

VOICE DESIGN – O PODER DA PALAVRA FALADA APLICADA

Curitiba – PR – Abril, 2013

Jorge Cury Neto - Webcombrasil –jorgecuryneto@webcombrasil.com.br

Conteúdos e Habilidades

Educação Continuada em Geral

**Sistemas e Teorias de EAD- D. Teorias e Modelos / Gerenciamento,
Organização e Tecnologia- I. Inovação e Mudança/ Ensino e
Aprendizagem em EAD-. Design Instrucional**

Descrição de Projeto em Andamento

Experiência Inovadora

RESUMO

O presente trabalho apresenta uma proposta de abordagem sobre o poder da palavra falada sob a designação de voice design, abrangendo diversas áreas de atuação e nas mais variadas etapas de aplicação dos conceitos, fundamentos e atributos dos recursos da voz para finalidades nos campos da comunicação, educação e relações humanas. O balizamento da constituição do voice design parte de uma analogia, um paralelo com o design gráfico, visual, numa abordagem multidisciplinar envolvendo diversas áreas do conhecimento. Destaca-se neste trabalho as características, os elementos e o funcionamento da comunicação oral e aspectos da audição humana, bem como as aplicações para a educação a distância. Considera-se a importância da oralidade na comunicação e sua relação com a escrita. Um sucinto roteiro é apresentado, para a prática do voice design em educação a distância. Demonstra-se opções de produtos auditivos e audiovisuais para o EaD, como o podcast e o audioinfográfico.

Palavras chave: palavra falada; aprendizagem; voice design; audioinfográfico

1- Introdução

O propósito deste trabalho é apresentar o *voice design* como uma área da comunicação a ser aplicada em educação a distância. O *voice design* aborda o poder da palavra falada, envolvendo desde a idealização, criação, planejamento, desenvolvimento, configuração, concepção, elaboração, gestão, controle, análise, avaliação e especificação aplicada ao uso dos recursos da voz para fins comunicacionais, educacionais e relacionais.

Constata-se que contemporaneamente a oralidade é ensinada superficialmente, ou seja, sem objetivo específico, sem a menor preocupação de um ensino organizado e estruturado, capaz de promover o domínio da habilidade discursiva do falante.

Por isso, consideramos equivocado negligenciar o poder da comunicação oral, em especial na área educacional, negando um atributo indispensável para o desenvolvimento humano do aprendiz.

A prática do *voice design* é destinada tanto para ser aplicada exclusivamente na construção de processos, produtos e soluções auditivas, como para a exploração dos aspectos da oralização da palavra, incluindo, simultânea e em sincronia com a linguagem visual, visando potencializar a fixação do conteúdo proposto, nos diferentes planos e perspectivas audiovisuais, viabilizando a retenção do conhecimento.

2- Conceito, fundamento e atributo do *voice design*

A estrutura conceitual do *voice design* está sustentada numa metodologia multidisciplinar centralizada na oralidade, a partir de uma curadoria realizada em diversas áreas do conhecimento, entre as quais, a linguística, semiótica, neurolinguística, filosofia, fisiologia, antropologia, acústica, sonoridade, musicalidade, psicanálise, hipnose, dublagem, contação de história (*storytelling*), entre outras.

Baliza-se num paralelismo fundamentado nos pressupostos do design gráfico, considerando os seus elementos estruturais, como tons de cor,

alinhamento e proximidade, aplicados analogamente aos vários elementos da voz, como tonalidade sonora, frequência, volume, ritmo, entonação, harmonia, altura, amplitude, intencionalidade, entre outros

O campo do *voice design* compete criar, elaborar, planejar, desenvolver, organizar e manipular os elementos da voz, num sistema de sonorização vocal capaz de atribuir diversas funcionalidades cognitivas e estéticas aos processos de comunicação, permitindo o controle sobre diferentes parâmetros acústicos de qualquer fonte sonora, materializado pelo desenvolvimento de interfaces analógicas ou digitais.

Além de viabilizar a convergência dos aspectos, características, elementos de diferentes áreas do conhecimento, o *voice design* tem sua base teórica e prática, também no design instrucional, no que concerne aos processos e aplicações dos atributos da voz e da audição, portanto, dedicados ao campo da oralidade.

O *voice design* considera que a voz é o recurso humano que semelhantemente palavra cantada, possui condição melódica por esta razão pertence à família da música, portanto, está inserida no universo do som. ^[1]

O som emitido pela voz tem um efeito áudio-tátil. Somos tateados pelos sons, sejam notas musicais, palavras cantadas e a palavra falada, por intermédio dos ouvidos, mas também pela pele, pelos ossos e por todo corpo, a partir da medula central que recepciona as vibrações físicas do som, mesmo que sutilmente, altera a nossa respiração, nossa pulsação, a pressão sanguínea, a tensão muscular, a temperatura da pele e outros ritmos internos, promove a liberação de endorfina. ^[2]

O tato é o mais pessoal dos sentidos. A audição e o tato se encontram no ponto em que as mais baixas frequências de sons audíveis passa a vibrações tateis (cerca de 20 hertz). A audição é um modo de tocar, a distância, e a intimidade do primeiro funde-se cada vez que as pessoas se reúnem para ouvir algo especial. ^[3]

Por esta razão, a comunicação auditiva atua com profundidade no intelecto, levando o receptor ao um grau de atenção intensa, principalmente promovido pela ativação física do som transmitido pela voz. Ao passo que na

escrita há uma exigência de concentração ativa no ato da leitura para obter um resultado assemelhado ao proporcionado pela audição.

Na comunicação oral a voz e a emoção é transmitida diretamente pelo do emissor da mensagem. Ele está representado midiaticamente no ato comunicacional, com ou sem a opção do suporte visual. Já na escrita, o leitor é quem empresta sua voz e interpreta a emoção contida no texto.

O *voice design* considera que é essencial a prática de planejar, pensar antes de falar, ganhando assertividade na comunicação, diferentemente de falar primeiro e pensar depois, evitando o conflito e o ruído e semeando informação, diálogo e relacionamento humano saudável, prioritariamente focar no proveito do ouvinte, considerando a o desafio permanente e sistemático da aprendizagem, do aprimoramento da habilidade de ouvir.

3- A importância da oralidade

Ao compararmos os aspectos, características e funcionalidade que envolvem a palavra escrita e a falada, temos o propósito apenas de estabelecer uma reflexão mais dedicada ao tema, deixando de eleger uma forma de linguagem em detrimento de outra, mas sobretudo com o objetivo de apresentar uma argumentação relevante e consistente sobre os contextos da comunicação oral, invariavelmente negligenciada nas pesquisas e estudos mais aprofundados em algumas dos diversos campos científicos.

No meio universitário observa-se a valorização dos textos como forma de representação do conhecimento acadêmico. Isso se justifica pelo fato dos textos serem o melhor veículo através de um tempo indefinido, sua capacidade documental, de registro para transmitir conhecimento.

De acordo com Marcuschi ^[4], a fala é uma atividade muito mais central do que a escrita no dia-a-dia da maioria das pessoas. Contudo, as instituições escolares dão à fala atenção quase inversa à sua centralidade na relação com a escrita. Crucial neste caso é que não se trata de uma contradição, mas de uma postura.

Numa cultura em que nossas competências em grande parte mensuradas pela habilidades em leitura, escrita e uso do computador, enfatizando quase exclusivamente, o pensamento linear. É claro que

precisamos desenvolver estas habilidades essenciais. Mas elas não podem ser tão fundamentais quanto às aptidões para ouvir e falar.

Para o Dr. Alfred Tomatis: "O poder da audição não deve ser subestimado. Ouvir é vibrar em conjunto com o outro ser humano." [5]

Segundo Campbell [6], ouvir absorve em média 55% do nosso tempo de comunicação, enquanto o falar ocupa 23%, ler, 13%, e escrever 9%.

4 - *Voice design* aplicado no design instrucional

A contribuição do *voice design* no campo da educação a distância se dá no bojo dos fundamentos do design instrucional que apresenta diferentes campos do conhecimento, a saber: ciências humanas, da informação e da administração.

Destaca-se a inserção do *voice design* nas ciências da informação descrita na obra de Filatro [7], mais especificamente nas comunicações, na atividade referente às mídias audiovisuais, valendo-se do suporte na gestão da informação e na ciência da computação.

Verifica-se convergência entre o design instrucional e o *voice design*, ainda no campo das comunicações que traz a consciência de que as características de determinadas mídia, como são os casos dos processos de comunicação e produtos midiáticos originados dentro do conceito, dos fundamentos e pressupostos do *voice design*, pela capacidade de afetar tanto a percepção de conteúdos audiovisuais, como por exemplo, a proposta da audioinfografia e pelo armazenamento e recuperação das informações pelo aprendiz.

Alguns dos princípios ou dos pressupostos do design instrucional [8] aplicados ou aplicáveis no *voice design*:

Quando a informação é apresentada em duas modalidades sensoriais - visual e auditiva - em vez de em uma, são ativados dois sistemas de processamento e a capacidade da memória de trabalho é estendida.

No que se refere ao princípio da modalidade, a memória de trabalho tem um subsistema separado para áudio, sua capacidade é usada mais

efetivamente quando se utiliza narração em vez de texto escrito, acompanhando informação não-verbal.

Portanto, alunos aprendem mais ou melhor quando gráficos ou animações são acompanhadas por áudio, em vez de por texto escrito, reduzindo a demanda por processamento visual simultâneo.

A memória de trabalho une informações visuais e auditivas e posteriormente as integra ao conhecimento já armazenado na memória de longo prazo. É por essa razão que oferecer palavras, imagens e sons em uma apresentação unificada torna a integração entre os canais de processamento sensorial mais fácil.

Da mesma forma, atividades práticas ativam o processo de integração dos novos conhecimentos aos conhecimentos preexistentes.

4.1 - Mídia

No universo digital que tudo que é escrito exige atenção exclusiva, numa época em que as pessoas têm cada vez menos tempo para obtenção de informação, de conhecimento. A voz, o som, a palavra falada podem ser consumidas concomitantemente com outras atividades, inclusive para fins educacionais. Em contraponto, a leitura exige dedicação exclusiva.

Por isso, a tendência no universo digital é progressivamente se valer da palavra falada para obter informação, para adquirir conhecimento ou mesmo entretenimento com o tempo cada vez mais escasso. Assim, a palavra falada ganha um enorme poder de comunicação diretamente proporcional à medida crescente do mundo digital, em especial através dos recursos midiáticos.

4.1.1- Podcast, o valor da audição na aprendizagem

A mais popular mídia digital é o *podcast* que tem sido amplamente utilizada desde o seu surgimento em 12 de fevereiro de 2004, criado por Adam Curry, ex-VJ da MTV que criou o primeiro agregador de *podcast*.

Podcast é o nome dado ao arquivo de áudio digital, frequentemente em formato *mp3*, publicado na internet e atualizado via *rss*, um agregador que tem

a função de acompanhar as mudanças e atualizações destes arquivos. Quando um novo arquivo é inserido na programação, este programa agregador mostra ao usuário que ocorreu a adição de um programa, informando a ele que poderá baixá-lo ou deixar para escutar depois.

Assim, a utilização de *podcasts* apresenta-se como ferramenta viável no universo da EaD.

4.2- Relato de experiência

Como exemplo da potencialidade apresentada pelos *podcasts*, relata-se a experiência vivenciada pela Central de *Podcast* desde 2005 em Curitiba.

A Central produz conteúdo no formato de entrevistas temáticas, a partir de fontes especializadas ou de notório conhecimento do assunto tratado. Dentre as características estão clareza, objetividade e concisão das repostas geradas pela fonte, motivadas pelas perguntas preparadas para atender as necessidades comunicacionais, informacionais e educacionais.

A produção obedece uma sequência lógico e didática no bojo de cada conteúdo individualmente, bem como, na elaboração de uma série de entrevistas temáticas vinculadas entre si, constituindo um conjunto de materiais educacionais dentro do contexto do educação a distância.

Cada conteúdo produzido tem uma delimitação de tempo de duração, considerando entre outros fatores a adequada ocupação dos limites da memória de trabalho do receptor do processo de execução da mídia auditiva, o *podcast*.

Além disso, este modelo compreende a produção de conteúdo gerada pelas respostas dadas pelas fontes, a partir das entrevistas realizadas. Nesta aplicação ocorre a intervenção de um jornalista que oralmente contextualiza o assunto associado ao conteúdo em áudio, selecionado entre as respostas dados pela fonte.

Também há produção de conteúdo no formato de mensagem oralizada. Diferentemente do formato de entrevista, a fonte verbaliza o conteúdo gravado em mídia analógica ou digital, em uma postura comunicacional que reproduza o ato presencial diante do seu interlocutor, como que ele estivesse falando diretamente com o seu ouvinte.

A utilização do *podcast* e de áudio de uma maneira geral, permite utilização de materiais textuais e gráficos para lhes dar suporte e subsídio ao conteúdo auditivo. O *podcast* em vídeo chama-se "*videocast*", frequentemente em arquivo formato mp4.

Com o propósito de potencializar a retenção do conteúdo comunicacional e educacional foi concebido um produto audiovisual, nominado de audioinfográfico.

Esta solução contempla todos os aspectos, características, fundamentos, elementos e pressupostos do *voice design*, do poder da palavra falada aplicada na educação a distância.

A abordagem consiste na captação da mensagem gravada, analógica ou digitalmente, junto à fonte, com clareza, concisão e em uma fluência coloquial, mediante a elaboração de roteiro do conteúdo que preserve a aplicação adequada de didática.

Com base do conteúdo auditivo é construído um infográfico, apresentando elementos visuais e textuais, tais como: informações, ilustrações, dados relevantes, referências, mapas, fotografias, desenhos, diagramas, vídeos, entre outros recursos.

A mensagem oralizada pela fonte e o infográfico editados e finalizados serão sincronizados e apresentados simultaneamente no formato de vídeo.

5 - Aplicação em Educação a Distância

Moore ^[9] define a educação a distância como uma relação de diálogo, estrutura e autonomia que requer meios técnicos para mediatizar esta comunicação.

Para a elaboração dos materiais didáticos auditivos e audiovisuais em Educação a Distância, é indispensável que o emissor, o ministrante, o professor, o tutor em educação a distância atente-se a todos os aspectos que abrangem o universo da voz, buscando a aquisição de capacitação e a consequente implementação aplicada aos pressupostos e fundamentos do *voice design*, estabelecendo a correspondente sincronia entre os elementos auditivos e visuais, com finalidade de adicionar informações que agreguem novos conteúdos à mensagem oralizada.

Como bem assevera Vieira^[10], dadas suas características intrínsecas, a EaD tem potencial para contribuir com a oferta da formação educacional que a sociedade contemporânea exige, porém é preciso contemplar as especificidades do ambiente virtual, de modo que não se torne um mero determinismo tecnológico em detrimento do diálogo, da construção do conhecimento, da autonomia e da aprendizagem.

Neste contexto, é relevante a utilização de formatos auditivos e audiovisuais, com o propósito de potencializar a retenção de conteúdo, a partir de técnicas e ferramentas que permitam criar, organizar e manipular os mais variados recursos da voz humana, como o *voice design*.

Assim, um sucinto roteiro prático para a aplicação do *voice design* em EaD:

- 1) Coletas de dados e informações sobre o tema escolhido;
- 2) Classificação e ordenação dos dados e informações;
- 3) Composição do texto para ser narrado, considerando o alinhamento coloquial e a fluência oral da mensagem;
- 4) Narração de passagem de texto, atentando-se para as expressões chave ;
- 5) Procedendo a marcação sonora nas expressões chave identificadas;
- 6) Narração de texto com as marcações sonoras, considerando entonação, ritmo, altura, velocidade, volume, amplitude, harmonia, entre outras;
- 7) Narração de determinadas expressões considerando o seu peso afetivo, o sentimento que expressa, o seu sentido, a intencionalidade na transmissão do conteúdo;
- 8) Identificação e aplicação das frequências sonoras mais apropriadas para fluidez oral da narrativa que atinjam adequadamente o propósito desejado junto ao receptor;
- 9) Avaliação e aplicação dos recursos vocais apropriados para cada caso, como entonação;
- 10) Aplicação de pausas para dar musicalidade à narrativa e oportunizar a assimilação pelo receptor da mensagem oralizada;

6- Conclusão

A prática do *voice design*, o poder da palavra falada aplicada apresenta diversas alternativas auditivas utilizando os recursos de voz para fins comunicacionais, educacionais e relacionais, devidamente administrados em todo o seu detalhamento junto à fonte detentora do conhecimento a ser exposto, considerando a definição e implementação de entonações, frequências sonoras, volume, ritmo, harmonia, altura, amplitude, uso estratégico de pausas, transmitindo a intencionalidade, entre outros elementos vocais, suportadas ou não pela utilização de recursos visuais.

As atividades que aplicam os pressupostos do *voice design* visam atender uma necessidade contemporânea potencializar o transmissão de conhecimento por meio de produtos auditivos e audiovisuais, como são os casos apresentados, o *podcast* e o audioinfográfico. Ao utilizar o poder da palavra falada aplicada simultânea e em sincronia com a linguagem visual, amplamente exposto, permite-se ao receptor, o aluno, o aumento da capacidade de memorização, de reflexão, de questionamento, tanto pela racionalização, como pela inteligência intuitiva, trabalhando o pensamento dialético e antidialético, com ou sem a utilização de código, podendo contribuir significativamente com a educação a distância.

Referências

[1], [2], [5], [6] CAMPBELL, Dom. *O efeito Mozart*. Rio de Janeiro: Editora Rocco Ltda, 2000

[7], [8] FILATRO, A. *Design Instrucional na Prática*. São Paulo: Persom Education do Brasil, 2008,

[4] MARCUSCHI, L. A. *Concepção de língua falada nos manuais de português de 1º e 2º grau: uma visão crítica*. Trabalhos em lingüística aplicada, 1997.

[9] MOORE, M & KEARSLEY, G. *Educação a distância: Uma visão integrada*. São Paulo: Thomson, 2007

[3] SCHAFER, R. MURRAY. *Afinação do Mundo*. Editora UNESP (FEU), 1997.

[10] VIEIRA, R. A., *Educação a Distância: Perspectivas para uma Aprendizagem Autônoma em Ambientes Colaborativos*. Publicado em 2007 no I SIMELP - Simpósio

Mundial de Estudos da Língua Portuguesa. Disponível em:
www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/slp01/13.pdf. Acesso em: 30 de abril de 2013.