



30^o CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO



25 a 29 de novembro 2024

Bibliotecas Fortes:
Sociedade Democrática Recife, PE

Eixo 6 – O mundo digital: apropriação e desafios

Modalidade: Trabalho completo

Cocriando no YouTube e na Podosfera: atuação bibliotecária sob o paradigma da cocriação audiovisual

The Cocriando Project on YouTube and Podosphere: the work of librarians under the audiovisual co-creation paradigm

Francisco Edvander Pires Santos - Universidade Federal do Ceará (UFC)

Joana D'Arc Páscoa Bezerra Fernandes - Universidade Federal do Ceará (UFC)

Resumo: Apresenta as bases conceituais para as atividades do Projeto Cocriando: Cocriação Audiovisual no YouTube e na Podosfera. Discute o paradigma da cocriação a partir do acesso a publicações nas áreas de Administração e Marketing. Relata as experiências na administração de um canal no YouTube e de um *podcast* acadêmico, incluindo as transições do projeto na podosfera, a saber: atualização da linha editorial, alteração do nome, migração da plataforma de áudio e lançamento da marca. Conclui que o *live streaming* e a podosfera demandam a atuação bibliotecária sob o paradigma da cocriação audiovisual e a formação profissional de bibliotecários audiovisuais e bibliotecários *podcasters*.

Palavras-chave: cocriação de valor; cocriação audiovisual; bibliotecário – YouTube; bibliotecário – podcast; podosfera.

Abstract: This article presents conceptual bases for developing activities at the Cocriando Project: the audiovisual co-creation on YouTube and Podosphere. First of all, the co-creation paradigm is introduced based on publications on management and marketing. After that, some experiences at managing a YouTube channel and an academic podcast are put under discussion, including its transitions on podosphere by updating its editorial line, changing its name, migrating its audio platform and launching a new brand for the podcast. In conclusion, live streaming and podosphere have both required professional profiles by audiovisual librarians and also by podcaster librarians under a paradigm known as audiovisual co-creation.

Keywords: value co-creation; audiovisual co-creation; librarian on YouTube; librarian on podosphere; podcast.

1 INTRODUÇÃO

Considerando a era do *streaming*, a produção audiovisual teve um aumento exponencial nas mais diversas plataformas digitais, que agregam conteúdo em texto, imagem, áudio e vídeo. Como exemplo, em meados da década de 2000, estendendo-se aos anos pós-2010, testemunhamos a gênese do fenômeno *live streaming*, simultaneamente à consolidação das mídias sociais, tais como Facebook, Instagram e Twitter (atualmente X). No entanto, foi no YouTube, lançado em 2005, que encontramos, há alguns anos, uma vitrine de amplo alcance para a produção de conteúdo audiovisual em larga escala, a qual foi incorporada, gradativa e mais recentemente, ao universo dos *podcasts*.

Ademais, constatamos que as *lives* foram impulsionadas em decorrência da pandemia de COVID-19, decretada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no mês de março de 2020, estendendo-se oficialmente até maio de 2023, cenário no qual muitas profissões tiveram que se reinventar e explorar as oportunidades trazidas pelas plataformas digitais de áudio e vídeo. A partir de interfaces como Restream¹ e StreamYard², lançadas, respectivamente, nos anos de 2015 e 2018, as transmissões multiplataforma cresceram exponencialmente e passaram a atender às necessidades de diversas áreas de atuação e de diferentes nichos de público, dentre eles, o do ambiente universitário e o da classe bibliotecária.

Traçando uma breve linha do tempo, datam do ano de 2009 as nossas primeiras experiências em gravação e edição de vídeos para um canal no YouTube, como parte das atividades de um projeto de extensão na época da graduação, denominado Clube da Leitura. Em 2010, tivemos o nosso primeiro contato com a produção audiovisual de uma emissora de televisão educativa no Ceará, a TV O POVO, na época emissora afiliada à TV Cultura, cuja experiência adquirida no estágio curricular resultou, em 2011, na elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) sobre a classificação facetada de Ranganathan aplicada aos arquivos de TV. Entre os anos de 2012 e 2013, em nível de especialização *lato sensu*, demos continuidade ao estudo do TCC de graduação, desta

¹ Disponível em: <https://restream.io>. Acesso em: 2 set. 2024.

² Disponível em: <https://streamyard.com>. Acesso em: 2 set. 2024.

vez aliando as teorias arquivísticas e as técnicas da Biblioteconomia à organização de arquivos audiovisuais em emissoras de TV.

Nos anos de 2016 e 2017, colideramos a equipe que produziu treinamentos a distância sobre normalização de trabalhos acadêmicos e gerenciadores de referências na Biblioteca de Ciências Humanas da Universidade Federal do Ceará (UFC), onde atuamos nos processos de roteirização, gravação e disponibilização de videoaulas em canal do YouTube e, ainda, nos papéis de conteudista e tutoria de turmas no Google Classroom. Entre 2017 e 2018, propusemos categorias para análise e descrição de conteúdo audiovisual produzido no ambiente universitário, dentre eles, videoaulas, *podcasts* e eventos científicos, como parte da pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFC. Foi nesse período que iniciamos os testes na podosfera, culminando no lançamento de um *podcast* acadêmico gerenciado em biblioteca universitária. Desta feita, incorporamos a gestão de projetos às atividades de atendimento ao usuário na Biblioteca de Ciências Humanas da UFC, onde coordenamos, de 2019 a 2023, o projeto intitulado Descobrimos a Biblioteca em *Podcast*.

A partir do mês de março de 2020, em virtude do decreto de pandemia, houve a necessidade de intensificarmos a produção de conteúdo audiovisual no âmbito do ensino remoto emergencial, o que resultou em uma programação diversa para o canal da biblioteca no YouTube, que se tornou *Plurissaberes*, vinculado a um projeto de extensão e a vários projetos de iniciação acadêmica e inovação colaborativa na UFC. E mais recentemente, na segunda especialização *lato sensu*, entre os anos de 2021 e 2022, aliamos a gestão de projetos ao *live streaming*, isto é, à produção de conteúdo oriunda de transmissões ao vivo, em consequência das atividades que desenvolvemos como parte da administração de um canal no YouTube e de um *podcast* acadêmico.

Nesse cenário, o avanço tecnológico das plataformas digitais de áudio e vídeo favoreceu o surgimento de novos projetos, programas, ações, produtos e serviços oferecidos à comunidade universitária. *Pari passu*, o *know-how* que adquirimos ao gerenciar um canal no YouTube e um *podcast* acadêmico motivou-nos a pensar em uma nova proposta de atuação, que contemplasse não somente as demandas do ambiente universitário, mas também fora dele, numa perspectiva de atuação presencial, remota e híbrida nos campos da Biblioteconomia, Ciência da Informação, Educação, Letras e

áreas transversais. É dessa concepção que surge o Projeto Cocriando: Cocriação Audiovisual no YouTube e na Podosfera. A imagem a seguir sintetiza o nosso percurso de trabalho entre os anos de 2018 e 2023, período no qual atuamos diretamente com a gestão de projetos na perspectiva da cocriação audiovisual:

Imagem 1 – Linha do tempo da atuação bibliotecária na podosfera e no *live streaming* acadêmico.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024), com arte disponível no site Slidesgo.

Descrição: Arte em forma de linha do tempo que apresenta a trajetória dos autores à frente de projetos na podosfera e no YouTube. As ações aparecem datadas do ano de dois mil e dezoito até o ano de dois mil e vinte e três, sendo acompanhadas de imagens que ilustram os projetos, as instituições e as plataformas de áudio e vídeo.

Independentemente do tema ou da abordagem que se vislumbre administrar na podosfera, é necessário que o *podcaster* e gestor de projetos tenha em mente o seguinte questionamento: “Qual será o diferencial do meu *podcast* se comparado aos outros do mesmo nicho de assunto?”. A resposta a esta pergunta levará à definição da linha editorial do *podcast*³. Como exemplo, a nossa trajetória pautou-se nas seguintes categorias de assunto: Biblioteca Universitária na fase de testes em 2018 e na temporada de lançamento em 2019; Comunicação Científica como predominante nas temporadas 2020 e 2021; Gestão de Projetos como alicerce da temporada 2022; e Cocriação Audiovisual como paradigma a partir da temporada 2023.

Portanto, administramos o *podcast* com base nessas linhas editoriais bem definidas, mas todas elas dentro dos eixos temáticos das Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas e áreas correlatas. Após amadurecermos novas ideias, surgiu a proposta de incentivar uma prática que chamaremos de cocriação audiovisual na atuação bibliotecária, cuja base teórica advém das áreas de Administração e Marketing.

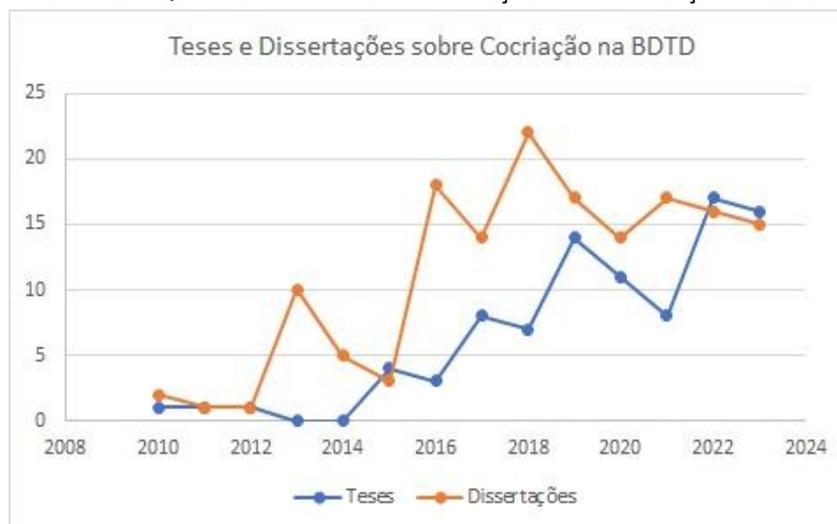
³ Informação extraída da palestra intitulada “Atuação do bibliotecário na podosfera: de *podcaster* a consultor de informação”, ministrada na Biblioteca Pública Estadual do Ceará (BECE) no dia 25 de outubro de 2023, como parte da programação da Semana do Livro e da Biblioteca.

2 BASES CONCEITUAIS DA COCRIAÇÃO DE VALOR

A fim de constituir o embasamento teórico, realizamos, no mês de maio de 2024, uma pesquisa bibliográfica pelo termo ‘cocriação’ na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Na busca por todos os campos, este diretório recuperou 246 resultados, cuja soma equivale ao total de 91 teses e 155 dissertações publicadas entre os anos de 2010 e 2023. Ou seja, as primeiras publicações datam do ano de 2010, sendo uma tese e duas dissertações no referido ano.

Nesse contexto, o gráfico a seguir ilustra a evolução do quantitativo de teses e dissertações com a temática ‘cocriação’ na BDTD de acordo com os anos de defesa:

Gráfico 1 – Quantitativo de teses e dissertações sobre cocriação na BDTD.



Fonte: Elaborado pelos autores no Microsoft Excel, com base nos resultados disponíveis em: <https://bit.ly/cocriacao-na-bdtd>. Acesso em: 28 maio 2024.

Descrição: Gráfico em formato de curvas contendo a projeção do quantitativo de teses e dissertações sobre cocriação publicadas na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. No eixo horizontal, veem-se duas curvas nas cores laranja e azul, que oscilam do ano de dois mil e dez até o ano de dois mil e vinte e três. No eixo vertical, há o quantitativo de publicações que vai de zero a vinte e cinco títulos.

Constatamos, desse modo, uma crescente de estudos em nível de pós-graduação acerca da temática da cocriação no Brasil. Até então, o maior quantitativo de teses data de 2022, com 17 teses defendidas. No que se refere às dissertações, destaca-se o ano de 2018, com o total de 22 dissertações publicadas. Nos âmbitos da Biblioteconomia e Ciência da Informação, data de 2021 a dissertação de Cabral (2021), que apresenta a cultura *maker* e a inovação aberta como cenários propícios à cocriação de produtos e serviços em bibliotecas universitárias.

Entretanto, é das áreas de Administração e Marketing que emergem o conceito e o paradigma da cocriação. Nesse sentido, Prahalad e Ramaswamy (2004) são os precursores dessa abordagem, os quais introduzem, dentre outros aspectos, o modelo conceitual da cocriação de valor, denominado modelo DART, acrônimo para: Diálogo, Acesso, Riscos e Transparência. O paradigma da cocriação gira em torno de cada uma dessas vertentes, tendo em vista fomentar a colaboração entre as partes envolvidas no processo, ou seja, entre os *stakeholders*.

Destes, o cliente torna-se protagonista nas fases de ideação, planejamento, desenvolvimento, prototipação, lançamento e avaliação de produtos e serviços, atuando diretamente com as equipes das organizações. Assim, trazemos do empreendedorismo os exemplos de grandes marcas que incorporaram, em algum momento da sua trajetória, o paradigma da cocriação como uma filosofia de gestão ao desenvolverem novos produtos e serviços. É o caso da Nike, Seda e Natura:

Imagem 2 – Marcas que incorporaram o paradigma da cocriação.



Fonte: Site das empresas.

Descrição: Ilustração das marcas Nike, Linha Seda Cocriações e Cocriando Natura. À esquerda, vê-se a marca Nike, na cor preta e com letras em negrito e em maiúsculas. Ao centro, veem-se duas embalagens: uma de xampu e outra de condicionador nas cores roxo da marca Seda. À direita, vê-se uma figura que representa uma molécula tridimensional na cor laranja acompanhada do nome do projeto Cocriando Natura.

Considerada uma das pioneiras nas iniciativas de cocriação, a Nike possui o histórico de integrar ações, eventos, plataformas, dispositivos móveis, clientes e mídias sociais em diversas estratégias do chamado marketing de comunidade. Ramaswamy e Ozcan (2016) traçam a linha do tempo das ações da Nike neste contexto, partindo do ano de 2006, sendo complementadas, no ano de 2018, com a realização de concursos e *workshops* que envolveram os *stakeholders*, de acordo com a publicação no site da Community Manager School (2024).

Por sua vez, a Seda lançou a linha Cocriações, amplamente propagandeada nos veículos de comunicação a partir de 2010, com o desenvolvimento de produtos que agregam a participação direta de *hair stylists*, consumidores e, mais recentemente, *digital influencers*, os quais se tornam *prosumers*, isto é, divulgadores natos da marca (Almeida, 2021). Ademais, a Seda também é citada pelos sujeitos de pesquisa da publicação de Scarton (2016), cuja abordagem se dá quando a cocriação de valor é definida pelos especialistas como sendo a habilidade das empresas em utilizar as informações coletadas por meio de tecnologias e sistemas de informação.

Finalizando os exemplos, temos o caso da Natura, que lançou o projeto Cocriando Natura no ano de 2013, com as chamadas jornadas de cocriação no Facebook e com publicações no site e blog do projeto de 2014 a 2017. Neste aspecto, Dalla Valle (2016) apresenta um panorama acerca do Cocriando Natura, com destaque para a arquitetura técnica do site e do blog do projeto, as experiências e contribuições dos usuários e a análise das mídias sociais e da apropriação de todo o processo de cocriação entre os clientes e a organização.

Vislumbrando as possibilidades de aplicação do conceito de cocriação à produção no YouTube e na podosfera, recorremos a duas publicações basilares das áreas de Administração e Marketing, que trazem o conceito e a descrição do paradigma da cocriação de valor para a comercialização de bens e serviços. A obra de Las Casas (2014) simplifica o conceito de cocriação e apresenta uma compilação dos artigos publicados sobre o tema até a data de edição do livro. Por sua vez, a obra de Ramaswamy e Ozcan (2016) destaca-se por abordar, além das conceituações, os *cases* de sucesso de empresas que passaram a trabalhar sob o paradigma da cocriação.

Ao definirem o termo ‘cocriação’, Ramaswamy e Ozcan (2016, p. 265) afirmam que “A cocriação é, fundamentalmente, um modo de pensar sobre a criação de valor que expande o valor de uma forma em que todos ganham mais, juntamente com os indivíduos que são vistos tanto como os meios quanto os fins da criação de valor [...]”. Por seu turno, Las Casas (2014, p. 16) contextualiza o surgimento das ações de cocriação:

Desde as primeiras propostas de cocriação em 2004, muitas empresas passaram a praticar o novo conceito de criar valor através de experiências, como também para inovação estratégica e liderança, com a participação de clientes, gerentes, empregados e outros interessados na organização (*stakeholders*).

Aplicando essa definição à nossa proposta de cocriação audiovisual, a ideia é que todos os *stakeholders*, isto é, todas as partes envolvidas, sejam beneficiados de alguma forma, a exemplo do que ocorreu quando gerenciamos um canal de natureza acadêmica no YouTube, cuja produção reuniu parcerias oriundas de quatro segmentos da UFC, a saber: docentes, discentes, técnico-administrativos e comunidade externa. Nesse cenário, o trabalho em parceria entre distintos segmentos de público traz um metaconceito para a cocriação, definido por Las Casas (2014, p. 5) da seguinte maneira:

De modo geral, as parcerias podem ocorrer de duas formas: horizontal e vertical. A horizontal é a que agrega os concorrentes diretos, que oferecem os mesmos produtos ou serviços; a parceria que pode ocorrer nesses casos é o trabalho conjunto em pesquisas, desenvolvimento de serviços ou produtos, distribuição etc. Por outro lado, a parceria vertical são as redes complementares do sistema de distribuição, sendo cada membro do canal especializado em determinada atividade [...]

Além de mencionar a importância das parcerias, Las Casas (2014) atribui o êxito da cocriação ao amplo acesso do público às mídias sociais, onde a produção de conteúdo cresce exponencialmente e favorece o engajamento com comunidades de diferentes nichos. Indo ao encontro desta assertiva, entendemos que a convergência entre mídias também agrega valor à proposta de cocriação audiovisual, na medida em que todos os *stakeholders* estarão integrados às contas e aos perfis gerenciados no Facebook, Instagram, X (antigo Twitter), LinkedIn, YouTube, Podcast, WhatsApp, Telegram etc.

Nessa direção, considerando como base para a cocriação o amplo acesso do público às mídias sociais (Las Casas, 2014), a produção de conteúdo audiovisual intensifica-se, cada vez mais, numa perspectiva transmídia e multiplataforma, no sentido de que uma determinada palestra pode ser assistida no YouTube, mas também complementada como episódio de *podcast* ou mesmo como *reels* do Instagram. Para tanto, as parcerias que surgem a partir das experiências de cocriação ampliam, sobremaneira, o alcance dessas produções, haja vista a quantidade de visualizações em canais de caráter educativo no YouTube e de *downloads* e reproduções de *podcasts* acadêmicos disponíveis na podosfera.



3 PARADIGMA DA COCRIAÇÃO AUDIOVISUAL E ATUAÇÃO BIBLIOTECÁRIA

No que se refere ao histórico, à importância e à produção audiovisual colaborativa no YouTube, é basilar a publicação de Burgess e Green (2009), na qual os autores destacam que: “[...] o site YouTube foi lançado oficialmente sem muito alarde em junho de 2005 [...] [sendo] um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet” (Burgess; Green, 2009, p. 17).

Os autores abordam, ainda, as características do YouTube como mídia de massa, rede social digital e interface de cultura popular e de formação de uma política cultural. Além da discussão sobre essas perspectivas e sobre o cenário de incertezas para o YouTube naquela época, a obra de Burgess e Green (2009) apresenta dois ensaios relevantes e escritos exclusivamente para o livro, cuja autoria é de Hartley (2009) e Jenkins (2009).

O ensaio de Hartley (2009) nos permite inter-relacioná-lo ao paradigma da cocriação: “[...] com a mídia digital on-line, há praticamente um escopo infinito para conteúdo criativo [...] produzido por consumidores e usuários para uso interno, sem necessidade de filtragem institucional ou burocracias de controles” (Hartley, 2009, p. 171). Este mesmo texto subsidia discussões em torno da popularização do YouTube, com base na seguinte reflexão nos âmbitos da Educação, alfabetização e letramento digitais: “[...] a internet não faz distinção entre alfabetização e publicação. Então como é possível imaginar uma alfabetização que abrange toda uma população, na qual todos tenham a possibilidade de contribuir assim como de consumir?” (Hartley, 2009, p. 171).

Por outro lado, Jenkins (2009) menciona as iniciativas de produção audiovisual nos períodos que antecederam o lançamento do YouTube e preconiza uma parte da realidade vivenciada no decorrer dos anos subsequentes ao lançamento da plataforma, com destaque para a democratização do conhecimento, inclusão digital, protagonismo das minorias, possíveis caminhos para a monetização dos vídeos e disponibilização de conteúdo agregador de diversas fontes de informação, tais como de canais televisivos que passaram a investir nos recursos multiplataforma. Visionário, o autor descreve justamente a realidade contemporânea.

Todo esse arcabouço teórico nos permite descrever, então, de que maneira se dá a atuação bibliotecária e de estudantes de Biblioteconomia na realização de

transmissões ao vivo de palestras para o YouTube e de gravações para compor episódios de *podcast*, na perspectiva da cocriação audiovisual. Diante desse contexto, no *live streaming* acadêmico, temos, diante das câmeras e dos microfones, a participação de profissionais que assumem os papéis de mediador, palestrante e intérprete de Libras e de outros idiomas. Somando-se a estes, para que a transmissão aconteça da melhor maneira possível, contamos com equipes que atuam nos bastidores da transmissão ao vivo, as quais desempenham as funções de *social media*, *videomaker*, direção técnica e supervisão de *live streaming*.

Posteriormente à transmissão, o conteúdo gravado segue para os responsáveis pelas seguintes atribuições: conversão e edição de áudio para o *podcast*, confecção de capa para o episódio, distribuição do episódio na podosfera, revisão e tradução do texto descritivo no YouTube, elaboração da referência conforme as normas da ABNT e APA, definição de minutagem do vídeo, legendagem, audiodescrição, análise, decupagem e indexação e transcrição do conteúdo produzido em áudio e vídeo.

Estabelecemos, assim, uma rede de cocriação audiovisual, na qual produtos e serviços podem ser oferecidos de uma forma interativa, em tempo real ou de forma assíncrona. Desta feita, a nossa experiência de trabalho, desde o ano de 2020, comprova que essa rede colaborativa é possível, haja vista a realização de eventos na modalidade *live streaming*, organizados nos níveis local, regional, nacional e internacional, a partir dos quais consolidamos a atuação bibliotecária e de estudantes de Biblioteconomia nesse cenário de inovação e transformação digital em biblioteca universitária.

Desse modo, investimos, profissionalmente, nas potencialidades do *live streaming* transmídia e multiplataforma, organizando eventos acadêmicos em parceria com docentes, discentes, técnico-administrativos em educação e comunidade externa da UFC, com amplo alcance e engajamento no YouTube, Facebook, Instagram e antigo Twitter, convertendo, ainda, para episódios de *podcast* o áudio captado nas transmissões ao vivo. Neste aspecto, trabalhamos com as plataformas StreamYard, Easy4Live e PodCloud, que nos possibilitaram produzir conteúdo audiovisual em larga escala entre os anos de 2020 e 2023, nos quais vivenciamos o período pandêmico.

Com o retorno às atividades presenciais pós-pandemia, houve a necessidade de investirmos, gradativamente, na infraestrutura de um laboratório audiovisual, que denominamos Espaço de Cocriação Audiovisual, a fim de adequar todas as ações

descritas anteriormente à nova realidade de produção e gestão de conteúdo audiovisual e em *podcast*, desta vez, em parceria com a comunidade acadêmica *in loco*, mas também remotamente, o que caracteriza o formato híbrido da produção de conteúdo. O espaço foi prototipado durante todo o ano de 2022, como escopo de projetos de extensão, de iniciação acadêmica e de inovação colaborativa na Biblioteca de Ciências Humanas da UFC. Entretanto, a sua inauguração oficial ocorreu no dia 10 de março de 2023, como parte da programação especial em alusão ao Dia do Bibliotecário e da Bibliotecária.

Imagem 3 – Atividades no Espaço de Cocriação Audiovisual inaugurado em biblioteca universitária.



Fonte: Portfólio dos autores (2023).

Descrição: Compilação de seis fotografias coloridas de eventos realizados no Espaço de Cocriação Audiovisual inaugurado em biblioteca universitária. Veem-se três estações de trabalho para gravação e edição de áudio e vídeo, duas mesas de reunião para gravação de *podcast*, cadeiras acolchoadas, estantes com DVDs, livros e jarros sobre as mesas como parte dos cenários, computadores e equipamentos tecnológicos para gravação, e ornamentação com letreiros, *banners*, imagens e macramês nas cores amarelo, vermelho, azul e verde, com representações de peças de montar que remetem à cocriação. Nas fotos, da esquerda para a direita, há uma bibliotecária, uma professora, um estudante, um bibliotecário, um jornalista, uma turma de bolsistas, um monge e uma pessoa com deficiência visual na ocasião de lançamentos de livros, palestras, gravação e edição de áudio e vídeo.

A partir de então, os agendamentos diários para uso do espaço ficaram disponíveis para toda a comunidade acadêmica. Ademais, havia equipes de bolsistas, estagiários e recepcionistas dedicadas exclusivamente para o gerenciamento das demandas, dentre elas: gravação e edição de *podcast* como exigências de trabalhos de disciplinas; apresentação remota de TCC, teses e dissertações; realização de eventos

científicos na modalidade híbrida; disponibilização do canal no YouTube para hospedar o conteúdo produzido no espaço de cocriação; e lançamento de livros na modalidade *live streaming* com a presença de autores e autoras.

Vale salientar que as fases de testes condicionam o paradigma da cocriação. Por isso, sempre fomos muito sensíveis a toda a movimentação de eventos organizados em parceria com a comunidade, até chegarmos, de fato, à inauguração do Espaço de Cocriação Audiovisual. Na prática, aplicamos o modelo DART segundo Prahalad e Ramaswamy (2004), pois a base de toda a produção que culminou com o referido espaço deu-se conforme as seguintes estratégias: o diálogo com cada *stakeholder*, o acesso do público ao ambiente da biblioteca e às plataformas digitais, a avaliação de riscos e os próprios riscos assumidos no andamento das atividades, e, por fim, a transparência nas informações transmitidas aos *stakeholders*. O resultado foi a entrega, no mês de dezembro de 2023, de um canal no YouTube ultrapassando a marca das 175 mil visualizações, com mais de 6 mil inscritos, sendo 462 vídeos publicados⁴, e com o *podcast* acadêmico registrando quase 12 mil *downloads* e reproduções na podosfera.

4 TRANSIÇÃO DE PROJETOS NO YOUTUBE E NA PODOSFERA

Compostos por episódios, formatos, categorias, séries e temporadas, os *podcasts* disseminam assuntos relevantes para a sociedade e agregam comunidades de usuários na chamada podosfera. Do inglês *podosphere*, verbete localizado no site do dicionário Collins (Podosphere, 2024), definimos a podosfera como sendo o ambiente virtual onde os *podcasts* são criados, administrados e distribuídos para que os seus episódios sejam pesquisados, acessados e ouvidos no streaming (*online*) ou após download do arquivo de áudio, normalmente no formato e extensão MP3. Além das pessoas convidadas e da interação com a audiência, fazem parte desse ecossistema os produtores e administradores de *podcast*, denominados *podcasters*. Há, ainda, os chamados *videocasts*, cujas gravações ao vivo acontecem no YouTube e são posteriormente convertidas e editadas para episódios de *podcast*.

No ano de 2019, BCHcast foi o nome escolhido para o lançamento do nosso *podcast*, em virtude da sigla da biblioteca universitária que sediou o projeto: BCH. Foi

⁴ Disponível em: <https://youtube.com/@plurissaberesbchufc>. Acesso em: 15 dez. 2023.

lançado como produção técnica de uma pesquisa de mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFC. Assim, gravamos áudios com o intuito de explorar as plataformas digitais agregadoras de *podcasts*, visando ampliar o alcance das orientações presenciais ao público que frequentava a biblioteca.

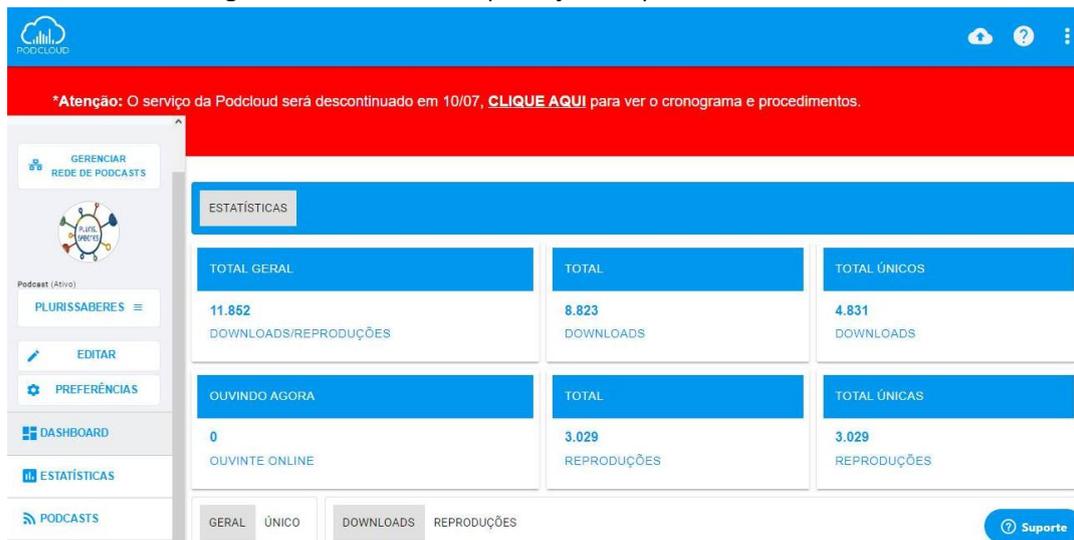
Nesse sentido, algumas das experiências no atendimento presencial foram compartilhadas nas gravações dos episódios, nos quais cada bolsista do projeto dedicou-se a gravar um áudio sobre um tema específico, visando à orientação na pesquisa ao acervo. Desta feita, a produção de *podcast* complementou as orientações realizadas no atendimento presencial ao público, quando vislumbramos que as potencialidades de incorporação dessa estratégia às práticas bibliotecária, docente e discente tornariam conhecidas as ações empreendidas no ambiente da biblioteca universitária, justamente na perspectiva da cocriação de valor discutida por Las Casas (2014).

Em 2020, vinculamos o *podcast* às atividades do projeto de extensão Plurissaberes, o que resultou na primeira transição de nome na *podosfera*, a saber: de BCHcast a Plurissaberes. Por esse motivo, publicamos um episódio de transição, atendendo à recomendação de que, a cada vez que houver alteração no nome de um projeto na *podosfera*, faz-se necessária a gravação de um episódio especial que comunique a transição aos ouvintes⁵. Essa estratégia tornou o episódio de transição um dos 10 mais ouvidos dentre todas as temporadas do *podcast*.

A etapa de testes dessa produção data do ano de 2018, na época hospedado na plataforma SoundCloud. No entanto, em 2019, a plataforma PodCloud foi a escolhida para a hospedagem do conteúdo e permitiu a administração do *podcast* até 2023, quando foi descontinuada no Brasil em julho daquele ano. Como uma amostra, a imagem a seguir comprova o total de 11.852 *downloads* e reproduções na PodCloud:

⁵ Recomendação oriunda de painéis durante o Assuntar: I Maratona de *Podcasts* do Ceará, evento realizado na Universidade de Fortaleza (UNIFOR) no dia 30 de novembro de 2019.

Imagem 4 – Downloads e reproduções na plataforma PodCloud.



Fonte: Dados da PodCloud em 15 de julho de 2023.

Descrição: Captura de tela do painel administrativo da plataforma PodCloud, nas cores branco, azul e vermelho, contendo as estatísticas de *downloads* e *reproduções* do *podcast* administrado pelos autores.

Ao todo, entre os meses de agosto de 2019 e julho de 2023, publicamos 135 episódios na plataforma PodCloud. Nesse íterim, constatamos uma evolução do tempo de duração de cada episódio, consequência da primeira transição do nome do *podcast* e do seu formato de gravação, que, a partir de maio de 2020, passou a disponibilizar episódios no formato *livecast*, ou seja, gravados ao vivo no YouTube por meio de uma conta criada no estúdio de transmissão StreamYard. Como consequência dessas transições, isto é, da redefinição da linha editorial do *podcast*, da alteração do nome do projeto na podosfera e da migração da plataforma de áudio, necessitamos aplicar também a transição da marca, conforme as mudanças ilustradas na imagem a seguir, que contemplam a fase de testes em 2018 até a nova proposta em 2023:

Imagem 5 – Transição da marca do *podcast* de 2018 a 2023.



Fonte: Portfólio dos autores (2023).

Descrição: Compilação da identidade visual do *podcast* coordenado pelos autores do ano de dois mil e dezoito ao ano de dois mil e vinte e três. Da esquerda para a direita, veem-se as logomarcas do Sistema Bibliotecas da UFC, do projeto de extensão Plurissaberes e do projeto Cocriando na Podosfera.

Durante essas transições, novas etapas de testes se fizeram necessárias, para as quais complementamos o aporte teórico com os cinco domínios da transformação digital apresentados por Rogers (2021), a saber: clientes, competição, dados, inovação e valor. Destes, o domínio da inovação permite que façamos uma correlação direta com o paradigma da cocriação, na medida em que “[...] as tecnologias digitais possibilitam que se encare a inovação de maneira muito diferente, com base no aprendizado contínuo, por experimentação rápida” (Rogers, 2021, p. 23). Os demais domínios também podem ser inter-relacionados à cocriação, a exemplo da transição de plataformas de áudio para hospedarmos o *podcast*.

No processo de tomada de decisão pela migração da plataforma de hospedagem, consideramos os seguintes fatores: a mudança no nome do *podcast*, a redefinição da linha editorial para cocriação audiovisual, a relação custo-benefício da plataforma, a internacionalização do conteúdo na *podosfera*, a integração com repositórios audiovisuais, a existência de um site responsivo, a categorização dos episódios por série temática, a possibilidade de monetização do conteúdo e a publicação de episódios com datas retroativas. Diante dessas necessidades gerenciais e estratégicas, pela via da experimentação rápida (Rogers, 2021), procedemos com testes em três plataformas de hospedagem, quais sejam: Podbean, Podcastics e Spotify for Podcasters. Destas, à luz dos fatores supramencionados e inseridos no domínio da competição de Rogers (2021), optamos pela Podcastics.

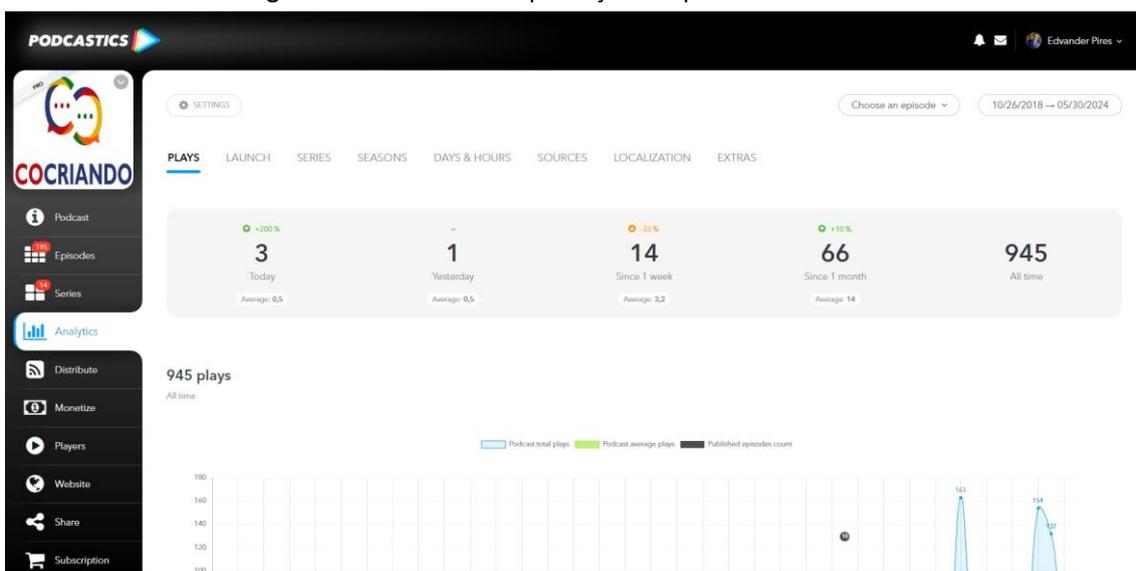
No contexto do domínio da obtenção de dados para a tomada de decisão (Rogers, 2021), de acordo com as informações obtidas com a equipe de suporte técnico ao realizarmos as transições, a ideiação do que atualmente é a Podcastics ocorreu no ano de 2007 e faz parte de uma empresa francesa com sede em Paris. Originalmente, a atividade da empresa baseava-se na prestação de serviços Web, dentre sites, comunidades e plataformas. Com isso, os primeiros *podcasts* foram criados e hospedados na plataforma em 2007, e alguns deles ainda existem até hoje.

Ao longo dos anos, a empresa desenvolveu estúdios de gravação visando oferecer esse serviço ao domínio dos clientes, ou seja, produzindo colaborativamente sob o paradigma da cocriação audiovisual. Assim, investiram, de fato, no desenvolvimento de ferramentas voltadas para a hospedagem e distribuição de

podcasts, incluindo o painel de controle (*dashboard*) das estatísticas de *downloads* e reproduções, além do site e do próprio *player*.

Ainda com informações do suporte técnico da Podcastics, inicialmente essas ferramentas de hospedagem eram destinadas apenas para os clientes da empresa naquele contexto. No entanto, foram gradualmente enriquecidas até que, em 2018, tomaram a bem-sucedida decisão de criar uma plataforma para o público geral, acessível a todas as pessoas: a Podcastics, cujo nome é um neologismo de *podcast* e *analytics*. Desse modo, partindo do domínio da cocriação de valor na esfera da transformação digital (Rogers, 2021), a plataforma foi lançada publicamente no mês de junho de 2019 e, desde então, tem sido direcionada a *podcasters* de todos os países.

Imagem 6 – Downloads e reproduções na plataforma Podcastics.



Fonte: Dados da Podcastics em 30 de maio de 2024.

Descrição: Captura de tela do painel administrativo da plataforma Podcastics, nas cores preto e branco, contendo as estatísticas de *downloads* e reproduções do *podcast* administrado pelos autores.

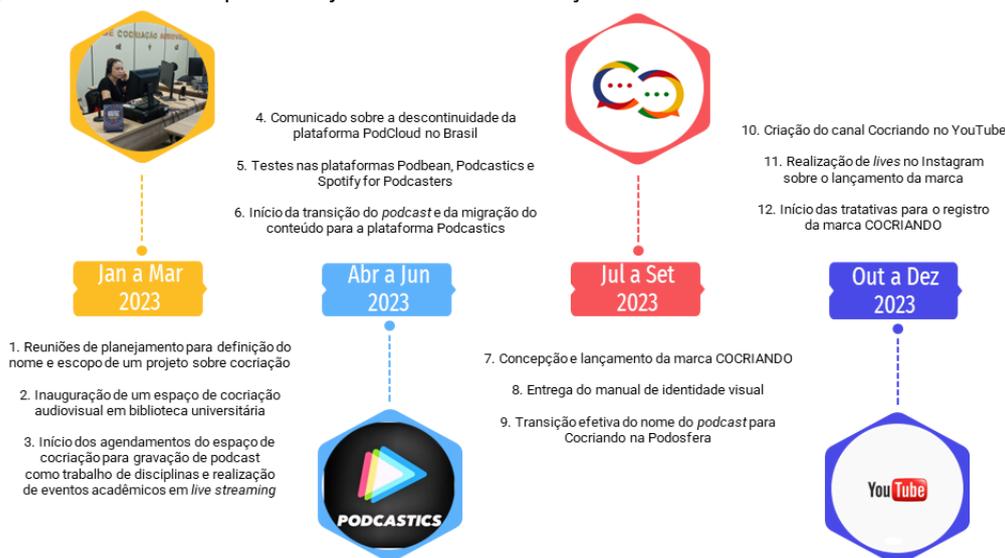
Na sequência das nossas ações no ano de 2023, lançamos a identidade visual do Projeto Cocriando: Cocriação Audiovisual no YouTube e na Podosfera. Sob uma nova proposta de atuação bibliotecária, o nome do projeto vai ao encontro do paradigma da cocriação de valor, no contexto da inovação aberta, onde pessoas ou organizações distintas (*stakeholders*) criam produtos e serviços de maneira colaborativa e sinérgica.

Como missão, trabalhamos com o objetivo de proporcionar uma infraestrutura física e tecnológica que contribua para a produção audiovisual e em *podcast* sob o paradigma da cocriação de valor na Educação, Biblioteconomia, Ciência da Informação

e áreas transversais. Como visão, almejamos ser reconhecidos como um projeto inovador e de ampla transformação digital, a fim de lançar as bases para a cocriação audiovisual até o ano de 2027. Como valores, definimos os seguintes: inovação, multiculturalismo, ética, transparência, equidade, excelência no serviço prestado, respeito à diversidade e à neurodiversidade, acessibilidade, inclusão e internacionalização.

Na imagem a seguir, apresentamos uma linha do tempo com as tomadas de decisão e atividades desenvolvidas de janeiro a dezembro de 2023, quando concluímos a transição do *podcast* e criamos um novo canal no YouTube a fim de agregar a nossa nova proposta de atuação bibliotecária:

Imagem 7 – Linha do tempo do Projeto Cocriando: Cocriação Audiovisual no YouTube e na Podosfera.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024), com arte disponível no site Slidesgo.

Descrição: Arte em forma de linha do tempo contendo as doze atividades realizadas de janeiro a dezembro de dois mil e vinte e três. Veem-se as seguintes imagens ilustrativas: uma ilha de edição no Espaço de Cocriação Audiovisual, a logomarca da plataforma de áudio Podcastics, a identidade visual do Projeto Cocriando na Podosfera e a logomarca do YouTube.

Desta feita, realizamos gravações entre os meses de dezembro de 2023 e maio de 2024, com profissionais que aceitaram nosso convite na perspectiva de episódios no formato *storytelling*, de palestras organizadas em parceria e da cobertura de eventos realizados em auditórios. Até então, seis pessoas convidadas contribuíram com a nossa produção no YouTube e em *podcast*, a saber: Cristiane Sobral, Vanessa Barros, Fernando Modesto, Briquet de Lemos, Norma Helena Pinheiro de Almeida e José Rincon Ferreira.

Imagem 8 – Profissionais que gravaram para o Projeto Cocriando no YouTube e na Podosfera.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024), com arte disponível no site Canva.

Descrição: Arte em forma de cartaz colorido contendo as fotografias de seis profissionais que gravaram para o Projeto Cocriando no YouTube e na Podosfera entre os meses de dezembro de dois mil e vinte e três até maio de dois mil e vinte e quatro.

Um dos primeiros episódios que marca o lançamento do Cocriando na Podosfera é da atriz e escritora Cristiane Sobral, na ocasião de uma palestra captada em um dos auditórios da UFC, quando recebemos o convite da coordenação do Programa de Pós-Graduação em Letras e da líder do Grupo de Pesquisa Rastros Urbanos para registrar o conteúdo em áudio. Posteriormente, estendemos a parceria firmada desde 2022 com a professora Vanessa Barros, que atua na consultoria acadêmica especializada em pesquisa qualitativa, análise de conteúdo e *software* IRaMuTeQ. Recebemos, ainda, a demanda do Conselho Regional de Biblioteconomia 3ª Região (CRB-3) e da Associação dos Bibliotecários do Estado do Piauí (ABEPI), cujas lideranças nos confiaram a transmissão de uma palestra ministrada pelo professor Fernando Modesto, como parte da programação do Dia do Bibliotecário e da Bibliotecária em 2024.

Além das palestras, temos nos dedicado às gravações no formato *storytelling*, nas quais as pessoas convidadas compartilham as suas experiências profissionais. Como exemplo, gravamos com o bibliotecário Antônio Agenor Briquet de Lemos, que abordou a trajetória de sucesso da Editora Briquet de Lemos / Livros em uma apresentação informal e biográfica. Ademais, temos os registros com a bibliotecária Norma Helena Pinheiro de Almeida, líder sindical na década de 80 e Diretora do Sistema de Bibliotecas

da UFC de 1995 a 2003, cujas gravações encontram-se restritas a fim de publicarmos a sua trajetória profissional com o selo Cocriando Biografias. E gravamos ainda com o bibliotecário José Rincon Ferreira, Diretor do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) durante a década de 90, cuja trajetória profissional também foi registrada em áudio e vídeo.

Por fim, agregando valor às parcerias de cocriação audiovisual, disponibilizamos como episódios de *podcast* uma série de 10 aulas gravadas em 2023 no canal do Grupo de Estudos Filhas de Avalon no YouTube, cujas integrantes discutem a vida e a obra de mulheres que se destacaram, cada uma a seu modo, na sociedade, dentre elas: Joana D'Arc, Catalina de Erauso, Artemisia Gentileschi, Chica da Silva, Bárbara de Alencar, Harriet Tubman, Frida Kahlo, Marsha P. Johnson, Nise da Silveira e Maria Madalena.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao introduzirmos o paradigma da cocriação em um projeto na área da Educação, vislumbramos a ampliação das oportunidades geradas a fim de contribuir na formação de estudantes de Biblioteconomia e de áreas transversais. Do mesmo modo, a aplicabilidade da cocriação audiovisual expande o perfil profissional, haja vista que podemos delinear uma abordagem acerca da atuação de bibliotecários audiovisuais e bibliotecários *podcasters* em diversos cenários e ambientes de informação.

Nessa perspectiva, contemplaremos essas nuances em estudos futuros, dando continuidade ao diálogo com o aporte teórico sobre cocriação de valor e transformação digital, pois as experiências que relatamos aqui poderão ser aprofundadas ao mapearmos as competências, habilidades e atitudes necessárias visando atender ao mercado de *live streaming* e da *podosfera*, cujas lacunas por curadoria de conteúdo e recuperação de informação já têm exigido a atuação bibliotecária há alguns anos.

Como vimos, esse é um dos objetivos do Projeto Cocriando: Cocriação Audiovisual no YouTube e na Podosfera, cujo escopo tem sido trabalhado no ano de 2024, simultaneamente à produção de *podcast*, à gestão de conteúdo no YouTube e aos encaminhamentos para o registro da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. G. **Por um fio de cabelo**: a representação das mulheres brasileiras cacheadas, crespas e onduladas nas campanhas da Seda. Orientação: Elen Cristina Geraldes. 2021. 56 f. TCC (Graduação) – Curso de Comunicação Organizacional, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2021. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/29065>. Acesso em: 30 maio 2024.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. Tradução: Ricardo Giasseti. São Paulo: Aleph, 2009.

CABRAL, V. H. **A biblioteca no contexto da cultura maker**: tendências e possibilidades em bibliotecas universitárias. Orientação: Luiz Tadeu Feitosa. 2021. 124 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/60332>. Acesso em: 28 maio 2024.

COCRIAÇÃO. *In*: BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2024. Disponível em: <https://bit.ly/cocriacao-na-bdtd>. Acesso em: 28 maio 2024.

COCRIANDO NATURA. [Home page]. [São Paulo]: Natura, 2014. Disponível em: <http://cocriando.natura.net/cs/cocriando/homecocriando>. Acesso em: 30 maio 2024.

COMMUNITY MANAGER SCHOOL. **Como a Nike faz marketing de comunidade**. Por Emiliano Agazzoni. São Paulo: CM School, 2024. Disponível em: <https://www.communitymanagerschool.com/blog/como-a-nike-faz-marketing-de-comunidade>. Acesso em: 30 maio 2024.

DALLA VALLE, T. O. F. **Cocriação de valor como estratégia de comunicação na sociedade em rede**: estudo do programa Cocriando Natura. Orientação: Maria Ivete Trevisan Fossá. 2016. 152 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6373>. Acesso em: 28 maio 2024.

HARTLEY, J. Utilidades do YouTube: alfabetização digital e a expansão do conhecimento. *In*: BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. Tradução: Ricardo Giasseti. São Paulo: Aleph, 2009. p. 165-186.

JENKINS, H. O que aconteceu antes do YouTube? *In*: BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. Tradução: Ricardo Giasseti. São Paulo: Aleph, 2009. p. 143-164.

LAS CASAS, A. L. **Cocriação de valor**: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. São Paulo: Atlas, 2014.

PODOSPHERE. *In*: COLLINS Dictionary. [S. l.]: Collins, 2024. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/podosphere>. Acesso em: 21 jun. 2024.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. **O futuro da competição**: como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com os clientes. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

RAMASWAMY, V.; OZCAN, K. **O paradigma da cocriação**. Tradução: Maria Lucia de Oliveira. São Paulo: Atlas, 2016.

ROGERS, D. L. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para a era digital. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. São Paulo: Autêntica Business, 2021.

SCARTON, L. M. **Cocriação de valor em cadeias curtas de abastecimento alimentar**: estudos de caso no Rio Grande do Sul. Orientação: Paulo Dabdab Waquil. 2016. 253 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/158912>. Acesso em: 30 maio 2024.