

# CARACTERIZAÇÃO DOS VÍDEOS SOBRE SAÚDE VOCAL POSTADOS NO YOUTUBE: RESULTADOS PRELIMINARES

Denis de Jesus Batista<sup>1</sup>, Flávia Pereira Carabias<sup>1</sup>, Tamara Lopes Teixeira<sup>1</sup>, Morgana Caires Santana<sup>1</sup>, Emile Rocha Santana<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Liga Acadêmica de Voz da Bahia (LAVOZ –BA) – Universidade do Estado da Bahia

Descritores: Voz; Fonoaudiologia; Redes sociais.

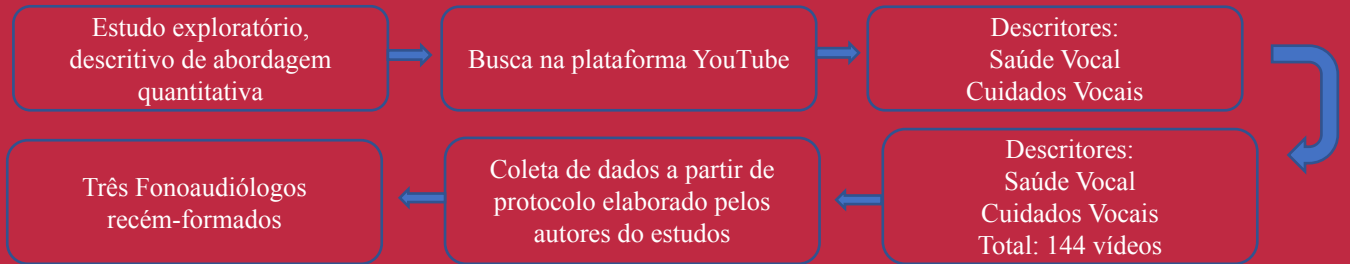
## INTRODUÇÃO

A plataforma do *YouTube* oferece aos seus usuários a possibilidade de encontrar respostas para diversos assuntos, inclusive, questões relacionadas a área da saúde. Vários canais, empenham-se em publicar vídeos sobre orientações vocais, no entanto, não é de responsabilidade da plataforma verificar a confiabilidade dessas informações.(1)

## OBJETIVO

Caracterizar os vídeos postados no YouTube sobre saúde e cuidados vocais nos últimos dez anos.

## MÉTODOS



## RESULTADOS

### VISUALIZAÇÕES

Média de 10.555 visualizações

### CATEGORIA

Pessoas e blogs (32%), Educação (28%), Música (17%), Entretenimento (8%), Guias e estilos (4%), Filmes e desenhos (3%), Ciência e tecnologia (3%), Notícias e política (3%) e Esporte (0,5%).

### AUTORIA DO VÍDEO

35% das publicações foram postadas por programas de TV e Rádio, seguido dos profissionais da voz (17,5%), fonoaudiólogos (14%), Professores de canto (9%), Órgãos públicos (7%), Sindicatos (5%), público-amador (4%), Escola de canto (2,5%), outras pessoas jurídicas (4,5%) e não foi possível especificar (0,5%).

### TEMA

Saúde vocal (66,5%), produção e saúde vocal (10%), técnicas vocais (7,7%), saúde vocal e técnicas vocais (5,5%), produção, saúde vocal e técnicas vocais (3,5%), produção vocal (3%) e outros totalizaram 1% cada (medicamentos; fonoterapia; saúde vocal, técnicas vocais e fonoterapia; produção vocal e técnicas vocais; cursos; exames).

### EMBASAMENTO DO CONTEÚDO

12%(n=17) eram baseado apenas no senso comum e nas experiências pessoais, 86%(n=123) tinham embasamento teórico-científico e 2%(n=3) não foi possível avaliar.

### PÚBLICO - ALVO

40,5% não tem direcionamento para público específico, 22% aos professores, 18% aos profissionais da voz em geral, 17% aos cantores, e para outras opções de público, 0,69% cada (aos ambulantes, capoeiristas e atores/cantores)

### QUALIDADE DA PRODUÇÃO

103(72%) foram considerados pelos juízes como vídeos de produção profissional, enquanto 40(28%) foram avaliados como amadores.

### TIPO

Dicas, 34%; entrevistas, 26%; propaganda, 9%; videoaulas, 8,5%; reportagem, 5,5%; curtas-metragens, 4%; animação, 4%; apresentações, 3,5%; depoimento e divulgação de curso, 1,5%, cada; os vídeos amadores, as paródias e os não especificados resultam em 1%, cada.

## CONCLUSÃO

Os resultados indicam que a produção de vídeos sobre saúde e cuidados vocais é realizada por diferentes profissionais ou tipos de instituição, prevalecendo os programas de rádio e tv. O tema Saúde Vocal é o mais abordado. Apesar da maior parte dos vídeos apresentarem embasamento técnico científico, alguns difundem informações baseadas em empirismos.

## REFERÊNCIAS