

INTERAÇÃO, BA E CONHECIMENTO: UMA ANÁLISE DO YOUTUBE® COMO CANAL DE COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO NO CONTEXTO DA GASTRONOMIA

INTERACTION, BA AND KNOWLEDGE: AN ANALYSIS OF YOUTUBE® AS A KNOWLEDGE SHARING CHANNEL IN THE CONTEXT OF GASTRONOMY

Frederico Divino Dias^a

Marta Macedo Kerr Pinheiro^b

Armando Sérgio de Aguiar Filho^c

RESUMO

Objetivo: Evidenciar de que forma a interatividade se faz presente na criação e compartilhamento do conhecimento no YouTube®, por meio de canais de gastronomia e culinária brasileiros. **Metodologia:** Tratou-se de uma pesquisa teórico-empírica com cunho descritivo e exploratório, que em uma abordagem quali-quantitativa, coletou dados de doze canais de gastronomia e culinária no YouTube® Brasil para alcançar o objetivo do estudo. A seleção desta amostra seguiu processo sistemático com critérios de inclusão estabelecidos pelos próprios autores. **Resultados:** Os canais utilizados como base de dados evidenciaram, por meio de suas métricas, três principais pontos de análise: importância do contexto capacitante, valorização da interação entre os usuários (comentários, reações e compartilhamentos externos) e ocorrência da espiral do conhecimento. **Conclusões:** Observou-se que a interatividade assume papel fundamental na plataforma analisada; esta variável é preponderante no que tange os processos de criação e compartilhamento dos conhecimentos. O YouTube® pode se estabelecer como uma teia de relações e inter-relações que propiciam uma unificação, por interação, em um grande *Ba* favorável à difusão de variados conhecimentos (sejam eles culinários ou não).

Descritores: Interação. Criação e Compartilhamento do Conhecimento. YouTube®.

^a Doutorando em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento pela Universidade FUMEC. Docente do Centro Universitário Estácio de Belo Horizonte. E-mail: fredivino@yahoo.com.br

^b Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente do Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento da Universidade FUMEC. E-mail: martakerr@gmail.com

^c Doutor em Gestão da Informação e do Conhecimento pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Docente do Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento da Universidade FUMEC. E-mail: armando.filho@fumec.br

1 INTRODUÇÃO

A conectividade que permeia a vida dos seres humanos na atualidade teve seu primórdio entre as décadas de 1950-60 quando a internet se apresentou como uma grande ferramenta comunicacional. Gasque (2016) afirma que, ao longo de seus vários avanços, foi no ano de 2000 que houve uma ruptura com o *status quo* da *world wide web*. O surgimento e a popularização das redes sociais tomam o protagonismo da internet e propiciam aos seus usuários, diversos avanços no ponto de vista informacional e comunicacional.

As redes e mídias sociais trazem mudanças significativas na vida dos sujeitos, principalmente no que se refere às dinâmicas interacionais. Com todo o aparato disponibilizado na atualidade os usuários passam a ter uma infinidade de recursos com os quais poderiam mediar as tarefas laborais, sociais, educacionais, entre outras (MOURA; COSTA; NAKAGAWA, 2018). Este cenário apresenta um grande potencial no que se refere às interações e discussões que podem ocorrer em variadas circunstâncias; aqui os sujeitos podem ser levados à visualização e ao entendimento de interações outrora inimagináveis.

Dentro deste espectro encontra-se o YouTube® como uma plataforma digital que associa em um mesmo lugar a exposição de informações das mais variadas temáticas e oportuniza aos usuários a possibilidade da explanação e do debate de ideias. Esta mídia é entendida por autores como Antunes e Azevedo (2019) como um campo de troca de pensamentos, informações e discussões que propiciam aos usuários a construção de novos conceitos, absorção de conhecimentos e difusão dos mesmos.

No arcabouço da Gestão do Conhecimento (GC), surgem então vários prismas que podem servir de orientação para entender as dinâmicas que estão inseridas em realidades virtuais e digitais como é o caso do YouTube®. O conhecimento, sendo teorizado como um bem essencialmente humano, possui meandros que devem ser analisados em vista de entender a sua dinâmica de criação e compartilhamento na atualidade. Assim como destaca Polanyi (1966, p. 26), “sabemos mais do que podemos falar”, ou seja, o conhecimento vai muito além do que pode ser expresso de alguma forma documental.

Nesta discussão acerca do conhecimento, uma variável que é amplamente discutida não apenas pelos teóricos da GC, é a interação. Os processos dinâmicos que envolvem os usuários em redes de troca de informações e dados, por exemplo, poderiam mediar e potencializar os processos de geração e compartilhamento do conhecimento. O contato – real ou virtual, entre os sujeitos inseridos dentro de determinados sistemas podem impactar diretamente nas ações acima destacadas.

Sob este olhar, os autores deste artigo buscaram evidenciar de que forma a interatividade se faz presente na criação e compartilhamento do conhecimento no YouTube®, por meio de canais de gastronomia e culinária brasileiros. Buscando levantar dados quantitativos acerca deste recorte, os pesquisadores interpretaram estas métricas à luz das teorias clássicas da criação e compartilhamento do conhecimento, visando aclarar a relevância das interações dentro destes sistemas informacionais.

Dar destaque a esta variável fundante nos processos de GC, oportuniza aos pesquisadores e à academia científica a possibilidade de visualizar em campo a estrutura preconizada anteriormente nesta área. Este estudo justifica-se pelo fato de que no Brasil há uma baixa produção de materiais científicos que tratam dos processos informacionais relativos ao YouTube®. No estudo de Dias e Aguiar Filho (2021), por exemplo, é demonstrada essa baixa produção na área da Ciência da Informação no país. É relevante ainda para os autores, pois são áreas de interesse dos mesmos no que se refere à dinâmica de entendimento do objeto de pesquisa deste estudo.

Este manuscrito estrutura-se em cinco seções que discutem os aspectos introdutórios, a base teórico-conceitual, apresentam os procedimentos metodológicos, e divulgam e analisam os dados coletados. Por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2 CRIAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO

O conhecimento é uma realidade amplamente discutida na academia científica e possui diversos olhares que apresentam similitudes e pontos

específicos de cada pesquisador. Teóricos mais conhecidos dentro desta área de estudos são Polanyi (1958; 1966), Nonaka e Takeuchi (1997), Takeuchi e Nonaka (2008) e Daveport e Prusak (2003). Tais pesquisadores debruçaram-se, cada um em determinada vertente, visando entender os processos relativos ao conhecimento, bem como a criação e compartilhamento do mesmo.

Iniciando estas análises, o conhecimento é destacado por Polanyi (1958; 1966) como um produto essencialmente humano e que deve ser construído dentro de um corpo. Aos olhos do teórico todo o conhecimento assumirá em si mesmo um caráter tácito e explícito, aquilo que pode ser próprio dos sujeitos, bem como aquilo que pode ser facilmente expresso e organizado externamente – respectivamente.

Avesso à visão disciplinar e objetiva da realidade, o teórico apresenta uma perspectiva clara da necessidade do entendimento da interação experiencial do ser humano com o sistema no qual ele está inserido, alinhado com a argumentação de Bertalanffy (2010). Em sua proposta, Polanyi (1958) defende que o conhecimento assume um caráter holístico em sua dimensão tácita dada a tomada de consciência da realidade vivente. “Quando fazemos uma coisa funcionar com o termo proximal do conhecer tácito, nós a incluímos em nosso corpo – ou estendemos nosso corpo para incluí-la – de modo que passamos a habitar nela” (POLANYI, 1966, p. 16). O fato de experienciar o mundo externo por meio do próprio corpo gera uma significância da realidade de forma pessoal

A necessidade da interação, fator de grande importância neste cenário, é o que Polanyi (1966) afirma sobre a constituição da realidade pessoal do conhecimento. Partindo-se da premissa da indispensabilidade da significação da realidade – termo distal, torna-se fundamental a observância prática de determinados contextos visando a transmissão deste tipo de conhecimento. No sentido oposto ao conhecimento explícito, a observação, a prática e o treinamento permitirão o compartilhamento de situações e conhecimentos próprios de determinados sujeitos. A ‘cooperação inteligente’ de ambos envolvidos garante, na concepção do pesquisador, a compreensão da demonstração.

Apresentando interseções teóricas, Nonaka e Takeuchi (1997) reforçam

a importância dos dois componentes constituintes do conhecimento: o tácito e o explícito. É necessário compreender que, assim como para Polanyi, a menção ao conhecimento tácito refere-se ao que é próprio do indivíduo, específico de dado sistema e baseado em experiências pessoais. Os autores ratificam que este é um tipo de conhecimento de difícil codificação e compartilhamento, exatamente pelo fato de a subjetividade ser a chave deste tipo de criação de conhecimento. Já o conhecimento explícito, como o próprio nome ressalta, trata de um tipo de bem que pode ser expresso das mais variadas formas e nos mais variados contextos. Apresentado nas formas: verbal, escrita, numérica, sonora, dentre outros recursos.

É nesta conjuntura que os teóricos apresentam o que denominam de 'espiral do conhecimento' para explicar de forma prática, como se daria o processo da criação do conhecimento. Neste esquema existe a presença de quatro momentos nos quais há a conversão dos componentes tácitos e explícitos em uma sequência clara, por meio da qual as informações são apropriadas e assimiladas pelos sujeitos, permitindo assim a criação e o compartilhamento do conhecimento (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Para os teóricos, a socialização, externalização, combinação e internalização, permitem aos sujeitos vivenciarem uma lógica relacional que estimula tanto a criação quanto o compartilhamento dos componentes tácito e explícito.

Contribuindo com esta discussão teórica, Davenport e Prusak (2003) agregam o que denominam conhecimento implícito; para os autores, este tipo de conhecimento refere-se a uma variante complexa do conhecimento tácito o qual, de forma não intencional, será repassado. Pontua-se aqui que tanto o tácito quanto o implícito não são passíveis de ensino, são substanciais, complexos e não documentados. Dentro deste ponto de vista, portanto, é de fundamental importância a ação da interação recíproca entre o detentor do conhecimento e o outro sujeito interessado. Assim como enunciado anteriormente, o processo da construção é visualizado como uma constante; as relações e inter-relações são situações que devem ocorrer de forma contínua.

Ainda sob a ótica de Davenport e Prusak (2003) torna-se importante destacar que, no que se refere aos conhecimentos explícitos, não adianta em

nada haver a disponibilidade de variados materiais que explanem o conhecimento, se não existir um contato constante com o mesmo. É importante que existam estratégias para a explicitação do conhecimento, porém, é também de grande valia a manutenção do acesso em um regime frequente. Assim como afirmam Takeuchi e Nonaka (2008, p. 19, grifo nosso), o conhecimento explícito tem a característica de “ser rapidamente transmitido aos indivíduos, formal e *sistematicamente*”. Em suma, observa-se a necessidade da interação entre sujeito e conhecimento de forma continuada para que haja o compartilhamento deste objeto.

Corroborando os ideais trazidos aqui – principalmente quando se trata da interação, outros pesquisadores também pontuam a necessidade de se observar a realidade humana sob este viés integral e totalizante do meio no qual os sujeitos estão inseridos (SOMMERMAN, 2005; BERTALANFFY, 2010). É necessário que as discussões sobre conhecimento – criação e compartilhamento, sejam permeadas por uma ação interdisciplinar na qual haja efetivamente uma relação recíproca entre as variadas partes envolvidas dentro dos sistemas aos quais elas estão alocadas. O conhecimento pessoal é vivenciado em uma realidade que se faz presente dentro de um sistema que viabiliza a sua transmissão.

O olhar interdisciplinar e totalizante da realidade permite entender, com maior clareza, a necessidade da interação entre várias áreas da vida dos sujeitos, por exemplo, para que os processos de criação e compartilhamento do conhecimento sejam efetivos. O ser humano, na ótica integralizante de Bertalanffy (2010), não está posto em uma área isolada, a vivência humana se dá em sistemas que estão em constante interação e aperfeiçoamento. Tais sistemas retroalimentáveis podem viabilizar o surgimento de um contexto que favoreça os processos destacados acima na arena do conhecimento.

3 INTERAÇÃO, BA E YOUTUBE®

Partindo-se da premissa da interatividade, faz-se necessário ponderar que é fundamental para a concretização dos processos de criação e compartilhamento do conhecimento a presença de um ‘espaço’ com condições

especiais. Tal local forma um contexto capacitante que, aos olhos de Nonaka e Konno (1998, p. 40), é um “espaço compartilhado que serve de base à criação do conhecimento”.

Neste sentido Nonaka e Toyama (2008) apresentam o conceito de *Ba* ou, como denominado pelos autores: contexto compartilhado em movimento. Os teóricos apresentam este conceito considerando-se que a geração do conhecimento não ocorre em um vazio, sempre há a necessidade da existência de um contexto – uma ‘arena’, para que a espiral do conhecimento ocorra. Embora seja mais fácil considerar como um espaço físico, o *Ba* pode assumir várias faces frente ao contexto no qual se insere; um espaço virtual, mental, ou mesmo a combinação desses meios.

Quando se fala do *Ba* é evidenciado o pensamento de que, por meio da interação neste contexto, ocorrerá uma unificação dos espaços físicos, virtuais e mentais, o que propiciará a criação de um grande *Ba*, o que Nonaka e Konno (1998) vão denominar de *basho*. Esta unificação dos *Ba* individuais impele os sujeitos a integrar e transcender todas as fronteiras subjetivas e limitadas do conhecimento. Este grande estágio interacional aflora os conhecimentos individuais e os insere em um cenário de compartilhamento dentro dos contextos subjetivos.

Sob a argumentação de Takeuchi e Nonaka (2008), o *Ba* é o contexto capacitante ideal no que se refere à criação do conhecimento. Para os autores este contexto deve ser formado por “autonomia, caos criativo, redundância, variedade de requisitos, amor, cuidado, confiança e compromisso” (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p. 109). As condições aqui apresentadas fomentam sobremaneira o potencial individual e coletivo da criação, compartilhamento e aplicabilidade dos conhecimentos. Todos estes tópicos têm como prerrogativa, portanto, a interação.

Com a possibilidade de atuar profundamente neste contexto dinâmico que pode se tornar capacitante, a plataforma YouTube® teve o seu surgimento no ano de 2005 quando ainda se apresentava como um repositório de vídeos. Integrando no ano de 2007 o grupo Google®, tornou-se parte de um ecossistema de mídias, as quais passaram a ser identificadas como referência para uma série

de demandas do grande público (MONTAÑO, 2017). Com variadas opções de conteúdo para visualização e ampla abertura no que se refere à criação de conteúdo, Palladines-Paredes e Margarollo (2020), discutem a facilidade do acesso, a criação e divulgação de conteúdos sob a ótica de variadas temáticas gerando grandes comunidades virtuais de seguidores e apreciadores das informações ali repassadas.

Neste mesmo espectro, as autoras Antunes e Azevedo (2019) apresentam a importância dos denominados influenciadores digitais para esta conjuntura em específico. O conteúdo a ser transmitido necessita de alguém que o apresente a um grande público, ou a um nicho que busca por aquela informação e a discute com outros sujeitos. É fundamental ainda, que nesta relação que se estabelecerá (*youtuber*-usuários) existam os tópicos enumerados por Takeuchi e Nonaka (2008) tais como a confiança e o compromisso.

Para o contexto do YouTube®, os influenciadores são sujeitos os quais destacam-se pois buscam proximidade com os usuários divulgando determinada marca, produto, entre outros motivos, apresentando-se para uma parte específica do grande público. Como se trata de uma plataforma de conteúdo colaborativo é notório que há a possibilidade de interação entre os usuários e os geradores de informação dentro de determinados cenários. Paletta e Silva (2020) ratificam que nestes ambientes há a chance de interações dialógicas por meio de falas e argumentações de variados usuários e espectadores. Os sujeitos que se valem da plataforma passam, portanto, a coexistir em um sistema cooperativo de compartilhamento, troca de informações, agregação de dados, informações e valores às realidades ali expostas e compartilhadas de forma praticamente simultânea.

Os *youtubers*, segundo Costa (2020), possuem um direcionamento – concordante com as discussões de Antunes e Azevedo (2019), ao ‘*You*’, torna-os referências para estas unidades e ‘tribos’ (como apresenta o autor) sociais. O pesquisador ressalta, ainda, a importância desta relação que é estabelecida, mesmo que de forma virtual, entre os geradores e os consumidores de conteúdo. Muitas vezes o foco dos *youtubers* pode estar centrado em promoção pessoal, divulgação de produtos ou até mesmo o levante de bandeiras políticas e sociais;

este cenário virtual oferta, portanto, a oportunidade do alcance de variados objetivos por meio das redes de relações que são provenientes destas interações.

Neste prisma das interrelações, as quais podem ser originadas por meio das dinâmicas entre usuários e influenciadores, é interessante destacar, conforme elucida Maia *et al.* (2015), os impactos das conexões mediadas pelas TIC na atualidade. As autoras explicitam acerca das grandes oportunidades de conversação que tais relações podem originar. Dentro de uma grande gama de opções tecnológicas, o YouTube®, como uma plataforma de conteúdo colaborativo, apresenta-se como um campo no qual há a possibilidade de interação entre os usuários e os geradores de conteúdo dentro de determinados cenários, como por exemplo: comentários e respostas, respostas aos comentários por parte dos administradores dos canais, ou mesmo a ausência de interação.

Em síntese, a prática da interação com os materiais disponibilizados no YouTube®, irá trazer aos usuários uma apresentação dos conhecimentos explícitos, tácitos e implícitos de outros sujeitos—*youtubers* e demais usuários. Ao disponibilizar um material audiovisual que desperta a admiração de determinado público, os influenciadores – por exemplo – estarão, mesmo que de forma não intencional, apresentando aos seus expectadores os seus conhecimentos. Nesta direção os usuários poderão entrar no processo enunciado por Nonaka e Takeuchi (1997) da espiral do conhecimento.

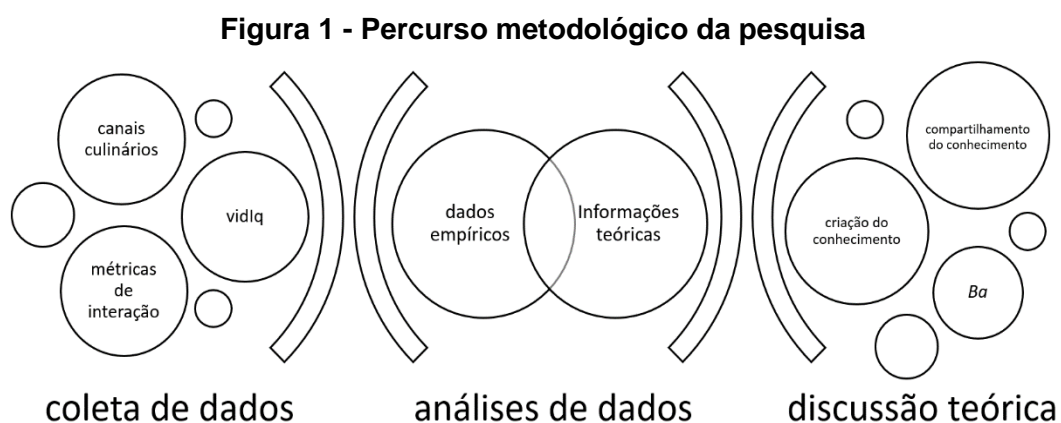
4 METODOLOGIA

O presente estudo teve como natureza de pesquisa um olhar quanti-qualitativo; dadas as exposições dos conceitos e discussões de teóricos, os pesquisadores valeram-se deste caráter uma vez que permearam a discussão crítica a partir de olhares naturais dos fenômenos na realidade atual. Tratou-se de um estudo teórico-empírico que buscou, por meio de obras clássicas das áreas de criação e compartilhamento do conhecimento, discutir e associar tais conceitos à realidade observável no recorte da pesquisa dentro da plataforma YouTube®. Os dados quantitativos (indicadores dos canais) prestaram como

base para as análises qualitativas (discussões críticas).

Assumindo um caráter descritivo e exploratório, os pesquisadores buscaram neste manuscrito, levantar dados atuais acerca da problemática da pesquisa, visando demonstrar a presença e importância dos processos interativos dentro do espectro do conhecimento. Ao explanar algumas teorias do conhecimento além da plataforma YouTube®, o estudo proporcionou a descrição dos conceitos e variáveis que poderiam se relacionar em um contexto real (GIL, 2019). O viés exploratório explicitou a existência de interseções teórico-conceituais que levaram à conclusão do presente trabalho (PEROVANO, 2016).

Para facilitar o entendimento do caminho trilhado para a efetivação da pesquisa é apresentado, na figura 1, o percurso metodológico de forma esquemática que foi trabalhado neste manuscrito. Os autores deste estudo lançaram mão de dois contextos, a saber: a discussão teórica e a coleta de dados.



Fonte: próprio dos autores.

O YouTube®, como destacado no item 2.2 deste estudo, é uma plataforma colaborativa que oportuniza ao usuário a possibilidade de inserir vídeos sobre determinada temática – pessoal ou comercial – e interagir em determinadas redes de contatos que aí se estabelecem. Dentro da plataforma é facultada a opção de criação de canais nos quais os influenciadores poderão desenvolver conteúdos que se aproximarão com maior profundidade de seu público. Neste sentido, o objeto de estudo desta pesquisa, foram os canais culinários brasileiros postos – na data de realização da pesquisa – dentro da

plataforma.

Utilizando a plataforma YouTube® Brasil como universo deste estudo, os pesquisadores estabeleceram o recorte amostral seguindo um processo sistemático no qual foram levantados os canais brasileiros que tratam como tema central a gastronomia e culinária, para proceder posteriormente, à coleta dos dados para a pesquisa. Este processo contou com os critérios de inclusão detalhados no quadro 1 apresentado abaixo.

Quadro 1 - Critérios de seleção dos canais para a amostra da pesquisa

Critério	Inclusão
Base de dados	Plataforma YouTube® Brasil.
Tema	Gastronomia / Culinária.
Nacionalidade dos canais	Brasil.
Descritores inseridos no <i>omnibox*</i> da plataforma	gastronomia; culinária; receitas; gastronomia AND receitas; gastronomia AND culinária; receitas AND gastronomia; receitas AND culinária; culinária AND gastronomia; culinária AND receitas.
Número de inscritos	Maior ou igual a 1 milhão.
<i>Play Button**</i>	<i>Golden</i> .
Verificação de conta***	Verificada ou não.
Atividade do canal	menor de 1 mês.

Fonte: próprio dos autores.

Legenda: *barra de busca da plataforma; **certificado que a plataforma dá aos canais a partir da quantidade de seguidores que os mesmos possuem, a saber: *Silver Play Button* mais de 100mil seguidores, *Golden Play Button* mais de 1 milhão de seguidores, entre outros; ***política da plataforma que permite aos criadores de conteúdo o acesso a uma série de benefícios adicionais, como por exemplo: envio de vídeos com mais de quinze minutos, adição de miniaturas personalizadas aos seus vídeos e possibilidade de transmissão 'ao vivo', por exemplo.

Estes critérios apresentados levaram os pesquisadores a um cenário que totalizou uma amostra de doze canais para levantamento de dados quantitativos acerca do objeto de estudo. Dado o estabelecimento desta amostra, os pesquisadores lançaram mão da extensão do *website* 'vidIQ®' que realiza análises métricas de vídeos da plataforma YouTube® de forma gratuita e acessível a qualquer usuário. Considerando-se esta extensão, os autores do trabalho coletaram os seguintes dados quantitativos: número de seguidores, número de vídeos publicados, visualizações totais do canal, média de visualizações diárias, vídeo mais popular do canal, visualizações deste vídeo, comentários do vídeo, engajamento do vídeo (métrica que considera a comparação direta entre curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações do vídeo) e interação de 'gostei' e 'não gostei' do conteúdo.

Por fim, para proceder às análises qualitativas, foram utilizados os materiais teóricos clássicos acerca da criação e compartilhamento do conhecimento de autores como: Polanyi, Nonaka, Takeuchi, Davenport, Prusak, Toyama e Konno. Com este recorte em mãos, os autores analisaram de forma crítica os conceitos e informações encontradas, estruturando uma discussão teórica acerca destes materiais visando explicitar o tema central deste estudo. Cabe ressaltar que o objeto de estudo desta pesquisa é a interação dentro da plataforma; a amostra aqui estabelecida (canais de gastronomia e culinária) foi determinada pelos pesquisadores para viabilizar o entendimento da realidade interacional.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Como destacado nas bases teóricas trazidas anteriormente, a interação é um tópico fundante no que se refere à criação e ao compartilhamento do conhecimento. Torna-se necessário, portanto, observar as relações interacionais que ocorrem na plataforma para viabilizar o alcance ao entendimento da problematização trazida na introdução. Os pesquisadores valeram-se neste momento dos dados coletados no YouTube® Brasil no dia 20/09/2021, amparados na metodologia descrita acima, para realizar as análises quanti e qualitativas do objeto de estudo.

Em relação ao cenário da pesquisa encontrado, o quadro 2 apresenta de forma detalhada as informações iniciais em relação às métricas básicas dos canais, a saber: número de seguidores, número de vídeos publicados e visualizações totais dos canais.

Quadro 2 – Dados do cenário da pesquisa

Nome do canal	Seguidores	Vídeos publicados	Visualizações totais
Receitas de Pai	9.150.000	727	604.896.080
Tata Pereira	7.210.000	1.362	585.287.021
Culinária em casa	7.180.000	2.262	531.461.901
Receitas da Cris	5.840.000	733	447.814.230
Alex Granig	2.870.000	1.593	233.326.146
Mohamad Hindi	2.370.000	712	257.771.077
Jane Loures Canal de culinária	1.490.000	1.383	178.601.077
Nandu Andrade	1.540.000	580	88.454.796
Paola Carosella	1.330.000	87	47.248.776

Gabriel Freitas	4.470.000	611	287.701.597
Cozinha do bom gosto - Gabriela Rossi	1.210.000	679	68.014.739
Gordices da Deia	1.040.000	755	49.249.547

Fonte: próprio dos autores.

Neste momento inicial cabe dar destaque ao número de exibições dos vídeos totais dos canais. Neste contexto é relevante ponderar se as visualizações dos conteúdos postados na plataforma teriam o potencial de inserir os usuários na espiral do conhecimento preconizada por Nonaka e Takeuchi (1997). Mesmo analisando apenas a visualização destes conteúdos (sem necessariamente uma interação mais aprofundada entre os usuários), é perceptível que os sujeitos poderiam se apropriar dos conhecimentos explícitos (por meio dos textos do vídeo, da descrição, da receita, entre outros) e dos conhecimentos tácitos e implícitos dos *youtubers* (por meio de falas, gestos e ações, por exemplo).

O processo de visualização dos vídeos implica em um momento de socialização e externalização por parte do criador do conteúdo; a combinação e internalização caberá – de forma mais contundente, ao usuário da informação quando ele vivenciar o processo da combinação e apropriação dos conhecimentos apresentados. As milhões de visualizações para estes canais podem indicar duas grandes possibilidades, a saber: a visualização de forma única dos vídeos por parte de cada usuário, ou, a repetição da exibição do conteúdo em variados momentos, o que poderia apontar na direção do pensamento de Davenport e Prusak (2003) sobre a constância de acesso à informação. Corroborando a argumentação anterior, Takeuchi e Nonaka (2008) ponderam sobre a importância da redundância, ou seja, do contato repetitivo com a informação variadas vezes dentro do ciclo de criação do conhecimento.

Outro ponto fundamental para complementar a discussão iniciada acima, é a apresentação dos dados relativos à interação propriamente dita dentro da plataforma. Para avaliar esta situação, os autores buscaram nos vídeos mais populares destes canais – segundo o YouTube® Brasil, as métricas relativas aos comentários dos usuários e reações de ‘gostei’ e ‘não gostei’ (apresentadas no quadro 3).

Quadro 3 - Interação dos usuários com os vídeos mais populares dos canais

Canal	Vídeo	Comentários	'gostei'	'não gostei'
Receitas de Pai	Bolo de cenoura fofinho e com casquinha de chocolate	11.189	588.900	13.600
Tata Pereira	Pizza caseira de liquidificador, rápida e fácil	9.211	712.200	14.100
Culinária em casa	ESTÔMAGO ALTO e BARRIGA GRANDE acabam com essa receita de shake de limão - Culinária em Casa	13.385	624.800	18.100
Receitas da Cris	Bolo de chocolate fácil e rápido da Cris!	74.076	1.300.000	65.200
Alex Granig	Marido gelado - Espuma gelada - Sobremesa fácil e rápida Manual da cozinha	2.331	188.600	7.456
Mohamad Hindi	3 Tipos de pastel Mohamad Hindi	3.865	128.200	1.432
Jane Loures Canal de culinária	Bolo no pote para vendas (explicado passo a passo)	2.921	127.300	4.284
Nandu Andrade	Como fazer pizza caseira perfeita bem fácil Massa de pizza Nandu Andrade	3.732	249.400	4.746
Paola Carosella	Stroganoff, com A mesmo! - Nossa Cozinha Ep.4	7.590	238.500	2.471
Gabriel Freitas	A melhor receita de panqueca que você já viu Massa básica Gabriel Freitas	5.305	378.100	9.165
Cozinha do bom gosto - Gabriela Rossi	Paleta Mexicana Caseira com Copos Descartáveis (Morango com Leite Condensado) Cozinha do Bom Gosto	5.277	352.800	7.778
Gordices da Deia	Mais uma decoração que você precisa conhecer com bico 1M - Curso Gordices da Deia	2.843	111.800	4.541

Fonte: próprio dos autores.

Visto o exposto acima é pertinente inferir algumas associações críticas oriundas da base teórica sobre a interatividade e conhecimento. Por se tratar de uma plataforma colaborativa, como enunciado por Paletta e Silva (2020), os usuários têm a possibilidade de interagir com o criador do conteúdo e entre si por meio da ferramenta dos comentários. É observado que nos comentários destes vídeos há inúmeras interações entre usuários, buscando por entendimento do vídeo, troca de experiências, avaliações da informação repassada, além da apresentação de questionamentos aos *youtubers*.

As interações estabelecidas em um contexto informal, considerando-se a liberdade dos usuários interagirem entre si, oferta a possibilidade do surgimento de redes que, como Nonaka e Konno (1998) argumentam, pode originar um

basho. Este ideal apresentado pelos pesquisadores vai na direção da possibilidade de surgimento de uma grande teia de criação e compartilhamento de variados conhecimentos; o tópico dos comentários oportuniza o processo de socialização e externalização de conhecimento em incontáveis cenários e temáticas pertinentes ao próprio vídeo ou não.

Outro campo de destaque neste momento é a possibilidade de o usuário interagir com o vídeo apontando acerca de sua reação com o conteúdo. Tal métrica entra na composição do indicador ‘razão gostei’ que é apresentado pelo *software* vidIQ®. Este dado quantitativo explana diretamente sobre o percentual de usuários que aprovaram ou não conteúdo criado – convém destacar que esta razão é quantificada apenas pelas reações dos usuários que se manifestaram. Esta interação segue na direção do pensamento de Bertalanffy (2010) acerca dos processos de *feedback* dentro dos sistemas.

Os canais do YouTube®, vistos na ótica de Bertalanffy (2010) como sistemas, devem se valer da interação direta com os usuários – comentários e reações, para retroalimentarem seu próprio canal e conteúdo gerado. Será neste momento que o *youtuber* poderá precisar com maior clareza, do que e como os usuários estão percebendo nos processos de compartilhamento de conteúdo de seus canais. A ‘razão gostei’ oferta uma devolutiva ao influenciador digital para aperfeiçoar e melhorar continuamente os conteúdos disponibilizados, o que pode orientar na criação de contextos capacitantes mais atrativos e, conseqüentemente, com maior potencial benéfico para os usuários.

Permeando este olhar da integralidade e do *feedback* trazidos pelos usuários, um dado que chama a atenção no quadro anterior merece uma análise pormenorizada. O vídeo ‘Bolo de chocolate fácil e rápido da Cris!’ alocado no canal ‘Receitas da Cris’, é o que ganha maior destaque neste quadro em relação ao quantitativo de comentários e de reações. Este conteúdo é, também, o que apresenta o maior número de visualizações dos vídeos enunciados no quadro 3; são mais de 56.712.631 exibições. Os números deste vídeo são tão superiores aos demais, que a receita foi alvo de replicações em outros canais, como por exemplo: ‘Alex Granig’, ‘Mohamad Hindi’, além de outros que não compõem a amostra da pesquisa.

No que tange a outra possibilidade interacional – as referências externas, é

evidenciado que há uma média de 131 menções externas a tais conteúdos em outras plataformas que não o YouTube®. Este valor aponta novamente o que os teóricos preconizam acerca da importância da interação; a comunicação entre as variadas plataformas sociais, neste caso, aumenta ainda mais a visibilidade do conteúdo para outros usuários que, porventura, não tenham acesso ou preferência pelo YouTube®.

Um último dado importante que foi coletado por meio do vidIQ® é a taxa de engajamento real dos vídeos. Esta métrica realiza, pelas análises do *software*, uma comparação direta entre as interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) e as visualizações; aponta-se aqui a qualidade do material produzido por meio da interação usuário-conteúdo. No cenário deste estudo oito dos doze vídeos são classificados como 'bom' e quatro deles estão rotulados como 'excelente'. Este último indicador assegura, novamente, a importância da interatividade não apenas para ver o 'mérito' do *youtuber*, mas, para destacar ações exitosas ou pontos de melhoria que impactarão diretamente nos processos de criação e compartilhamento nestes canais.

O caminho que os dados coletados apontam, vai em direção ao que os teóricos preconizam acerca da criação e do compartilhamento do conhecimento: é necessária a existência de um *Ba* – independentemente de ser físico ou virtual, e a interação é peça chave neste processo. O conhecimento demanda interatividade entre os sujeitos para que a realidade (explícita, tácita ou implícita) seja apreendida e internalizada.

As discussões acerca da explicitação ou não do conhecimento trazidas por Polanyi (1958; 1966), Nonaka e Takeuchi (1997) e Davenport e Prusak (2003), podem ser observadas nos dados quantitativos trazidos acima. As inúmeras exibições dos vídeos podem gerar contextos para o acontecimento da espiral do conhecimento, atuando como um contexto capacitante virtual para os usuários. Assim como elucida Polanyi (1958) os conhecimentos próprios do indivíduo – tácito e implícito, são apresentados nos vídeos postados, mesmo que de forma não intencional, como assegura Davenport e Prusak (2003).

Ao totalizar mais de 3 bilhões de visualizações dos doze vídeos da amostra desta pesquisa, fica clara a percepção de que haverá, nesta conjuntura, um compartilhamento constante de conhecimento de milhões de usuários, sejam eles os próprios *youtubers* ou os inúmeros usuários. Os mais de 11 mil vídeos postados por

estes canais culinários dão um panorama do ideal de um *basho*, como enunciam Nonaka e Konno (1998), que promoverá a grande interação entre os sujeitos inseridos neste contexto capacitante. O YouTube® enquanto uma plataforma colaborativa, oferta notadamente esta possibilidade da tecitura de grandes redes que propiciarão as inter-relações benéficas para a transmissão do conhecimento.

Em se tratando ainda das visualizações dos vídeos por parte dos usuários, é propício ressaltar que os seguidores terão contanto muito além dos conhecimentos explicitados pelo influenciador digital no decorrer do vídeo. Assim como apresentado anteriormente o conhecimento tácito será absorvido pelo usuário dada a visualização – no caso desta plataforma – dos conteúdos compartilhados. No momento da exibição dos vídeos os seguidores terão a chance de absorver as variantes tácitas e implícitas dos *youtubers* para internalizá-las posteriormente à sua prática culinária por meio do ato do aprender a fazer.

Esta realidade analisada ratifica a indissociabilidade dos conceitos e teorias trazidos anteriormente ao cotidiano dos usuários. É viável pensar nos processos de criação e compartilhamento do conhecimento dentro do YouTube® a partir de três pilares, sendo eles: a necessidade de um contexto capacitante, a interação entre os usuários e o entendimento de um sistema que se retroalimenta constantemente. A plataforma pode ser um *Ba* que propiciará a interação entre os variados usuários que, abertos à retroalimentação, deverão constantemente reavaliar e readequar seus conceitos e práticas em vistas de melhorar suas realidades.

As variadas possibilidades de interação entre *youtuber*-usuário, usuário-usuário e *youtuber-youtuber* ofertam aos sujeitos o surgimento de arenas propícias para a criação e compartilhamento de inúmeros conhecimentos. Assim como discutido anteriormente, os canais estudados nesta pesquisa propiciam a visualização da interação entre os sujeitos dentro de grandes teias comunicacionais que os envolve em sistemas informacionais propícios para a criação e compartilhamento de conhecimentos gastronômicos e culinários.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente manuscrito evidenciou a presença e importância das relações interacionais em plataforma informacional para a criação e compartilhamento de

conhecimento na atualidade. Lançando mão de coleta de dados em canais culinários dentro do YouTube® Brasil, os pesquisadores buscaram levantar material quantitativo que auxiliasse na visualização prática das teorias trazidas no embasamento deste estudo.

Ao longo da pesquisa foram notadas especificidades que corroboram o evidenciado outrora pelos pesquisadores da área da Ciência da Informação, principalmente da Gestão do Conhecimento. A importância de um ambiente favorável, a necessidade dos processos interativos, o olhar interdisciplinar sobre a área, além, da importância dos processos de retroalimentação, foi visualizado nos dados coletados neste estudo.

A relação direta entre acesso à informação e conhecimento com realidades interativas, ratifica toda a discussão idealizada antes mesmo de a plataforma ser criada e ganhar a notoriedade que hoje possui. O YouTube® enquanto uma plataforma colaborativa de vídeos, apresenta características que permitem visualizá-lo como um contexto capacitante que, por meio de suas ferramentas, estimula a interatividade entre os usuários, como é preconizado nas teorias fundantes do conhecimento.

Canais culinários que juntos possuem mais de 3,38 bilhões de visualizações e mais de 45,7 milhões de seguidores, podem ser entendidos como contextos que propiciam tanto a criação quanto o compartilhamento de conhecimentos gastronômicos. A interatividade observada em apenas 12 dos mais de 11,5 mil vídeos aí publicados, encaminha ao entendimento de que os 141 mil comentários (além das interações de respostas que podem aumentar ainda mais este valor) e 5 milhões de reações 'gostei', caracteriza uma realidade complexa de interatividade na qual os variados usuários estarão em contato de forma redundante, cuidadosa, comprometida e autônoma com variadas informações e conhecimentos.

A presente pesquisa, portanto, alcançou o seu objetivo inicial apontando, por meio de dados quantitativos e discussão qualitativa, a presença e importância potencial da interatividade no processo de criação e compartilhamento de conhecimento dentro do YouTube®. Este estudo, mesmo sendo uma pesquisa teórica-empírica, vivenciou limitações que podem ser

sanadas por outras investigações futuras. O levantamento de dados acerca da efetividade dos processos de apropriação do conhecimento por meio da plataforma e a visualização da importância da retroalimentação diretamente para os *youtubers*, podem ser, por exemplo, novos horizontes de pesquisas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, A.; AZEVEDO, M. "tão famosos que você provavelmente Nunca ouviu falar": uma reflexão sobre a "nova" categoria de sujeitos influenciadores de consumo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 26, n. 3, p. 1-18, 2019.

BERTALANFFY, L. V. **Teoria Geral dos Sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

COSTA, P. R. A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência. **Galáxia**, São Paulo, n. 45, p. 5-19, 2020.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DIAS, Frederico Divino; AGUIAR FILHO, Armando Sérgio de. Compartilhamento de Informação e Conhecimento em Mídia Social: uma análise do YouTube nos programas de Pós-Graduação em Ciência da Informação brasileiros. In: COLÓQUIO EM ORGANIZAÇÃO, ACESSO E APROPRIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO, 5., 2021, Londrina. **Anais [...]**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2021. p. 1-10.

GASQUE, K. C. G. D. Internet, mídias sociais e as unidades de informação: foco no ensino-aprendizagem. **Brazilian journal of Information Studies: ResearchTrends**, Marília, v. 2, n. 10, p. 14-20, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. [S./]: Editora Saraiva, 2019.

MAIA, R. C. M.; ROSSINI, P. G. C.; OLIVEIRA, V. V. de; OLIVEIRA, A. G. de. Sobre a importância de examinar diferentes ambientes online em estudos de deliberação. **Opinião Pública**, Campinas, v. 21, n. 2, p. 490-513, 2015.

MONTAÑO, S. A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 1-25, 2017.

MOURA, M. R. D. A.; COSTA, L. S. F.; NAKAGAWA, E. Y. Diálogos entre interação humano-computador e ciência, tecnologia e sociedade. **Informação & Informação**, Londrina, v. 23, n. 3, p. 565-585, 2018.

NONAKA, I.; KONNO, N. The concept of Ba: Building a Foundation for Knowledge Creation. **California Management Review**, Berkeley, v. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**. 19. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NONAKA, I.; TOYAMA, R (org.). **Criação do conhecimento como processo sintetizador**. In: Gestão do Conhecimento, Porto Alegre: Bookman, 2008. 320 p.

PALADINES-PAREDES, L. V.; MARGALLO, A. M. Los canales booktuber como espaço de socialización de prácticas lectoras juveniles. **Ocnos**, [S.l.], v. 19, n. 1, p. 55-67, 2020.

PALETTA, F. C.; SILVA, A. M. B. M. Organização do conhecimento na Web de Dados desafios e competências do profissional da informação. In: MARTINS, E. R. (org.). **Gestão e organização da informação e do conhecimento**. Ponta Grossa: Atena Editora, v. 1, 2020. p. 153-164. Cap. 11.

PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. Curitiba: InterSaberes, 2016.

POLANYI, M. **Personal knowledg**: Towards a post-critical philosophy. Londres: The University of Chicago Press, 1958.

POLANYI, M. **The Tacit Dimension**. Londres: The University of Chicago Press, 1966.

SOMMERMAN, A. **A Inter e a Transdisciplinaridade**. Interdisciplinaridade como forma de inclusão numa educação mundial. Cachoeira do Sul: [s.n.]. 2005. p. 1-21.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

INTERACTION, BA AND KNOWLEDGE: NA ANALYSIS OF YOUTUBE® AS A KNOWLEDGE SHARING CHANNEL IN THE CONTEXT OF GASTRONOMY

ABSTRACT

Objective: To show how interactivity is present in the creation and sharing of knowledge on YouTube®, through Brazilian gastronomy and culinary channels. **Methodology:** This was a theoretical-empirical research with a descriptive and exploratory nature, which in a quali-quantitative approach, collected data from twelve gastronomy and cooking channels on YouTube® Brazil to achieve the objective of the study. The selection of this sample followed a systematic process with inclusion criteria established by the authors

themselves. **Results:** The channels used as a database showed, through their metrics, three main points of analysis: the importance of the enabling context, valuing the interaction between users (comments, reactions and external sharing) and the occurrence of the spiral of knowledge. **Conclusions:** It was observed that interactivity plays a fundamental role in the analyzed platform; this variable is preponderant with regard to the processes of knowledge creation and sharing. YouTube® can establish itself as a web of relationships and interrelationships that provide a unification, through interaction, in a great Ba favorable to the dissemination of varied knowledge (whether culinary or not).

Descriptors: Interaction. Knowledge and Creation Sharing. YouTube®.

INTERACCIÓN, BA Y CONOCIMIENTO: UN ANÁLISIS DE YOUTUBE® COMO CANAL DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS EN EL CONTEXTO DE LA GASTRONOMÍA

RESUMEN

Objetivo: Mostrar cómo la interactividad está presente en la creación e intercambio de conocimiento en YouTube®, a través de la gastronomía brasileña y los canales culinarios. **Metodología:** Se trata de una investigación teórico-empírica de carácter descriptivo y exploratorio, que en un enfoque cuali-cuantitativo, recogió datos de doce canales de gastronomía y cocina en YouTube® Brasil para lograr el objetivo del estudio. La selección de esta muestra siguió un proceso sistemático con criterios de inclusión establecidos por los propios autores. **Resultados:** Los canales utilizados como base de datos mostraron, a través de sus métricas, tres puntos principales de análisis: la importancia del Ba, valorando la interacción entre los usuarios (comentarios, reacciones e intercambio externo) y la ocurrencia de la espiral del conocimiento. **Conclusiones:** Se observó que la interactividad juega un papel fundamental en la plataforma analizada; esta variable es fundamental en los procesos de creación e intercambio de conocimiento. YouTube® puede establecerse como una red de relaciones e interrelaciones que brinden una base favorable para la difusión de conocimientos variados (culinarios o no).

Descriptores: Interacción. Creación y intercambio de conocimientos. YouTube®.

Recebido em: 16.11.2021

Aceito em: 30.04.2022