



# XXI ENANCIB

Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

50 anos de Ciência da Informação no Brasil:  
diversidade, saberes e transformação social

Rio de Janeiro • 25 a 29 de outubro de 2021

## XXI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXI ENANCIB

### GT-4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

#### Criação e compartilhamento do conhecimento: o YouTube® como um *Ba*.

#### *Knowledge creation and sharing: YouTube® as a Ba.*

#### Modalidade: Trabalho Completo

**Frederico Divino Dias** - Fundação Universidade Minas Gerais (FUMEC)

**Armando Sérgio de Aguiar Filho** - Fundação Universidade Minas Gerais (FUMEC)

**Resumo:** Na atualidade o conhecimento humano é um bem que tem sido amplamente discutido pela academia científica. Não díspar a estas discussões estão os canais de mediação – reais ou virtuais, que se fazem presentes amplamente divulgados na sociedade. Um destes canais virtuais é a plataforma colaborativa YouTube® que conta com o propósito de permitir o compartilhamento de materiais audiovisuais de pessoas e organização. O presente estudo apresenta uma discussão teórica acerca da possibilidade da visualização da plataforma YouTube® como uma arena de criação e compartilhamento do conhecimento. Abordando as principais teorias acerca da temática, esta pesquisa associou conceitos presentes na literatura da Gestão do Conhecimento que permitirão a análise da mídia social enquanto um contexto capacitante ou ‘*ba*’. Para o alcance deste objetivo os autores se valeram de uma revisão sistemática de literatura com abordagem qualitativa para desenhar este estudo descritivo exploratório. Ao longo das análises realizadas foi possível notar que o YouTube® pode ser visto como uma plataforma que atua na mediação das interações sociais de variadas pessoas estabelecendo redes e comunidades de práticas. Neste cenário, portanto, esta mídia social pode ser entendida como um contexto capacitante, uma vez que atua na facilitação dos processos de criação e compartilhamento dos mais variados tipos de conhecimento.

**Palavras-chave:** conhecimento; contexto capacitante; YouTube®.

**Abstract:** Currently, human knowledge is an asset that has been widely discussed by the scientific academy. Not dissimilar to these discussions are the mediation channels - real or virtual, which are widely present in society. One of these virtual channels is the YouTube® collaborative platform that has the purpose of allowing the sharing of audiovisual materials from people and organizations. This study presents a theoretical discussion about the possibility of viewing the YouTube® platform as an arena for creating and sharing knowledge. Addressing the main theories on the subject, this research associated concepts present in the Knowledge Management literature that will allow the analysis of social media as an enabling context or ‘*ba*’. To achieve this goal, the authors used a systematic literature review with a qualitative approach to design this exploratory descriptive study. Throughout the analyzes carried out it was possible to notice that YouTube® can be seen as a platform that acts in the mediation of the social interactions of varied people establishing networks and communities of practices. In this scenario, therefore, this social media can be understood as an enabling context, since it acts in facilitating the processes of creation and sharing of the most varied types of knowledge.

**Keywords:** knowledge; enabling context; YouTube®.

## 1 INTRODUÇÃO

Em suas teorizações sobre o conhecimento, Polanyi (1966) ressalta que este bem é algo essencialmente humano e que, por se tratar desta condição, deve ser criado dentro de um corpo. Este teórico enfatiza a importância que as pessoas, bem como o processo de interação e socialização entre elas, são peças fundamentais para o surgimento de olhares e entendimentos específicos dos contextos nos quais elas estão inseridas. O ser humano, por meio de sua subjetividade, dará ao seu contexto particular e social significação própria emanada de sua percepção.

Na mesma ótica, Nonaka e Takeuchi (1997) e Davenport e Prusak (2003) vão corroborar este postulado de Polanyi e vão destacar que para a concretização desta interatividade há que se pensar em um determinado contexto que servirá de arena mediadora. Para os três teóricos somente por meio da existência deste ‘contexto capacitante’ haverá um processo dinâmico de interação e compartilhamento dos mais variados tipos de conhecimentos humanos. Não é viável conceber o ideal de que o conhecimento seja criado do nada e para o nada; é necessário que haja um ‘espaço’ – com as mais variadas formas de apresentação, para sustentar esse processo, bem como a sua apropriação e utilização.

Localizando as falas destes pesquisadores nos dias atuais, cabe destacar que por meio de Sistemas de Informação e de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), há um alargamento de possíveis arenas que podem se prestar a mediar estas relações sociais e atuar de forma relevante na produção e difusão de conhecimento. Neste sentido, Götzke *et al.* (2019), reforçam este pensamento, uma vez que tais recursos tecnológicos poderiam ser convertidos em *Ba* e propiciariam à sociedade e às organizações, interações que impulsionariam estes relacionamentos. Tais aparatos midiáticos e comunicacionais poderiam agregar pessoas variadas em contextos e localidades distintas de forma simultânea que possuam o propósito de buscar, usar, comunicar, disseminar e socializar informações e conhecimentos (TEIXEIRA; VALENTIM, 2015).

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 exposição e do debate de ideias. Esta mídia é entendida por variados autores como Antunes e Azevedo (2019) e Paladines-Paredes e Margallo (2020) como um campo de troca de pensamentos, informações e debates que propiciam aos usuários a formação de novos conceitos, absorção de conhecimentos e difusão dos mesmos.

Visto a presente situação, o presente estudo objetiva analisar o potencial do YouTube® como um contexto capacitante para a criação e compartilhamento do conhecimento. Tal plataforma é uma realidade amplamente utilizada pela sociedade que permite aos sujeitos um acesso rápido e dinâmico tanto para informações quanto para conhecimentos distintos. É necessário, portanto, resgatar e explicitar conceitos acerca da geração e compartilhamento do conhecimento, além de resgatar estudos que apresentem análises sobre a plataforma em discussão. É fundamental, ainda, associar as diversas conceituações e observações empíricas da realidade visando aprofundar este entendimento da proposta aqui trazida.

A partir deste cenário entende-se ser de grande relevância esta pesquisa uma vez que, por ser uma plataforma popular e de fácil acesso na atualidade, mobiliza uma grande parcela da população atual e os insere em cenários de compartilhamento e interação continuamente. É fundamental, ainda, observar atentamente o potencial desta mídia sob a ótica da academia científica, visto que há poucos estudos que aprofundam a discussão aqui proposta.

A estrutura deste manuscrito conta de uma introdução que explana o cenário da pesquisa bem como os objetivos; da seção do desenvolvimento, na qual se apresenta a fundamentação teórica, os procedimentos metodológicos e a discussão crítica dos dados. Por fim apresentam-se as considerações finais do estudo, bem como as referências utilizadas.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 Referencial Teórico**

#### **2.1.1 Conhecimento: criação e compartilhamento**

Partindo-se de uma perspectiva interacionista, 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.

Quando Polanyi (1966, p. 26) expressa que “sabemos mais do que podemos falar”, ele explana para a comunidade científica acerca da complexidade do entendimento do conhecimento humano. Aveso à visão objetiva da realidade, o teórico apresenta uma perspectiva clara da necessidade do entendimento da interação experiencial do ser humano com a realidade na qual ele está inserido. Em sua proposta Polanyi (1958; 1966) defende que o

conhecimento assume um caráter holístico em sua dimensão tácita dada a tomada de consciência da realidade vivente.

Quando articulando a estrutura do conhecimento em si, Polanyi (1966) ressalta que há dois termos que compõem este bem, a saber: proximal e distal. Para o autor estes termos que estruturam o conhecimento tácito referem-se aos processos inconscientes – proximal, e ao significado em si de um objeto – distal. Neste pensamento é observável que o ato do conhecer tacitamente parte do termo proximal para o termo distal. Na perspectiva tácita, é notório o caráter de subjetividade exatamente por este fato, dada a consciência pessoal de cada sujeito – *awareness*, a interpretação da realidade poderá assumir vieses variados pois se dará por meio do termo proximal, dos processos inconscientes e emocionais de cada pessoa.

Nesta perspectiva subjetiva o teórico reitera o pensamento de que o corpo é fator fundante do processo do conhecimento. “Quando fazemos uma coisa funcionar como 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. Dado o entendimento de determinadas coisas – objetos e linguagem, por exemplo, o corpo do sujeito desenvolve uma relação de extensão para o conhecimento pessoal daquele contexto – termo distal. Como bem enuncia o teórico, o verdadeiro conhecimento reside na habilidade de usá-lo, ou seja, a vivência pessoal irá estimular as pessoas a utilizarem ou não os conhecimentos adquiridos em seu contexto pessoal.

Fator de grande importância neste entendimento é o que Polanyi (1966) elucida sobre a necessidade da interação para a realidade tácita do conhecimento. Partindo-se da premissa da indispensabilidade do termo distal, torna-se fundamental a observância prática de determinadas realidades 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.

Seguindo uma linha similar a este raciocínio teórico, Nonaka e Takeuchi (1997) iniciam sua argumentação apresentando os dois componentes acerca do conhecimento para a sua teoria: o tácito e o explícito. Neste sentido é necessário compreender que, para os autores, a menção ao conhecimento tácito refere-se ao que é próprio do indivíduo, específico de dado

contexto e baseado em experiências pessoais. “O conhecimento tácito está profundamente enraizado nas ações e na experiência corporal do indivíduo, assim como nos ideais, valores ou emoções que ele incorpora” (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p. 19). Os autores, em conformidade com Polanyi (1958; 1966), ratificam que este é um tipo de conhecimento de difícil codificação, formalização, comunicação e compartilhamento, exatamente pelo fato de a subjetividade ser a chave deste tipo de criação de conhecimento.

Seguindo no entendimento à proposta de Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento explícito, como o próprio nome já ressalta, trata de um tipo de bem que pode ser expresso das mais variadas formas e nos mais variados contextos. Apresentado de forma verbal, escrita, numérica, sonora, dentre outros recursos, o conhecimento explícito apresentaria, portanto, a característica de “ser rapidamente transmitido aos indivíduos, formal e sistematicamente” (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p. 19).

Inseridos nesta conjuntura explicitada, 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 há a presença de quatro momentos nos quais haveria a conversão dos componentes tácitos e explícitos em uma sequência clara, por meio da qual as informações seriam apropriadas e assimiladas pelos sujeitos, permitindo assim a criação do conhecimento.

Neste olhar teórico os autores distinguem os quatro momentos propícios para a geração do conhecimento, sendo: a socialização, a externalização, a combinação e a internalização. Dentro do primeiro estágio há a associação dos componentes tácito-tácito, ou seja, é o momento no qual haverá uma conversão destes dois elementos por meio da experimentação direta – experiências práticas, trabalhos em grupos e experiências diretas, por exemplo. A fase de externalização corresponde ao momento da conversão do componente tácito para o explícito; nesta fase deverá ocorrer a explicitação do conhecimento tácito por meio de diálogos, reflexões, metáforas, analogias ou outros recursos que propiciem esta conversão da melhor forma. Por combinação, entende-se a conversão do explícito-explícito, sendo este o período de sistematizar o que foi adquirido no estágio anterior; é o momento da geração dos conceitos e da aplicação da informação. O último ponto, internalização, pauta-se pela conversão do componente explícito-tácito; é o estágio do aprendizado, da apropriação dos conhecimentos gerados e explicitados outrora – a verbalização, os modelos mentais e diagramação, por exemplo, auxiliam neste processo (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Dentro de outra perspectiva de análise, Davenport e Prusak (2003), teorizam sobre a construção do conhecimento a partir de cinco contextos distintos, a saber: aquisição, recursos dedicados, fusão, adaptação e rede de conhecimento. Neste olhar o conhecimento apresenta-se como algo que pode assumir o caráter processual ou mesmo o caráter físico, ou seja, neste contexto entende-se que o conhecimento pode ser um bem controlável, gerenciado. É relevante elucidar que os autores, da mesma forma que Nonaka e Takeuchi (1997), reconhecem o olhar tácito e explícito como partes fundantes do conhecimento, entretanto, eles inserem um outro conceito de grande importância: o conhecimento implícito. Na análise dos autores, este tipo de conhecimento refere-se a uma variante complexa do conhecimento tácito o qual, de forma não intencional, será repassado a determinado produto ou serviço de determinada organização.

A codificação do conhecimento tácito e implícito, na discussão de Davenport e Prusak (2003) parte do ideal de que ele não é passível de ensino, é substancial, é complexo e não documentado. Dentro deste ponto de vista, portanto, é de fundamental importância a ação da interação 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 constante e podem ser oriundas de variadas situações a canais comunicativos, como elucidada Valentim (2016).

No que se refere aos conhecimentos explícitos, os autores são categóricos na afirmação de que não adianta em nada a disponibilidade de variados materiais que explanem o conhecimento se não houver um contato contínuo com o mesmo. É importante que haja estratégias para a explicitação do conhecimento, porém, é também de grande valia a manutenção do acesso em regime contínuo; perder este bem, das mais variadas formas – falta de tempo para a partilha do conhecimento, saída de recursos humanos de uma organização, por exemplo, é um cenário que não deve ser concebido. Neste sentido recursos tecnológicos assumem grande protagonismo em vista da conversão do conhecimento tácito em explícito.

#### **2.1.1.2 Contexto Capacitante e Ba**

Observando-se que o conhecimento é um bem essencialmente humano e que demanda de uma certa interatividade, conforme elucidaram os autores trazidos anteriormente, 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

espaço forma um contexto capacitante que, aos olhos de Nonaka e Konno (2008, p. 1), 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. Remontando a filósofos e outros estudiosos da área, os autores apresentam este conceito considerando-se que a geração do conhecimento não ocorre em um vazio, sempre há a necessidade da existência de um contexto – um ‘espaço’, 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; o espaço virtual, mental, ou mesmo a combinação destes meios pode ser denominado de *ba*. Este conceito, embora possa apresentar o caráter restritivo, deve apresentar um olhar amplo no que tange às relações sociais e organizacionais; a partir destas interações mediadas ou promovidas que ocorrerá a geração do conhecimento apresentada anteriormente.

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 (2008) 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 pontuais.

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 potencializam sobremaneira o potencial individual e coletivo da criação, compartilhamento e aplicabilidade dos conhecimentos. Todos estes tópicos têm como prerrogativa, portanto, a interação.

### 2.1.3 YouTube®

Conforme elucidado Montañó (2017), o 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. Neste novo cenário no qual se encontra inclusa, a plataforma digital YouTube®, lança a oportunidade de que

grandes organizações estruturadas ou mesmo pessoas comuns, possam fazer *upload* e divulgação de conteúdos digitais por meio de seu espaço. Por ser uma fonte de divulgação audiovisual, a autora reitera que a plataforma se apresenta extremamente dinâmica e expressiva quando se refere à comunicação com o seu usuário o *'You'*.

Com variadas opções de conteúdo para visualização e ampla abertura no que se refere à criação de conteúdo, Palladines-Paredes e Margarollo (2020), discutem da facilidade do acesso, da 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 de público que busca por aquela informação e a discute com outros sujeitos.

Para o contexto do YouTube®, os influenciadores são sujeitos os quais destacam-se pois buscam – via identificação pessoal, proximidade com o público, divulgação de determinada marca ou produto, apresentarem-se para uma parte específica do grande público com baixos custos de produção e elevado engajamento. Tais personalidades não são amplamente conhecidas como uma celebridade, por exemplo, como ressaltam Antunes e Azevedo (2019), porém, em se tratando do seu nicho, os influenciadores são pessoas normais e comuns que conquistam a admiração do público de forma simples e dinâmica.

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, da 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 estes objetivos por meio das redes de relações que são provenientes destas interações.

Aprofundando o olhar sobre este 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.

Nestes cenários Paletta e Silva (2020) ratificam que há a chance de interações dialógicas por meio de falas e argumentações de variados usuários e espectadores. O YouTube®, segundo Maia *et al.* (2015), tem a característica de ser uma mídia social de conteúdo participativo, na qual pode ocorrer criação de conexões e relações entre variados sujeitos que demandam por determinada temática. Outra característica ressaltada pelas pesquisadoras é a abertura que esta mídia oferta ao grande público; não há restrições – salvo opção do influenciador de suprimir os comentários, de restringir ou bloquear argumentações. É fundamental entender, portanto, que a plataforma destacada pode ser vista como uma mídia social a qual cria vínculos entre variados sujeitos, espectadores ou não, e os envolve em uma determinada rede de relações e comunicações.

Neste mesmo norte de análise, Schoffen e Viana (2019) destacam a importância da questão interativa que a plataforma pode ofertar por meio das relações interpessoais mediadas. O grande crescimento e popularização da mídia social oportunizou uma grande ampliação em espaços discursivos no que se refere à criação e compartilhamento de conteúdos específicos. Paletta e Silva (2020) explanam que os produtores de conteúdo bem como os usuários, possuem – em diversos contextos, a possibilidade de criar e mediar uma rede de relações e troca de informações com diversos outros usuários na plataforma. As discussões ativas que podem ocorrer na plataforma viabilizam, conforme expressa Valentim (2016), o surgimento de processos colaborativos por meio das interações recíprocas entre os variados sujeitos que compõem o nicho de cada criador de conteúdo.

Esta interatividade ressaltada tanto por Valentim (2016) quanto por Paletta e Silva (2020) apresenta um dos principais pontos de fundamentação do YouTube®: os processos colaborativos que são resultantes dos vídeos que estão postos ali. Os variados sujeitos que se valem da plataforma, passam a coexistir em um cenário cooperativo de compartilhamento, troca de informações, agregação de dados, informações e valores às realidades ali expostas e compartilhadas de forma praticamente simultânea.

As redes estabelecidas dentro dos mais variados canais existentes no YouTube®, podem originar contatos sociais que são ressaltados por Tavares (2011) e Valentim (2016), como sendo

de grande valia para a geração e difusão de variadas informações e conteúdos. As redes sociais informais podem tornar-se grandes comunidades de prática; nestas comunidades há uma intensa participação social que atua no sentido da garantia e reforço da produção, divulgação e experimentação de informações e conteúdos. Conforme descrição da própria autora, “as comunidades de prática são estruturas sociais, responsáveis pela construção do conhecimento aplicado na prática do dia a dia”, ou seja, as trocas de informações mediadas pelas redes sociais estabelecidas dentro dos canais da plataforma, podem mediar a criação e compartilhamento do conhecimento (TAVARES, 2011, p. 62).

## 2.2 Procedimentos Metodológicos

O presente estudo teve como natureza da pesquisa um olhar qualitativo; dadas as exposições dos conceitos e discussões de teóricos, os pesquisadores valeram-se deste caráter uma vez que permearam a discussão crítica nestes olhares naturais dos fenômenos. Tratou-se de uma revisão sistemática de literatura que, embasado nos protocolos de Galvão e Ricarte (2020), buscou, por meio de literatura específica, discutir e associar conceitos concernentes às duas grandes áreas aqui estudadas: criação e compartilhamento do conhecimento e YouTube®.

Esta pesquisa assumiu um caráter descritivo e exploratório, considerando-se que ao longo do trabalho os autores descreveram os fenômenos concernentes ao estudo, bem como exploraram teorias e trabalhos atuais visando proporcionar uma maior familiaridade com os temas centrais para descobrir relações existentes entre eles. 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).

Quanto à coleta dos dados para este manuscrito, foram levantados no dia 20/11/2020, artigos que apresentavam as terminologias ‘YouTube’ AND ‘conhecimento’ dentro da plataforma Portal de Periódicos CAPES. Nesta busca foram encontrados 270 artigos que, após refinamento de periódicos revisados por pares, artigos completos publicados e data de publicação nos últimos cinco anos, levou os pesquisadores a uma leitura exploratória. Observado a aderência da discussão aqui proposta, os pesquisadores selecionaram 8 artigos que tratavam da temática deste estudo e compuseram este manuscrito. Foram utilizados, ainda,

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.

## **2.3 Discussão**

### **2.3.1 YouTube® como contexto capacitante**

Considerando-se o explicitado ao longo do trabalho, de forma mais contundente está a presença da variável explícita dentro deste contexto ao visualizar que tal plataforma promove a difusão de conteúdos e informações – de forma colaborativa, por meio dos vídeos aí disponibilizados. Neste sentido, conforme anunciado por Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento explícito pode ser compartilhado de variadas formas, dentre elas mídias audiovisuais. Os vídeos, fontes de informações na plataforma, assumem o papel de levar os conhecimentos explícitos dos usuários por meio de diversas formas, sejam elas a fala, o título e a descrição do vídeo. Tais materiais, portanto, geram na percepção de Montañó (2017), a explicitação dinâmica de conteúdos relevantes para determinadas tribos sociais.

Quanto à dimensão tácita do conhecimento é necessário lembrar que será envolvido neste contexto a subjetividade humana (POLANYI, 1966; NONAKA; TAKEUCHI, 1997; DAVENPORT; PRUSAK, 2003). Assim como tais teóricos preconizam, há necessariamente no processo de entendimento de determinada mensagem o olhar de cada sujeito envolvido. Polanyi (1966) deixa clara esta relação ao ratificar que o processo de geração do conhecimento depende da consciência humana para gerar a relação ‘de – para’.

Na plataforma, a prática da observação dos vídeos, considera que os materiais disponibilizados irão trazer aos usuários uma apresentação dos conhecimentos explícitos, tácitos e implícitos de outros sujeitos. Ao disponibilizar um material audiovisual que desperta a admiração de determinado público (ANTUNES; AZEVEDO, 2019), os influenciadores – por exemplo – estarão, mesmo que de forma não intencional como anuncia Davenport e Prusak (2003), 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.

Os quadrantes da socialização e externalização de Nonaka e Takeuchi (1997) estão alinhados com o pensamento da dimensão tácita destacado acima. Ao apresentar os seus conhecimentos de forma explícita ou mesmo implícita, os usuários estabelecerão uma relação com o seu público que poderia despertar o entendimento e a absorção daquele conteúdo. Conforme Polanyi (1958; 1966), o entendimento e a tomada de consciência de determinado contexto e realidade desperta o conhecimento nos sujeitos.

Ademais aos aspectos fundantes das dimensões explícitas, tácitas e implícitas do conhecimento, é pertinente destacar o potencial do YouTube® como um sistema mediador de processos interativos (VALENTIM, 2016; PALETTA; SILVA, 2020). Como as três linhas teóricas de conhecimento retratadas apontam, é de grande valia compreender que as relações estabelecidas entre os sujeitos para a existência da criação e do compartilhamento de informações e conhecimentos, devem ser postas em contextos específicos.

Neste espectro Polanyi (1966) afirma que o processo de entendimento e construção do conhecimento em uma realidade dar-se-á por meio da interação continuada. O autor preconiza a necessidade do fortalecimento dos processos comunicativos e de cooperação inteligente visando facilitar a relação proximal – distal naquele cenário. Os vínculos aqui necessários podem ser observados dentro da plataforma de compartilhamento de vídeos. O YouTube® assume um caráter participativo (MAIA *et al.*, 2015; ANTUNES; AZEVEDO, 2019; PALETTA; SILVA, 2020), discursivo (SCHOFFEN; VIANA, 2019) e relacional (MAIA *et al.*, 2015; VALENTIM, 2016).

Nonaka e Takeuchi (1997) ao apresentarem o termo *ba*, corroboram a argumentação de Polanyi da necessidade de uma arena para a mediação da transmissão do conhecimento. A espiral deve existir em um contexto que tenha o potencial de destacar as fases propostas, sejam eles físicos ou virtuais, como é o caso do YouTube®. Assim como destacado por Dias e Aguiar Filho (2020), a espiral pode acontecer constantemente dentro da plataforma, uma vez que em cada momento que há uma visualização dos vídeos, há uma interação entre os usuários, sejam eles o produtor ou o consumidor de conteúdo, que poderá inserir ambos na espiral.

Sob a ótica de Davenport e Prusak (2003), e corroborado por Paletta e Silva (2020), o processo de interação é fundamental considerando-se a impossibilidade do ensino dos conhecimentos tácitos e implícitos. Para os pesquisadores, ambas as vertentes do conhecimento necessitam de um contato contínuo no qual haverá uma exposição às três variantes e possibilitará ao sujeito – dados mais variados modos, apreender aquela realidade. Neste sentido Tavares (2011) explana que a plataforma possibilita o surgimento e a manutenção

desta comunidade de prática na qual haverá a interação social dos sujeitos e seus conhecimentos. É nesse cenário que haverá a produção, experimentação e divulgação de variadas informações e conhecimentos postos.

Cabe reiterar o papel dos *youtubers* neste contexto como referências para as tribos com as quais tem contato. Antunes e Azevedo (2019) falam pontualmente da importância da linguagem e do engajamento destes criadores de conteúdo. Por conhecerem os seus seguidores e serem ‘líderes’ de determinado nicho, a proximidade, a fala e a dinâmica deles, promovem uma facilitação da criação de vínculos e inserção dos sujeitos em um processo interativo (tópico preponderante para os teóricos).

Por se tratar de uma mídia social de fácil acesso e interação, Paladines-Paredes e Margallo (2020) e Maia *et al.* (2015) reforçam as discussões feitas acima. O YouTube® é uma TIC que ganha constantemente uma série de adeptos que passam a estabelecer entre si uma rede de contatos e interações fazendo emergir vínculos e relações que potencializam os ideais estabelecidos pelos teóricos da área do conhecimento (VALENTIM, 2016; PALETTA; SILVA, 2020). Os processos interativos, sejam eles por meio da visualização de vídeos, da postagem de comentários, do compartilhamento externo de materiais e até mesmo da inscrição em canais na plataforma, reitera a dinamicidade requerida Polanyi (1966) e Davenport e Prusak (2003).

A este prisma, os pensamentos apresentados por Nonaka e Takeuchi (1997) e Davenport e Prusak (2003) acerca dos ambientes mediadores destas relações – *ba*, fundamentam, portanto, as relações de troca que ocorrem em determinados contextos. Tais relações seguem no mesmo raciocínio de Tavares (2011) que reitera o ideal de que a plataforma poderia ser vista e entendida como uma mídia social que, atualmente, se presta à mediação destas relações.

Dentro destes pensamentos teorizados acima pode-se visualizar o YouTube® como uma potencial rede social – TIC – por meio da qual haverá a criação e compartilhamento de conteúdos de diversas temáticas por meio da interação de diversos usuários. Tais conteúdos serão elementos propulsores para a criação de redes – *basho*, as quais possibilitarão os processos de geração e compartilhamento de conhecimento no decurso de visualizações, discussões e interações entre sujeitos e *youtubers*, por exemplo.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de todo o exposto ao longo do trabalho fica evidente que a plataforma YouTube® tornou-se, em 16 anos, uma mídia social que pode ser visualizada como arena de criação e

compartilhamento do conhecimento. Seguindo os tópicos destacados pelas bases teóricas da área de Gestão da Informação e do Conhecimento, foi possível levantar pontos relativos à compatibilidade do ideal de *ba* dentro da referida mídia.

A necessidade da interação contínua para a criação do conhecimento por meio de um olhar holístico, experimental e situacional, podem ser visualizados neste cenário que agrega sujeitos de variadas localidades em pequenas 'tribos sociais' de produção, experimentação e divulgação de conteúdos. O YouTube® pode ser percebido como uma plataforma que vai intermediar a existência de grandes redes e comunidades de prática que agregam discussões e percepções de variadas pessoas em um ambiente de fácil e prático acesso.

Os conhecimentos dos usuários, como por exemplo dos *youtubers*, são bens intangíveis que irão ser evidenciados – de forma explícita ou não, promovendo o acesso aos mais variados entendimentos para os consumidores de conteúdo dentro de suas preferências. Por meio da plataforma, os vínculos serão criados e as relações ali estabelecidas poderão gerar nos sujeitos percepções distintas e únicas que imprimirão o caráter tácito do conhecimento das realidades vivenciadas.

Os autores entendem, contudo, que esta é uma área de grande importância dada a popularidade da plataforma em questão e que merece mais discussões teóricas e empíricas para aprofundar os tópicos aqui destacados. Os pesquisadores da área de Gestão do Conhecimento devem se debruçar com maior afinco na visualização das relações que estão envoltas neste cenário para que, entendidos os processos que perpassam estes contextos, estudos mais robustos gerem mais benefícios tanto para a academia científica quanto para a sociedade.

Entende-se, portanto, que o presente trabalho cumpriu o seu objetivo inicial apresentando o YouTube® como um *ba* para a criação e compartilhamento do conhecimento. Tendo se amparado em teóricos da área da Gestão do Conhecimento, os pesquisadores explanaram os tópicos nos quais se apoiam esta percepção da plataforma enquanto arena de conhecimento na atualidade.

## 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.

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**. 10ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DIAS, F. D.; AGUIAR FILHO, S. Análise webométrica do compartilhamento de informação e conhecimento gastronômico via YouTube. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 25, p. 1-19, 2020.

GALVÃO, M. C. B.; RICARTE, I. L. M. Revisão Sistemática de Literatura: conceituação, produção e publicação. **LOGEION: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 27-73, 2020.

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

MAIA, R. C. M. et al. 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.

NONAKA, I.; KONNO, N. Ba-Principle: New logic for the real-time emergence of information. **Holonics**, Tokyo, v. 5, n. 1, p. 67-79, 1995.

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

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

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

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. **Gestão e organização da informação e do conhecimento**. Ponta Grossa: Atena Editora, v. 1, 2020. Cap. 11, p. 153-164.

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.

SCHOFFEN, M.; VIANA, L. P. Influências estabelecidas entre os youtubers Ana Maria Brogui e Danielle Noce e seus seguidores. **CPMark - Caderno Profissional de Marketing**, v. 7, n. 1, p. 91-117, 2019.

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

TAVARES, M. G. P. **Informação, aprendizagem e criação do conhecimento em comunidades de prática: um estudo de caso**. Belo Horizonte: UFMG, 2011.

TEIXEIRA, T. M. C.; VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva organizacional: um modelo apoiado nos comportamentos de busca, compartilhamento e uso de informação e de tecnologias de informação e comunicação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, São Paulo, p. 102-125, 2015.

VALENTIM, M. L. P. Processos de compartilhamento e socialização do conhecimento em ambientes empresariais. **Ci.Inf.**, Brasília, v. 45, n. 3, p. 97-109, 2016.