



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA SAÚDE
Curso de fonoaudiologia

**YOUTUBERS DO MEIO AUTOMOTIVO: AUTOAVALIAÇÃO DA
COMUNICAÇÃO**

SÃO PAULO
2022

Laura Moreira Dileo

**YOUTUBERS DO MEIO AUTOMOTIVO: AUTOAVALIAÇÃO DA
COMUNICAÇÃO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
à coordenação do curso de fonoaudiologia,
da pontifícia universidade católica de são
paulo, com requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em fonoaudiologia.
Orientadora: prof^a. Dra. Lésle piccolotto
ferreira

**SÃO PAULO
2022**

Laura Moreira Dileo

**YOUTUBERS DO MEIO AUTOMOTIVO: AUTOAVALIAÇÃO DA
COMUNICAÇÃO**

Banca Examinadora

Prof^ª. Dra. Léslie Piccolotto Ferreira
Orientadora PUC- SP

Fga. Dra. Maria Cristina De Menezes Borrego Fernandes
Parecerista

**São Paulo
2022**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora Prof^a. Dra. Léslie Piccolotto Ferreira por todo o empenho, organização e dedicação para que eu pudesse realizar esta pesquisa. Você é uma referência de pessoa e de profissional para mim.

Agradeço a minha parecerista Fga. Dra. Maria Cristina de Menezes Borrego Fernandes por todo suporte e apoio. Foi um privilégio ter conhecido você e aprendido tanto.

A Deus, por estar sempre ao meu lado, guiando e cuidando de tudo em minha vida, me dando saúde, me protegendo. Sem ele nada disso seria possível.

Aos meus pais, Alexandro e Rosangela, por sempre me incentivarem aos estudos e a nunca desistir dos meus objetivos e sonhos.

A Chanel minha amada cachorrinha que não sai do meu lado nem por um segundo, meu anjinho que me enche de alegrias. Que acorda todos os dias às 05 da manhã para me fazer companhia e para roubar meu ovo mexido.

A minha irmã Délbora por ser minha grande amiga, além de ter me dado o melhor presente da vida, meu sobrinho Raví.

Ao meu namorado Caio por me acalmar nos momentos de desespero e medo. Por cuidar de mim estando ao meu lado ou estando longe por conta do trabalho.

Aos meus amigos Yasmin e Mozart que tive sorte em conhecer e que são pessoas presentes em minha vida.

RESUMO

Introdução: o *Youtube* é uma plataforma *on-line* que possibilita a publicação e o compartilhamento de vídeos em formato digital, de forma gratuita que pode apresentar diferentes temáticas e ser acessada por diversas pessoas. Essas características possibilitam a comunicação entre pessoas interessadas num mesmo assunto. **Objetivo:** analisar a autoavaliação da competência comunicativa de *YouTubers* do meio automotivo. **Método:** estudo observacional, transversal, exploratório e quantitativo realizado por meio de análise de dados coletados em formulário *on-line*. Após o participante concordar em participar foi convidado a responder dados sociodemográficos (nome, idade, sexo e se exerce outra profissão que faz uso da voz profissionalmente), informações sobre o canal em que veiculava suas informações e finalmente o instrumento denominado Teste de Autoavaliação de Competência Comunicativa (TACCOM). **Resultados:** Os dados foram analisados de forma descritiva e percentual e para a análise inferencial entre a variável desfecho (escore do TACCOM) e as variáveis independentes, aplicou-se o teste não paramétrico de Mann-Whitney. Foram analisados 27 *YouTubers* e desses 74,1% eram do sexo masculino. A média de idade foi de 34,3 (dp=6,7), 48,1% gravam entre um e dois vídeos por semana e 66,7% possuem o canal há quatro anos ou mais. Os *YouTubers* responderam positivamente para as competências comunicativas, com escore médio de 16,7 pontos (dp=2,2), sem registro de associações estatisticamente significativas ao se correlacionar as variáveis independentes ao escore do TACCOM. **Conclusão:** os *YouTubers* do meio automotivo são na maioria do sexo masculino, jovens que atuam em contexto semelhante quanto a local e número de vídeos gravados semanalmente. A maioria se autoavaliou de forma positiva melhor quanto a habilidade de fala do que de escuta, sobre os aspectos da competência comunicativa.

Descritores: Comunicação. Voz. Mídias Sociais. Internet. Automóveis. Competência Comunicativa

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	OBJETIVO	10
3	MÉTODO	11
4	RESULTADOS	13
5	DISCUSSÃO	16
6	CONCLUSÃO	19
	REFERÊNCIAS	20
	Anexo 1	22
	Anexo 2	23
	Anexo3	26

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é capaz de transmitir informações, ideias, sentimentos ou conceitos por meio de sinais e signos de forma oral, escrita, por gestos, vídeos entre outros. É diante dela que os profissionais que a utilizam como ferramenta principal de trabalho conseguem aprimorar a credibilidade e reputação por meio dos recursos comunicativos que abrangem a qualidade vocal, gestos, articulação, velocidade de fala entre outros. ⁽¹⁾

Nos últimos anos, diferentes formas de comunicação surgiram, com a presença ou não de imagem que, por utilizarem a *internet*, possibilitam a comunicação mais rápida entre as pessoas. Dentre essas, pode-se destacar o *YouTube*, uma plataforma *on-line* que possibilita a publicação e o compartilhamento de vídeos em formato digital e de forma gratuita. Essa plataforma apresenta diversas categorias como: moda, beleza, setor automotivo, culinária, entre outros. Um de seus objetivos é que o usuário possa acessar esses assuntos, que são separados por canais, semelhante a uma televisão, selecionando o conteúdo que preferir. Os responsáveis pela criação desses vídeos são denominados *YouTubers* e costumam ter dias e horários definidos para publicação de suas opiniões a respeito dos temas. ⁽²⁾

O *YouTube* foi lançado em 2005 e dentre os diferentes canais, destaque será dado neste estudo ao automotivo. O primeiro canal automotivo no Brasil nessa plataforma surgiu em 2006 e atualmente esse tipo de conteúdo vem sendo disponibilizado em mais de 22 canais. Nesses são compartilhados vídeos sobre mecânica, informações teóricas ou práticas, eventos, encontros e tudo aquilo que possa interessar os seguidores desse assunto. ⁽³⁾

Os *YouTubers* automotivos e os inscritos que os acompanham são conhecidos por esse público como *gearhead*, traduzido no literal como cabeça de engrenagem. ⁽⁴⁾ Embora essa definição não identifique o grupo, o termo é usado para designar qualquer pessoa interessada por carros, motocicletas, caminhões e outros meios de transporte motorizados. ⁽⁵⁾

Para muitas pessoas, um carro é apenas um meio de ir de um lugar a outro, mas para os *gearheads* os carros não são simplesmente uma ferramenta de locomoção, tendo em vista que apreciam inúmeros aspectos referentes

aos veículos que dirigem, desde o som até a pintura. Além desse interesse por carros como objetos, os *gearheads* entendem sobre a mecânica e a tecnologia que está por trás da experiência de dirigir. Eles sabem se o carro tem tração dianteira, traseira ou nas quatro rodas, o tamanho do motor e a potência, conseguindo inclusive detectar o combustível pelo qual o carro é movido a partir do som e do cheiro. ⁽⁶⁾

Considerando que os *YouTubers* dessa área se comunicam com os interessados, parte-se do pressuposto que a mensagem transmitida deve considerar o interesse do receptor e da vivência no seu mundo. Assim o *gearhead* deve ter um vocabulário que vai ao encontro dos interesses de seu público. O ouvinte que possivelmente não está inserido nesse meio pode vir a ter dificuldades para compreender algumas palavras, pois seus significados podem ser diferentes da tradução literal, como o próprio nome pelo qual são conhecidos. Dessa forma, a expectativa é de que a comunicação do *gearhead* venha a ser suficiente para que haja interação com seus seguidores.

A escolha por essa categoria de *YouTubers* vai à direção de que ao exercerem seu trabalho, durante as gravações de seus vídeos, na maioria das vezes estão imersos em ambientes ruidosos (oficinas, eventos e até mesmo na rua) que podem dificultar o registro adequado da fala. Não se tem notícia sobre a preparação desses *YouTubers* quanto a sua comunicação, e nem mesmo sobre o entendimento deles a respeito da importância dessas quando estão interagindo com seus inscritos. ⁽⁷⁾

Segundo Quirino, os *YouTubers* possuem uma maneira própria de se comunicar, sendo diferente de outros profissionais que se utilizam de mídias digitais como ferramenta de trabalho. Esses profissionais têm tido bastante crescimento e possibilitam um amplo estudo em diversos aspectos da comunicação, com pesquisas que começam a surgir sobre os aspectos não verbais, verbais e vocais. ⁽⁷⁾

Tendo em vista que atualmente ainda não há um instrumento criado especificamente para avaliação da comunicação de *YouTubers*, optou-se neste estudo utilizar o instrumento denominado Teste de Autoavaliação da Competência Comunicativa (TACCOM). Esse foi elaborado por Behlau para executivos em processo de recolocação no mercado, composto por 20 perguntas

que realizam uma autoavaliação sobre os comportamentos comunicativos de fala e de escuta.⁽⁸⁾

Em 2020 foi realizada uma monografia de especialização para desenvolver evidências de validade do TACCOM por meio de Teoria de Resposta ao Item, em que foram analisadas as habilidades de competência comunicativa, avaliando as perguntas e respostas do instrumento. Frente a problemas observados na análise, concluiu-se pela exclusão de um dos itens, tornando o instrumento composto por 19 itens.⁽⁹⁾

Dessa forma, esta pesquisa busca entender melhor o universo referente ao conhecimento do *gearhead* quanto a sua comunicação, para na sequência, a partir dos resultados buscarem planejar ações voltadas para a demanda registrada. Cabe destacar ainda que os dados desta pesquisa possam vir a subsidiar futuras pesquisas que busquem entender melhor as diferentes formas de comunicação ou em especial a desses *YouTubers*.

2 OBJETIVO

Analisar a autoavaliação da competência comunicativa de *YouTubers* do meio automotivo (denominados *gearheads*).

3 MÉTODO

Esta pesquisa de natureza transversal, exploratória e quantitativa foi encaminhada para o Comitê de Ética da Faculdade de Ciências Médicas e da Saúde da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - FCMS-PUC/SP e teve sua aprovação sob o número CAAE 59515922.6.0000.5373 e parecer número: 5.500.483(Anexo 1). Todos os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo 2).

Participantes:

Considerando o caráter exploratório da pesquisa, os participantes foram recrutados por conveniência dentre *YouTubers* brasileiros do meio automotivo (denominados *gearhead*) de conhecimento da pesquisadora. Foram contatados 30 sujeitos que apresentam programas dessa categoria (critério de inclusão), por meio de e-mail e redes sociais (Whatsapp e Instagram) entre 01/07/2022 e 10/08/2022. Depois desses contatos na sequência foram enviados mais um convite aos três sujeitos que não responderam. Ao final desse período, 27 *YouTubers* (taxa de amostra 90%) responderam. Não foram estabelecidos critérios de exclusão.

Instrumento:

A coleta de dados foi realizada por meio de um instrumento com os seguintes aspectos:

- Dados sociodemográficos: nome, idade, sexo e se exerce outra profissão que faz uso da voz profissionalmente;
- Dados sobre contexto de trabalho: nome do canal, tempo de atuação como youtuber, quantidade de vídeos gravados por semana e fatores do ambiente em que grava.
- Teste de Autoavaliação de Competência Comunicativa (TACCOM) em sua versão mais recente com 19 perguntas. As perguntas são baseadas na percepção do indivíduo sobre seu padrão de comunicação e podem ser respondidas com sim e não. As questões de 1 a 10 exploram sua habilidade de falar, enquanto de 11 a 19 analisam sua habilidade de escuta (Anexo 3).

Todas as questões foram inseridas em formulário Google Forms®. Antecedendo desse formulário foi inserido o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido seguido das informações “Li e concordo” e “Li e não concordo”. Para os que assinalaram a primeira opção foi disponibilizado o *link* com as questões.

Procedimentos:

Considerando que os dados foram coletados por meio de formulário gerado no Google Forms®, esses automaticamente ficaram registrados em planilha Excel.

Análise dos dados:

Foi realizada a análise descritiva dos dados por meio de frequências absolutas e relativas, medidas de tendência central (média e mediana) e dispersão (desvio-padrão, valores mínimo e máximo).

Para avaliável desfecho foi considerado o escore do Teste de Autoavaliação da Competência Comunicativa (TACCOM), calculado pela somatória simples dos dezoito questões, variando de 0 a 19 pontos. Para a análise inferencial entre o variável desfecho e as variáveis independentes, aplicou-se o teste não paramétrico de Mann-Whitney.

Para significância estatística foi assumido um nível descritivo de 5% ($p < 0,05$). Os dados foram analisados no programa SPSS versão 23 para Windows.

4 RESULTADOS

Foram analisados 27 *YouTubers* e desses 74,1% eram do sexo masculino. A média de idade foi de 34,3 (dp=6,7), mediana de 35, variando de 23 a 48 anos.

A Tabela 1 descreve as características dos profissionais e, observa-se que 48,1% gravam entre um e dois vídeos por semana, gravados em sua maioria na rua ou na oficina, e 66,7% possuem o canal há quatro anos ou mais. Mais da metade (55,6%) não exercem outra profissão.

Tabela 1 – Número e percentual de *YouTubers* segundo sexo e características do trabalho.

VARIÁVEIS	CATEGORIA	N	%
SEXO	MASCULINO	20	74.1
	FEMININO	7	25.9
QUANTOS VÍDEOS VOCÊ GRAVA POR SEMANA?	1 A 2	13	48.1
	3 A 4	8	29.6
	4 OU MAIS	6	22.2
QUAL O AMBIENTE VOCÊ MAIS COSTUMA GRAVAR?			
EVENTOS OU ENCONTROS	NÃO	9	33.3
	SIM	18	66.7
NA RUA	NÃO	7	25.9
	SIM	20	74.1
OFICINA	NÃO	7	25.9
	SIM	20	74.1
EM CASA	NÃO	18	66.7
	SIM	9	33.3
HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ CRIOU SEU CANAL?	UM ANO	3	11.1
	DOIS ANOS	3	11.1
	TRÊS ANOS	3	11.1
	QUATRO OU MAIS	18	66.7
VOCÊ EXERCE OUTRA PROFISSÃO QUE UTILIZA O USO PROFISSIONAL DA VOZ, ALÉM DO YOUTUBE?	NÃO	15	55.6
	SIM	12	44.4
TOTAL		27	100.0

Na Tabela 2 verifica-se que os *YouTubers* responderam positivamente para as competências e os menores percentuais observados foram para as variáveis “Você repete os pontos importantes do que foi dito para se certificar que compreendeu bem?” (55,6%) e “Você procura memorizar fatos importantes

e características da pessoa interlocutora?” (74,1%). O escore médio das questões foi de 16,7 pontos (dp=2,2), mediana 17, mínimo de 12 e máximo de 19 pontos.

Tabela 2 – Número e percentual de *YouTubers* segundo Autoavaliação da Competência Comunicativa.

VARIÁVEIS	CATEGORIAS	N	%
VOCÊ CONSEGUE CAPTAR E MANTER A ATENÇÃO DO OUVINTE?	NÃO	1	3.7
	SIM	26	96.3
SUA VOZ É BOA E EXPRESSIVA?	NÃO	5	18.5
	SIM	22	81.5
VOCÊ FALA CLARO, COM BOA DICÇÃO?	NÃO	5	18.5
	SIM	22	81.5
VOCÊ ACHA FÁCIL INFLUENCIAR OS OUTROS COM SUA COMUNICAÇÃO?	NÃO	5	18.5
	SIM	22	81.5
AS PESSOAS LEMBRAM-SE DO QUE VOCÊ DISSE?	SIM	27	100.0
OS OUTROS DEIXAM VOCÊ FALAR, SEM INTERROMPÊ-LO?	NÃO	1	3.7
	SIM	26	96.3
VOCÊ APROVEITA AS OPORTUNIDADES DE COMUNICAÇÃO?	NÃO	2	7.4
	SIM	25	92.6
OS OUTROS ACEITAM SUAS SUGESTÕES, CRÍTICAS OU FEEDBACK (OPINIÃO SUA SOBRE OS OUTROS)?	SIM	27	100.0
VOCÊ USA A COMUNICAÇÃO COMO PARTE DO SEU MARKETING PESSOAL?	NÃO	3	11.1
	SIM	24	88.9
VOCÊ DEIXA O OUTRO FALAR SEM INTERROMPÊ-LO?	NÃO	3	11.1
	SIM	24	88.9
VOCÊ PRESTA ATENÇÃO NA MENSAGEM VERBAL E NÃO VERBAL DO QUE É DITO (VOZ, LINGUAGEM CORPORAL E GESTOS)?	NÃO	1	3.7
	SIM	26	96.3
VOCÊ ASSUME O QUE DIZ?	NÃO	1	3.7
	SIM	26	96.3
VOCÊ FOCALIZA A ATENÇÃO NA PESSOA INTERLOCUTORA (EVITANDO OUVIR CONVERSAS PARALELAS)?	NÃO	3	11.1
	SIM	24	88.9
VOCÊ MANTÉM A ATENÇÃO NO DISCURSO DA OUTRA PESSOA (EVITANDO DISTRAIR-SE COM SEUS PRÓPRIOS PENSAMENTOS)?	NÃO	4	14.8
	SIM	23	85.2
VOCÊ RESPONDE DIRETAMENTE AO QUE É PERGUNTADO (SEM RODEIOS)?	NÃO	2	7.4
	SIM	25	92.6
VOCÊ MOSTRA INTERESSE NO QUE ESTÁ SENDO DITO, POR MEIO DO OLHAR, POSTURA OU SINAIS DE APOIO E APROVAÇÃO?	NÃO	2	7.4
	SIM	25	92.6
VOCÊ REPETE OS PONTOS IMPORTANTES DO QUE FOI DITO PARA SE CERTIFICAR QUE COMPREENDEU BEM?	NÃO	12	44.4
	SIM	15	55.6
VOCÊ PROCURA MEMORIZAR FATOS IMPORTANTES E CARACTERÍSTICAS DA PESSOA INTERLOCUTORA?	NÃO	7	25.9
	SIM	20	74.1
	NÃO	5	18.5

VOCÊ RECEBE BEM CRÍTICAS, SUGESTÕES OU FEEDBACK (OPINIÃO DOS OUTROS SOBRE VOCÊ)?	SIM	22	81.5
TOTAL		27	100.0

Ao se correlacionar as variáveis independentes ao desfecho (escore do Teste de Autoavaliação da Competência Comunicativa), não foram observadas associações estatisticamente significativas (Tabela 3).

Tabela 3 – Correlação entre as variáveis independentes ao desfecho escore de Autoavaliação da Competência Comunicativa.

VARIÁVEIS	CATEGORIAS	ESCORE					P
		MÉDIA	DP	MÍNIMO	MEDIANA	MÁXIMO	
FAIXA ETÁRIA (MEDIANA)	< 35 ANOS	17	2	13	17	19	0,490
	≥ 35 ANOS	16	2	12	18	19	
GÊNERO	MASCULINO	17	2	12	18	19	0,673
	FEMININO	17	2	14	17	19	
QUANTIDADE DE VÍDEOS PRODUZIDOS	1 A 2 VÍDEOS	17	2	12	17	19	0,521
	3 OU MAIS VÍDEOS	16	2	12	18	19	
LOCAL GRAVAÇÃO: EVENTOS ENCONTROS	DE NÃO	17	1	15	18	19	0,695
	OU SIM	16	3	12	17	19	
LOCAL GRAVAÇÃO: RUA	DE NÃO	16	2	12	16	19	0,536
	NA SIM	17	2	12	18	19	
LOCAL GRAVAÇÃO: OFICINA	DE NÃO	17	2	15	17	19	0,694
	SIM	17	2	12	18	19	
LOCAL GRAVAÇÃO: CASA	DE NÃO	17	2	12	18	19	0,448
	EM SIM	16	2	13	15	19	
HÁ QUANTO TEMPO POSSUI ESTE CANAL	< 4 ANOS	18	2	15	18	19	0,143
	4 OU MAIS	16	2	12	17	19	
VOCÊ EXERCE OUTRA PROFISSÃO QUE UTILIZA O USO PROFISSIONAL DA VOZ, ALÉM DO YOUTUBE?	NÃO	16	3	12	16	19	0,234
	SIM	17	2	14	18	19	

5 DISCUSSÃO

A análise da caracterização da amostra identifica ser esse meio de *YouTubers* composto por mais homens que mulheres, quando essas ocupam apenas um quarto dentre os participantes. Esse aspecto é mencionado por Furiatti quando reforça que as mulheres precisam ter mais destaque no mundo automotivo, segundo ele um nicho culturalmente voltado ao gênero masculino.

⁽⁹⁾ A sociedade ainda justifica o motivo dessa discrepância, considerando que alguns serviços pesados demais para as mulheres ou que a vaidade pode afastá-las de um trabalho em meio ao óleo, por exemplo. A única explicação e mais coerente é de que a falta de espaço neste meio dominado por homens, não abre oportunidade para elas, uma vez que capacidade não lhes falta. O problema parece estar na falta de vagas para despertar interesse nelas. ⁽¹⁰⁾

Nos últimos anos segundo Javaro pode notara entrada da mulher como um público de grande potencial nas diversas áreas do mercado as quais, anteriormente, não eram destinadas a elas, como o meio automotivo. ⁽¹¹⁾

Vogel apresenta uma figura feminina bastante conhecida por ter sido uma *gearhead* assumida, a saber, a rainha Elizabeth II, que dirigiu e consertou caminhões nos tempos da Segunda Guerra, aprendeu a pilotar motocicletas e mesmo tendo motoristas à sua disposição, sempre fez questão de assumir a direção de seus veículos. ^(9,12)

Um pouco mais da metade da amostra (51,8%) grava pelo menos três vídeos por semana. De acordo com Kovacs, para um *YouTuber* ter seus vídeos monetizados, ou seja, receber um valor por eles deve-se ter um cadastro realizado num programa fornecido pela plataforma e cumprir pré-requisitos como ter mais de mil inscritos, quatro mil horas de exibição dos vídeos válidos nos últimos 12 meses e alcançar 10 mil visualizações totais nos vídeos do canal. Certamente os *YouTubers* têm essas questões como meta e tentam aumentar a visualização ao realizarem seus vídeos. ⁽¹³⁾

Quanto ao escore médio das questões presentes no TACCOM o registro foi uniforme e bom, considerando o registro de 16,7 pontos (dp=2,2), para um máximo esperado de 19 pontos. ⁽¹⁴⁾

A questão “Qual o ambiente você mais costuma gravar?” obteve respostas em sua maioria (74,1%) referentes a rua, eventos ou encontros. Esses ambientes podem levar o profissional a elevar o nível de intensidade da voz em consequência do ruído ambiental, fato que demandaria uma atenção maior por parte do comunicador. A princípio, orientações mais gerais como as propostas por Caporossi et al, que realizou uma pesquisa com professores (profissionais que fazem uso da voz, assim como os *YouTubers*) são importantes criar hábitos adequados de uso vocal, como não falar alto ou gritar, preocupar-se com a hidratação, prática de exercícios físicos, evitar o tabagismo ou etilismo, enfim manter hábitos saudáveis para evitar alterações vocais e prejuízo na comunicação, que é um recurso importante na relação entre as pessoas. ⁽¹⁴⁾

Os sujeitos apresentaram resposta positiva nas habilidades de fala, observadas principalmente nas questões: “As pessoas lembram-se do que você disse?” e “Os outros aceitam suas sugestões, críticas ou feedback (opinião sua sobre os outros)?”. Por outro lado, a análise das questões referentes à habilidade de escuta registrou escores mais baixos. As questões “Você repete os pontos importantes do que foi dito para se certificar que compreendeu bem?” (55.6%) e “Você procura memorizar fatos importantes e características da pessoa interlocutora?” (74.1%) evidenciam tais dificuldades.

Quirino questiona se é de interesse do *YouTuber* que seu conteúdo seja memorizado por seus inscritos ou se seria mais interessante que eles acessassem novamente o canal para visualizar os vídeos. A presente pesquisa obteve (100%) de respostas positivas para a pergunta em questão “As pessoas lembram-se do que você disse?”, tendo em vista a proximidade criada pelos *Youtubers* com seus inscritos e o interesse de ambos no conteúdo. ⁽⁹⁾

As questões “Você consegue captar e manter a atenção do ouvinte?” (96,3%) e “Você acha fácil influenciar os outros com sua comunicação?” (81,5%) entram de acordo com a seleção dos recursos comunicativos de Lira A et al., que obtiveram respostas por meio de representantes comerciais e executivos, no qual, ambos consideraram que é fundamental o uso de um bom vocabulário de acordo com o conhecimento do seu público, ter domínio sobre o assunto e ser objetivo quanto a ele. ⁽¹⁾

A comunicação é o principal instrumento de trabalho desses *Youtuber* se a importância deste entendimento por parte deles para a interação com seus inscritos é fundamental para o crescimento de seus canais, pois um bom comunicador se destaca no seu âmbito profissional. Todas as questões pontuadas pelos youtubers, tanto referentes a habilidades de fala quanto de escuta, podem ser analisadas em outra pesquisa que tenha como sujeitos seus seguidores para constatar essas afirmações e de fato entender um pouco mais o universo da comunicação entre esses profissionais e aqueles que seguem seus canais.

Cabe ao fonoaudiólogo entender melhor esse universo para poder atuar no aprimoramento da comunicação, traçando objetivos e estratégias de acordo com a demanda dos *YouTubers*. Nesta pesquisa parece que os que atuam em canais automotivos estão satisfeitos com sua performance comunicativa, talvez mais nos aspectos de fala do que de escuta.

Vale ressaltar que o instrumento utilizado nesta pesquisa foi criado para executivos, ou seja, profissionais que atuam num contexto diferente daqueles que foram sujeitos desta pesquisa. Contudo é importante destacar que as questões de habilidade de fala e escuta presentes no instrumento TACCOM são inerentes a comunicação em geral, e a princípio passíveis de serem utilizadas para a análise aqui proposta.

Contudo, acredita-se que a criação de um instrumento voltado para os *YouTubers* seria de extrema importância para obter com mais detalhamento os aspectos de comunicação, expressão e outros parâmetros, uma vez que esse campo profissional vem crescendo com bastante ascensão e ainda apresenta muitas questões para serem mais bem entendidas.

6 CONCLUSÃO

Os *YouTubers* dos meio automotivos denominados *gearhead* são na maioria do sexo masculino, jovens que atuam em contexto semelhante quanto a local e número de vídeos gravados semanalmente. A maioria se auto avaliou de forma positiva melhor quanto à habilidade de fala do que de escuta, sobre os aspectos da competência comunicativa.

REFERÊNCIAS

- 1 Lira A.A.M, Borrego M.C, Behlau M. Autoavaliação dos recursos comunicativos por representantes comerciais e sua relação com o desempenho em vendas, 2019. Acesso em: 16 mai.2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/2317-1782/20192019067/>>
- 2 Pin G. Entenda o que é YouTube, 2017. Acesso em 16 mai. 2022. Disponível em: <<https://influu.me/blog/entenda-o-que-e-youtube/>>
- 3 Fonseca G. 22 Sites e Canais Do Youtube Para Quem Gosta De Carros, 2018. Acesso em 16 mai. 2022. Disponível em: <<https://doutormultas.com.br/canais-youtube-carros/>>.
- 4 Barata J.O que define um gearhead? 2014. Acesso em 16 mai. 2022. Disponível em: <<https://flatout.com.br/o-que-define-um-gearhead/>>
- 5 Fogelson J. 10 Things For Every Gearhead To Do Before They Die, 2015.Acesso em 20 set. 2022. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/jasonfogelson/2015/06/12/10-things-for-every-gearhead-to-do-before-they-die/?sh=6e3ac1534907/>>
- 6 Phipps B. 9 Cars Every Gearhead Should Drive At Least Once, 2022. Acesso em 20 set. 2022. Disponível em: <<https://www.hotcars.com/9-cars-every-gearhead-should-drive-at-least-once/>>
- 7 Quirino MHJ. Comunicação do youtuber brasileiro: aspectos não verbais, verbais e vocais. **Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**, 2019. Acesso em 30 mai. 2022. Disponível em: <<https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/22144/>>
- 8 Behlau M. Teste de Autoavaliação Da Competência na Comunicação,2012. Acesso em 30 set. 2022. Disponível em: <<https://www.cevbr.com/>>

9 Ribeiro V. Uso da teoria de Resposta ao Item Para Validação do Teste de Autoavaliação de Competência Comunicativa (TACCOM). **Universidade Federal de Minas Gerais**, 2020. Acesso em 16 mai. 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/35456/>>

10 Furiatti D. Mulheres merecem mais espaço no meio automotivo, 2019. Acesso em 04 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.h2foz.com.br/sem-categoria/mulheres-merecem-mais-espaco-no-meio-automotivo/>>

11 Javaro G.A.T. Mulher no Volante, lucro constante: o estudo do comportamento feminino no marketing automobilístico. **Universidade Estadual Paulista Julio De Mesquita Filho**, 2016. Acesso em 04 nov. 2022. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/140178/000865851.pdf?sequence=1&isAllowed=y/>>

12 Voguel. J. História Automotiva: A rainha que era uma gearhead, 2022. Acesso em 04 nov. 2022. Disponível em: <https://motor1.uol.com.br/features/609512/historia-automotiva-rainha-gearhead/>

13 Kovacs. L. Como funciona a monetização do Youtube, 2020. Acesso em 04 nov. 2022. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/como-funciona-a-monetizacao-do-youtube/>>

14 Caporossi. C, Ferreira. L. Sintomas vocais e fatores relativos ao estilo de vida em professores, 2011. Acesso em 06 nov. 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1516-18462010005000099/>>.

ANEXO 1

 PUC-SP	FACULDADE DE CIÊNCIAS MÉDICAS E DA SAÚDE DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - FCMS-PUC/SP													
PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP														
DADOS DO PROJETO DE PESQUISA														
Título da Pesquisa: Youtubers do Meio Automotivo: Autopercepção da Comunicação														
Pesquisador: LAURA MOREIRA DILEO														
Área Temática:														
Versão: 1														
CAAE: 59515922.6.0000.5373														
Instituição Proponente: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-PUC/SP														
Patrocinador Principal: Financiamento Próprio														
DADOS DO PARECER														
Número do Parecer: 5.500.483														
Apresentação do Projeto:														
Trata-se de projeto de pesquisa de trabalho de conclusão de curso "Youtubers Do Meio Automotivo: Autopercepção da Comunicação" da aluna Laura Moreira Dileo sob orientação da Profa. Dra. Lésile Piccolotto Ferreira. Pesquisa de natureza transversal, exploratória e quantitativa. A pesquisa será realizada com youtubers do meio automotivo (denominados gearhead). A coleta de dados será realizada por meio de um instrumento organizado na plataforma Google Forms. Esse instrumento contará com os seguintes dados: Dados sociodemográficos: nome, idade, gênero e se exerce outra profissão que faz uso da voz profissionalmente. Dados sobre contexto de trabalho: nome do canal, tempo de atuação como youtuber, quantidade de vídeos gravados por semana e fatores do ambiente em que grava. Teste de Autoavaliação de Competência Comunicativa (TACCOM) – instrumento criado pela fonoaudióloga Dra Mara Behlau em 2002. É composto por 20 itens referentes a comportamentos comunicativos de fala e de escuta que são autoavaliados quanto a sua realização.														
Objetivo da Pesquisa:														
Objetivo Primário:														
Analisar a autopercepção da competência comunicativa de youtubers do meio automotivo (denominados gearheads).														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="3">Endereço: Rua Joubert Wey, 290 - sala 506 - 5º andar do prédio da Faculdade</td> </tr> <tr> <td>Bairro: Vergueiro</td> <td>Município: SOROCABA</td> <td>CEP: 13.030-070</td> </tr> <tr> <td>UF: SP</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Telefone: (15)3212-9896</td> <td>Fax: (15)3212-9896</td> <td>E-mail: cep@pucsp.br</td> </tr> </table>			Endereço: Rua Joubert Wey, 290 - sala 506 - 5º andar do prédio da Faculdade			Bairro: Vergueiro	Município: SOROCABA	CEP: 13.030-070	UF: SP			Telefone: (15)3212-9896	Fax: (15)3212-9896	E-mail: cep@pucsp.br
Endereço: Rua Joubert Wey, 290 - sala 506 - 5º andar do prédio da Faculdade														
Bairro: Vergueiro	Município: SOROCABA	CEP: 13.030-070												
UF: SP														
Telefone: (15)3212-9896	Fax: (15)3212-9896	E-mail: cep@pucsp.br												

ANEXO 2**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Título do Projeto de Pesquisa: Youtubers Do Meio Automotivo: Autopercepção da Comunicação

Pesquisador Responsável: Laura Moreira Dileo

Local onde será realizada a pesquisa: Google Forms

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa acima especificada. O convite está sendo feito a você porque é um youtuber do meio automotivo. Sua contribuição é importante, porém, você não deve participar contra a sua vontade.

Antes de decidir se você quer participar, é importante que você entenda por que esta pesquisa está sendo realizada, todos os procedimentos envolvidos, os possíveis benefícios, riscos e desconfortos que serão descritos e explicados abaixo.

A qualquer momento, antes, durante e depois da pesquisa, você poderá solicitar maiores esclarecimentos, recusar-se a participar ou desistir de participar. Em todos esses casos você não será prejudicado, penalizado ou responsabilizado de nenhuma forma.

Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com o pesquisador responsável Laura Moreira Dileo, nos telefones (11)4706-1820, celular (11)94874-5225 e e-mail lauramdileo@gmail.com. Este estudo foi analisado por um Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) que é um órgão que protege o bem-estar dos participantes de pesquisas. O CEP é responsável pela avaliação e acompanhamento dos aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos, visando garantir a dignidade, os direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes de pesquisas. Caso você tenha dúvidas e/ou perguntas sobre seus direitos como participante deste estudo ou se estiver insatisfeito com a maneira como o estudo está sendo realizado, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Faculdade de Ciência Médicas e da Saúde – localizado na Rua Joubert Wey, 290 – Vergueiro Sorocaba- SP – CEP 18030-070, sala 506, 5º andar do Prédio da Faculdade de

Medicina. Contato (15) 3212-9896 –e-mail: cepfcms@pucsp.br, de segunda-feira a sexta-feira no horário das 8hs às 16hs.

Todas as informações coletadas neste estudo serão confidenciais (seu nome jamais será divulgado). Somente o pesquisador e/ou equipe de pesquisa terão conhecimento de sua identidade e nos comprometemos a mantê-la em sigilo. Os dados coletados serão utilizados apenas para esta pesquisa.

Após ser apresentado (a) e esclarecido (a) sobre as informações da pesquisa, no caso de aceitar fazer parte como voluntário (a), você deverá rubricar todas as páginas e assinar ao final deste documento elaborado em duas vias. Cada via também será rubricada em todas as páginas e assinada pelo pesquisador responsável, devendo uma via ficar com você, para que possa consultá-la sempre que necessário.

Informações importantes que você precisa saber sobre a pesquisa

- ✓ **Justificativa para realização da pesquisa:** Entender melhor o universo referente ao conhecimento do gearhead quanto a sua comunicação, para na sequência, a partir dos resultados buscar planejar ações voltadas para a demanda registrada;
- ✓ **Objetivos da pesquisa:** Analisar a autopercepção da competência comunicativa de youtubers do meio automotivo (denominados gearheads);
- ✓ **População da pesquisa:** Youtubers do Meio Automotivo;
- ✓ **Procedimentos aos quais será submetido (a):** Sua participação consistirá em responder um questionário online com o total de 19 perguntas referentes a comportamentos comunicativos de fala e de escuta que são autoavaliados quanto a sua realização e você levará no máximo 10 minutos para responde-lo;
- ✓ **Riscos em participar da pesquisa:** Ao considerar que toda pesquisa oferece riscos, nesse caso são mínimos, podem ocorrer cansaço, algum tipo de constrangimento ou desconforto ao responder as perguntas;
- ✓ **Benefícios em participar da pesquisa:** Avanço nos conhecimentos sobre o que está sendo pesquisado;

- ✓ **Privacidade e confidencialidade:** os pesquisadores se comprometem a tratar seus dados de forma anonimizada, com privacidade e confidencialidade;
- ✓ **Acesso a resultados parciais ou finais da pesquisa**
- ✓ **Custos envolvidos pela participação da pesquisa:** a participação na pesquisa não envolve custos, tampouco compensações financeiras.

Consentimento do participante:

Eu, abaixo assinado, declaro que concordo em participar desse estudo como voluntário (a) de pesquisa. Fui devidamente informado (a) e esclarecido(a) sobre o objetivo desta pesquisa, que li ou foram lidos para mim, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação e esclareci todas as minhas dúvidas. Foi-me garantido que eu posso me recusar a participar e retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto me cause qualquer prejuízo, penalidade ou responsabilidade. Autorizo a divulgação dos dados obtidos neste estudo mantendo em sigilo minha identidade. Informo que recebi uma via deste documento com todas as páginas rubricadas e assinadas por mim e pelo Pesquisador Responsável.

- ☐ Li e aceito
- ☐ Li e não aceito

ANEXO3

Identificação do Youtuber

1- Idade: *

2- Sexo: *

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiro não dizer

3- Qual o nome do seu canal? *

4- Quantos vídeos você grava por semana?*

- ☐ Entre 1 a 2
- ☐ Entre 3 a 4
- ☐ 4 ou mais

5 - Qual o ambiente você mais costuma gravar?*

- ☐ Na rua
- ☐ Oficina
- ☐ Eventos ou encontros
- ☐ Em casa
- ☐ Todas as opções acima

6 - Há quanto tempo você criou seu canal?*

- ☐ 1 ano
- ☐ 2 anos
- ☐ 3 anos
- ☐ 4 anos ou mais

7 - Vc exerce outra profissão que utiliza o uso da voz, além do Youtube? Se sim, qual? *

Teste de Autoavaliação da Competência Comunicativa

Leia atentamente cada um dos 19 itens, e assinale a alternativa que representa sua comunicação com os outros. Marque como é sua comunicação e não como gostaria que ela fosse.

1-Você consegue captar e manter a atenção do ouvinte? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

2- Sua voz é boa e expressiva? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

3- Você fala claro, com boa dicção? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

4- Você acha fácil influenciar os outros com sua comunicação? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

5- As pessoas lembram-se do que você disse?*

- ☐ Sim
- ☐ Não

6- Os outros deixam você falar, sem interrompê-lo?*

- ☐ Sim
- ☐ Não

7- Você aproveita as oportunidades de comunicação? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

8- Os outros aceitam suas sugestões, críticas ou feedback (opinião sua sobre os outros)? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

9- Você usa a comunicação como parte do seu marketing pessoal? *

- ☐ Sim

- Não
- 10- Você deixa o outro falar sem interrompê-lo?
 - Sim
 - Não
- 11- Você presta atenção na mensagem verbal e não verbal do que é dito (voz, Linguagem corporal e gestos)? *
 - Sim
 - Não
- 12- Você assume o que diz? *
 - Sim
 - Não
- 13. Você focaliza a atenção na pessoa interlocutora (evitando ouvir conversas Paralelas)?*
 - Sim
 - Não
- 14- Você mantém a atenção no discurso da outra pessoa (evitando distrair-se com seus próprios pensamentos)?*
 - Sim
 - Não
- 15. Você responde diretamente ao que é perguntado (sem rodeios)? *
 - Sim
 - Não
- 16. Você mostra interesse no que está sendo dito, por meio do olhar, postura ou sinais de apoio e aprovação? *
 - Sim
 - Não
- 17. Você repete os pontos importantes do que foi dito para se certificar que compreendeu bem? *
 - Sim
 - Não
- 18. Você procura memorizar fatos importantes e características da pessoa interlocutora? *
 - Sim

- Não

19. Você recebe bem críticas, sugestões ou feedback (opinião dos outros sobre você)?*

- Sim
- Não

OBRIGADA POR CONTRIBUIR COM ESTE ESTUDO!