividade atua diretamente na valorização e potencialização nos efeitos dos recursos vocais e não verbais, quando se utiliza dela com finalidade específica, como influenciar alguém sobre algo (PENTEADO; PECHULA, 2018). A expressividade, pode passar para o ouvinte tanto pontos positivos como confiança, dinamismo e credibilidade na fala, como também pode transmitir uma mensagem negativa, por exemplo, insegurança e artificialidade (SANTOS; FERREIRA, 2019).

De forma prática, os resultados desta pesquisa indicam um caminho para empresas e marcas investirem nesses indivíduos como alternativa de decisão do *mix* promocional. Além de enfatizar a importância do papel da expressividade como ferramenta principal para uma comunicação efetiva e eficaz para alcançar o objetivo pretendido, no caso influenciar as pessoas a comprarem algo.

Considerando os profissionais avaliados nesta pesquisa, sugere-se que a Fonoaudiologia pode auxiliar no aperfeiçoamento da expressividade, integrando aspectos da comunicação verbal e não verbal. Dando os subsídios necessários para tornar a comunicação desses profissionais efetiva e eficaz, além de assessorar nos aspectos importantes para desenvolver uma linguagem adequada para cada objetivo específico no trabalho de *influencer*.

4 | CONCLUSÃO

Como relevância acadêmica, esta pesquisa tem grande contribuição para o aumento de estudos na área de influenciadores digitais, oferecendo novas perspectivas de estudos que avaliem o impacto desses novos formadores de opinião como forma de ampliar a discussão sobre o tema. Gerencialmente, este trabalho se mostra útil para empresas que realizam ações com influenciadores digitais como forma de planejarem a estratégia utilizada com essas ações, assim como o que se deseja alcançar com ela.

Os influenciadores digitais se mostram como uma estratégia promissora, baseada na sua forma de se expressar e atrair o público desejado, mas é necessário verificar a eficiência que tal ação causaria. A partir da análise foi possível observar que a expressividade (recursos verbais, não verbais e vocais) é uma ferramenta necessária para esse novo campo de atuação profissional, pois é com a utilização dos recursos de expressividade que os *influencers* vão atingir o público-alvo de maneira eficaz e eficiente, e assim conseguir vender o produto proposto. Um aspecto de limitação relevante nesse trabalho foi não ser possível mensurar a real influência dos formadores de opinião digitais em suas redes sociais para a economia e vendas na empresa que a contratou, por falta de ferramentas confiáveis para tal mensuração e por falta de acesso aos perfis pessoais desses influenciadores.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, N. M. C, Coluci, M. Z. O. **Validade de conteúdo nos processos de construção e adaptação de instrumentos de medidas**. Cien Saude Colet, v.16, n.7, p.3061-68, 2011.

AUGUSTO, C. A., et al. **Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011)**. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 51, n. 4, p. 745-764, 2013.

BELLER, G. **Satellite event around speech prosody**. In: *EMUS-Staring Conference*. São Paulo, Brasil; 2008.

CALDER, B. J., MALTHOUSE, E. C., MASLOWSKA, E. **Brand marketing, big data and social innovation as future research directions for engagement**. *Journal of Marketing Management*, v. 32, n.6, p.579-585, 2016

DINIS A, Gouveia J.P, Xavier A. **Estudo das características psicométricas da versão portuguesa da Escala de Expressividade Emocional**. *Psychol*, v. 54p.111-38, 2011

FERNANDES, J.L. **O marketing digital e influenciadoras digitais no mercado de moda de Fortaleza**. 64 f. Monografia. (Graduação em Design-Moda) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.

FERREIRA, L.P. **Assessoria fonoaudiológica aos profissionais da voz**. In: Fernandes FDM, Mendes BCA, Navas ALPGP (orgs). *Tratado de Fonoaudiologia*. São Paulo: Ed Roca; p.746-53, 2010.

GURGE, L.L.G., Kaiser, V, Reppold CT. **A busca de evidências de validade no desenvolvimento de instrumentos em Fonoaudiologia: revisão sistemática.** *Audiol Commun Res.* v. 20, n.4, p.371-83, 2016.

HANNA, R., ROHM, A., CRITTENDEN, V. ***We are all connected: The power of the social media ecosystem,*** *Business Horizons*, v. 54, p.265-273, 2011.

HINERASKY, D. A. **O Instagram Como Plataforma De Negócio de Moda: dos “itbloggers” às “it-marcas”.** *Comunicom*, 2014.

LYONS, B., & HENDERSON, K. ***Opinion leadership in a computer-mediated environment.*** *Journal of Consumer Behaviour*, v. 4, n.5, 2005.

MADUREIRA, S. **O sentido do som [tese de doutorado].** São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; 1992.

PENTEADO, R.Z, PECHULA, M.R. **Expressividade em jornalismo: interfaces entre Comunicação, Fonoaudiologia e Educação.** *Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun*, v.41, n.1, p.153-66, 2018.

RODERO, E, DIAZ-RODRIGUEZ, C., LARREA, O. ***A Training Model for Improving Journalists’ Voice.*** *Journal of Voice*, v. 32, n. 2, p. 386.e11-386.e19,2018.

SAAD, B. **Estratégias para a mídia digital.** São Paulo: Ed. SENAC, 2003.

SANTOS, T.D. **Observação fonoaudiológica da expressividade do profissional da voz falada: uma proposta de roteiro. [tese de doutorado].** São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia. 2019.

SANTOS, Telma Dias dos; FERREIRA, Lésle Piccolotto. **A expressividade na avaliação da comunicação do profissional da voz: revisão da literatura.** *Revista CEFAC*, v. 21, n. 6, 2019.

SOBRE OS AUTORES

ADRIANA CARLA DE SOUSA TURCZINSK - Fonoaudióloga. Especialista em Saúde da Família pela Universidade Estadual do Ceará - UECE. Especialista em Psicomotricidade pela Universidade Estadual do Ceará - UECE. Especialista em Voz pela Faculdade IDE. Coach Pessoal e Profissional pela Sociedade Brasileira de Coaching. Colaboradora do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

ALINE MENEZES GUEDES DIAS DE ARAÚJO - Fonoaudióloga pelo Centro Universitário de João Pessoa – UNIPE. Especialista em Saúde Pública pela Faculdade de Ciências Médicas de Campina Grande – FCM. Mestre em Neurociência Cognitiva e Comportamento pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Fonoaudióloga da UFPB e da Secretaria do Estado da Saúde. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING) pela UFPB. Coordenadora Adjunta do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

ANA BEATRIZ SANTANA DE MORAIS - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Voluntária de Iniciação Científica - PIVIC. Estagiária no Programa de Estágio Extracurricular Remunerado Não Obrigatório da UFPB. Membro da Liga Acadêmica de Fonologia da UFPB - LIAFO. Membro da Liga Acadêmica de Anatomia Humana da UFPB - LAAUFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

ANA CARLA CARDOSO GUEDES MOREIRA - Fonoaudióloga. Mestranda do Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

BÁRBARA THAYNÁ SANTOS EUGÊNIO DA SILVA DANTAS - Fonoaudióloga e Mestranda do Programa de Pós-graduação em Linguística (PROLING) pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Pós-graduanda em Fonoaudiologia hospitalar e disfagia pelo Centro Universitário de João Pessoa - UNIPÊ. Colaboradora do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

CAMILA MACÊDO ARAÚJO DE MEDEIROS - Fonoaudióloga. Mestre em Linguística e Doutoranda em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB.

CÍCERA GEANGELA ALVES FÉLIX - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

CLARA HERRANA AMARAL SANTOS - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

CLÁUDIO DA CRUZ SANTOS - Fisioterapeuta pela Associação Paraibana de Ensino Renovado – ASPER. Especialista em Saúde Pública pelo CESED/FACISA. Pós-graduado em Saúde do Trabalhador

pela Faculdade Radiante. Mestrando do Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

DANILO AUGUSTO DE HOLANDA FERREIRA - Cirurgião-dentista. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Odontologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Professor do Instituto Federal da Paraíba – IFPB.

DÉBORA NAYARA DO VALE MORAIS - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

EDUARDO LUCAS SOUSA ENÉAS - Psicopedagogo e Mestre em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING) da Universidade Federal da Paraíba – UFPB.

EWELIN MARIA LEMOS FERNANDES - Fonoaudióloga. Mestranda do Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL. Colaboradora do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

GABRIELLA LUCENA FEITOSA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Bolsista de Iniciação Científica - PIBIC. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz - ASSEVOX. Extensionista do projeto Diagnóstico Auditológico e Saúde Auditiva: a realidade profissional em foco.

GIULIA ALFREDO MOREIRA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Bolsista de Iniciação Científica - PIBIC. Membro da Liga Acadêmica de Fononologia da UFPB - LIAFO. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz - ASSEVOX.

HELMANA DE MACÊDO NUNES - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Voluntária de Iniciação Científica - PIVIC. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX. Extensionista do projeto Saúde Auditiva para Bebês. Colaborador do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

HIONARA NASCIMENTO BARBOZA - Fonoaudióloga. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

IAGO VICTOR AMORIM TEIXEIRA - Graduando do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

LARISSA NADJARA ALVES ALMEIDA - Fonoaudióloga pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Especialista em Voz pelo Conselho Federal de Fonoaudiologia – CFFa, com especialização pelo Centro de Estudos da Voz – CEV. Doutora em Modelos de Decisão em Saúde pela UFPB. Pesquisadora do

Laboratório Integrado de Estudos da Voz (LIEV).

LAURINDA SOARES DA FRANCA PEREIRA - Fonoaudióloga. Especialista em Audiologia pela Faculdade Integrada de Patos - FIP. Mestranda do Programa Associado de Pós-graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

LORENA SAMPAIO DUARTE - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

MARIA FABIANA BONFIM DE LIMA-SILVA - Professora Associada do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Professora do Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING) da UFPB. Professora do Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL. Pós-Doutora em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC. Coordenadora do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

MARIA LUIZA CRUZ LEITE LIRA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

MARIA PALOMA COSTA CARVALHO - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

MARYELLE THAYANE LINS DA SILVA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

MAYRA HADASSA FERREIRA SILVA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Bolsista de Iniciação Científica – PIBIC. Extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz - ASSEVOX.

MILLENA IRLEY BATISTA DA SILVA - Fonoaudióloga. Mestre pelo Programa Associado de Pós-graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

PÂMELA PONTES DOS SANTOS - Fonoaudióloga pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

PATRICIA BRIANNE DA COSTA PENHA - Fonoaudióloga. Mestre pelo Programa Associado de Pós-graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING) pela UFPB. Colaboradora do Programa de Assessoria Vocal Para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

REBECKA VICTÓRIA FERREIRA DE SOUSA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista bolsista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

SOEME FERREIRA DOS SANTOS - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista da Equipe de Assistência Fonoaudiológica em Fluência – FLUA. Ligante do Laboratório Integrado de Estudos da Voz – LIEV. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

STHERFANNY MAIA EVANGELISTA DE LIMA - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

TELMA DIAS DOS SANTOS - Fonoaudióloga. Especialista em Voz. Mestra e Doutora em Fonoaudiologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC.

THAÍSE SARA COSTA DIAS - Graduanda do curso de Fonoaudiologia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Extensionista bolsista da Equipe de Assistência Fonoaudiológica em Fluência – FLUA. Extensionista no projeto Amamenta Mãe UFPB-HULW. Monitora da disciplina de Linguagem Oral II. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

VALDÍZIA DOMINGOS DA SILVA - Fonoaudióloga pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

VANDERSOM CORREIA LIMA - Fonoaudiólogo pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Residente do Programa de Residência Multiprofissional em Oncologia do Hospital de Câncer de Pernambuco. Ex-extensionista do Programa de Assessoria Vocal para Profissionais da Voz – ASSEVOX.

VIVIANE MARIA DA SILVA - Professora. Mestre em Letras pelo Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS) da Universidade de Pernambuco - UPE/Campus Mata Norte.

WÉGINA JORDANA DA SILVA - Fonoaudióloga pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Mestre pelo Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

WEIDINARA DE OLIVEIRA RODRIGUES DA FONSECA - Médica Otorrinolaringologista. Mestranda do Programa Associado de Pós-Graduação em Fonoaudiologia (PPgFon) da UFPB/UFRN/UNCISAL.

Atena
Editora
Ano 2022



VOZ PROFISSIONAL:

Práticas Integradas de Ensino,
Pesquisa e Extensão Universitária

 www.arenaeditora.com.br
 contato@arenaeditora.com.br
 [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
 www.facebook.com/arenaeditora.com.br

Atena
Editora
Ano 2022



VOZ PROFISSIONAL:

Práticas Integradas de Ensino,
Pesquisa e Extensão Universitária

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br