



24° ENANCIB

Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
Perspectivas Contemporâneas na Ciência da Informação
• Vitória - ES • Ancib • PPGCI/UFES



XXIV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXIV ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT 4 – Gestão da informação e do conhecimento

**APORTES TEÓRICOS PARA COCRIAÇÃO DE VALOR EM BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA SOB A
LENTE DA SERVICE-DOMINANT LOGIC**

***THEORETICAL CONTRIBUTIONS FOR VALUE CO-CREATION IN ACADEMIC LIBRARIES
THROUGH THE LENS OF SERVICE-DOMINANT LOGIC***

Orestes Trevisol Neto – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Gregório Varvakis – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Este ensaio tem o objetivo de apresentar a Service-dominant Logic como uma filosofia de gestão que suporte o processo da cocriação de valor em serviços de informação. Trata-se de uma pesquisa exploratória, qualitativa e essencialmente bibliográfica, na qual executou-se uma revisão narrativa da literatura. Foram realizadas pesquisas na Scopus, Web of Science, BRAPCI e no Google acadêmico. No decorrer do texto são apresentados conceitos oriundos do Marketing e pesquisas teóricas/aplicadas no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação, que se fundamentam na Service-dominant logic e nos modelos de cocriação de valor. O processo de cocriação envolve o diálogo bidirecional e construtivo entre os atores, a existência de ambiente que proporcione interações ente biblioteca e comunidade acadêmica.

Palavras-chave: Biblioteca Universitária; Serviço de Informação; Service-dominant Logic; Cocriação de Valor.

Abstract: This essay aims to present Service-Dominant Logic as a management philosophy that supports the value co-creation process in information services. It is an exploratory, qualitative, and primarily bibliographic research, which involved a narrative literature review. Searches were conducted in Scopus, Web of Science, BRAPCI, and Google Scholar. The text presents concepts from Marketing and theoretical/applied research in the field of Library and Information Science, which are grounded in Service-Dominant Logic and value co-creation models. The co-creation process involves bidirectional and constructive dialogue among actors and the existence of an environment that facilitates interactions between the library and the academic community.

Keywords: Academic library; Information service; Service-dominant logic; Value co-creation.

1 INTRODUÇÃO

Na Biblioteconomia e na Ciência da Informação brasileira são pontuais as pesquisas teóricas e aplicadas que se utilizam dos fundamentos do Service-dominant Logic (SDL) e dos modelos de cocriação de valor, tais estudos são resultados de pesquisas oriundas do programa da pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina, sendo duas teses (Silveira, 2021; Lira, 2021) e uma dissertação (Remigio, 2022).

Essa limitação também é percebida na literatura internacional, sendo o primeiro artigo publicado há 13 anos (Baron; Warnaby, 2011). Na sequência, outras pesquisas foram realizadas por Carvalho, Menezes e Dominguez (2012), Islam, Agarwal e Ikeda (2015a, 2015b), Siddike, Umemoto e Kohda (2014), Urquhart (2015), Casali, Perano e Abatte (2017). Conforme Silveira e Varvakis (2022), estudos sobre cocriação de valor em bibliotecas são fragmentados e apresentam uma visão macro dos processos, sem considerar os elementos que promovem a cocriação de valor na perspectiva de usuário e biblioteca.

Islam, Agarwal e Ikeda (2015a) explicam que a falta de conhecimento sobre aplicação da cocriação nos serviços de informação é uma barreira a ser superada, visto que os pesquisadores e profissionais da Biblioteconomia e Ciência da Informação pouco conhecem sobre os processos, etapas e elementos envolvidos.

Diante do exposto, as bibliotecas universitárias (BUs) podem incorporar no seu modelo de negócio a SDL, possibilitando a cocriação de valor nos seus serviços, tendo como foco a interação e participação ativa da comunidade acadêmica.

A SLD privilegia as interações entre os atores e as aplicações de recursos, um diálogo bilateral entre provedor (biblioteca) e consumidor (comunidade acadêmica), criando uma zona de interação entre os atores que fomentam novos cenários para as BUs, pois desloca-se de uma visão focada no valor de troca para o valor de uso (Vargo; Lusch, 2004a; Islam; Agarwal; Ikeda, 2015a; Lira; Pinto; Varvakis, 2019).

Nesse contexto dinâmico/interativo, Corrêa (2014) advoga pela ênfase nos processos entre biblioteca e interagentes (indivíduos). Na sociedade em redes, as interações foram intensificadas e os indivíduos podem assumir papéis distintos: autores, mediadores e produtores da informação. Assim, o termo usuário está em desacordo, pois denota passividade, unilateralidade, sem capacidade de crítica, construção e intervenção. Já o termo interagente propõe uma maior participação e interação entre os atores que configuram o

XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024

ambiente das bibliotecas, promovendo a cultura da participação. Apesar de não se fundamentar na SDL, essa proposição converge com essa.

Islam, Agarwal e Ikeda, (2015a, p. 50) vislumbraram mudanças no ciclo de operações dos serviços, ao alertarem que “[...] as bibliotecas universitárias precisam mudar a sua ênfase da criação de valor para a cocriação e convidar professores, alunos, funcionários, pesquisadores a participarem ativamente no processo de desenvolvimento de serviços.”

Considerando a Biblioteca Universitária (BU) como instituição de serviço em essência que compete por recursos e visibilidade com outros atores em esfera macro e micro, nesse ensaio os autores propõem a seguinte reflexão: Como a SDL pode ressignificar os serviços de informação e nortear a gestão da cocriação de valor em serviços no âmbito da BU? Assim, este ensaio tem o objetivo de apresentar a SDL como uma filosofia de gestão para BU que suporte o processo da cocriação de valor em serviços de informação, tendo em vista que as BUs ainda operam na lógica dominante.

Essa é uma discussão inicial, provocativa e aberta que instiga a comunidade bibliotecária e pesquisadores a repensarem o ciclo de operações de serviços em BUs, ou seja, a gestão dos serviços, já que esse é o produto final desempenhado pelas equipes das BUs.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, qualitativa e essencialmente bibliográfica, na qual se executou uma revisão narrativa da literatura. Foram realizadas pesquisas na Scopus, Web of Science, Base de dados em Ciência da Informação e no Google acadêmico, utilizando os seguintes termos, no título, resumo e palavras-chave sem limitar ano e idioma nos filtros da busca: ("co-creation of value" OR "value co-creation" OR "service dominant logic" OR "Service-dominant Logic" OR "S-D logic" OR sdl) AND ("information services" OR "information service" OR "library service" OR "library services" OR "academic library" OR "academic libraries" OR "university library" OR "university libraries" OR "reference service" OR "public library" OR "public libraries"). O levantamento dos artigos ocorreu em maio de 2024.

A seguir o texto está estruturado em quatro seções, na seção dois é apresentada a SDL e suas premissas, na seção três estão modelos de cocriação de valor em serviços, na seção quatro discorre-se acerca das pesquisas no âmbito da Biblioteconomia e Ciência da Informação. Por fim, estão as considerações finais e as referências utilizadas no ensaio.

2 ENTENDENDO A SERVICE-DOMINANT LOGIC

No início deste século, os americanos Vargo e Lusch (2004a) elucidaram a emergência do SDL no Marketing, demarcando o desenvolvimento de uma nova lógica dominante centrada em serviço (processo), em oposição à lógica centrada nos bens (produtos manufaturados, tangíveis), trazendo à tona a cocriação de valor por meio das interações entre diversos atores.

Nessa lógica, serviço é a “aplicação de competências especializadas (conhecimentos e habilidades) por meio de ações, processos e desempenhos em benefício de outra entidade ou da própria entidade.” (Vargo; Lusch, 2004a, p. 2 tradução nossa). Em outras palavras, serviço é percebido como um processo que se utiliza de competências especializadas ou recursos operantes, a fim de produzir efeito em benefício de si ou de outra parte. (Vargo; Lusch; O’Brien, 2007, Vargo; Lusch 2008a, 2008b).

Essa mudança de lógica implicou a valorização dos recursos operantes entendidos como competências, conhecimento e habilidades aplicadas, de caráter invisível, intangível, dinâmico e infinito, capaz de produzir efeito sobre recursos em benefício de si ou outros atores. Os recursos operados por sua vez são estáticos, geralmente finitos e tangíveis, servindo de facilitadores do serviço (Vargo; Lusch, 2004a).

Na lógica tradicional (Lógica de bens dominantes) trocava-se mercadorias, já na SDL o serviço é trocado por serviço. Assim, o cliente deixa de ser o destinatário da mercadoria (bem) e destruidor de valor, pois assume o papel de recurso operante, cocriando valor por meio das interações e da forma que faz uso do serviço. O “valor de troca”, que antes era determinado pelo produtor de bens, é substituído pelo “valor de uso”, e a instituição oferece a proposição de valor, uma vez que o valor é cocriado nas interações entre os atores por meio da integração dos recursos e aplicação de competências (Vargo; Lusch, 2004a; Vargo; Maglio; Akaka, 2008, Vargo, 2009).

Na SDL os bens assumem a função de dispositivos, ferramentas que transportam competências, sendo os recursos operantes os impulsionadores da criação de valor. Os serviços podem ser prestados de forma direta ou indireta, utilizando-se ou não dos bens. (Vargo; Lusch, 2004b, 2008a, 2008b; Vargo 2009).

Lusch e Vargo (2006) realizam algumas adequações nas concepções iniciais, ao elucidar que o termo serviço (singular) representa o processo de trocas de uma parte em benefício de

XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024

si ou de outra, enquanto serviços (plural) representa unidades de produção (produto intangível), mais alinhado à lógica de bens. Os autores incluíram a nona premissa, focada no papel de integração de recursos equivalentes para todos os atores: "Todos os atores sociais e econômicos são integradores de recursos". Também distinguiram a cocriação de coprodução, visto que alteraram a sexta premissa.

Em 2008a, os autores aperfeiçoaram novamente as premissas adequando alguns dos termos e incluíram a décima premissa, ou seja, "O valor é sempre determinado de forma única e fenomenológica pelo beneficiário." (Vargo; Lusch, 2008a, p. 9), a fim de explicitar o caráter experimental do valor. Também enfatizaram que a SDL não é uma teoria, mas sim uma lente que possibilita observar os fenômenos sociais e econômicos de troca.

Vargo e Lusch (2016) realizaram uma retrospectiva da SLD, aperfeiçoando novamente algumas premissas, incluíram a décima primeira e um novo axioma (Quadro 1). Além disso, definiram o ecossistema de serviços como "sistemas relativamente independentes e autoajustáveis de atores integradores de recursos conectados por arranjos institucionais compartilhados e criação de valor mútuo por meio da troca de serviços" (Vargo; Lusch, 2016, p. 161).

Quadro 1 – Premissas e axiomas da SDL

| | |
|----|--|
| 1 | Serviço é a base fundamental da troca (Axioma) |
| 2 | A troca indireta mascara a base fundamental da troca. |
| 3 | Os bens são mecanismos de distribuição para a prestação de serviços. |
| 4 | Recursos operantes são a fonte fundamental de benefício estratégico. |
| 5 | Todas as economias são economias de serviços. |
| 6 | O valor é cocriado por múltiplos atores, sempre incluindo o beneficiário. (Axioma) |
| 7 | Os atores não podem entregar valor, mas podem participar da criação e oferta de propostas de valor. |
| 8 | Uma visão centrada em serviços é inerentemente orientada para o beneficiário e relacional. |
| 9 | Todos os atores sociais e econômicos são integradores de recursos. (Axioma) |
| 10 | O valor é sempre determinado de forma única e fenomenológica pelo beneficiário. (Axioma) |
| 11 | A cocriação de valor é coordenada por meio de instituições e arranjos institucionais gerados pelos atores. (Axioma) |

Fonte: (Vargo; Lusch, 2016, p. 4).

Vargo e Lusch (2017) enfatizam que as atividades de marketing e econômicas são mais bem compreendidas pela troca de serviço por serviço, em vez de bens ou recursos financeiros. O serviço consiste no processo no qual habilidades especializadas e conhecimento são

utilizados para servir a si mesmo ou para outros, os bens são apenas transmissores, facilitadores. O valor é cocriado por meio das interações entre os atores.

Ao abordarem o desenvolvimento da SDL, Brodie, Löbler e Fehrer (2019) categorizaram três momentos: período formativo (2004-2007), quando a lógica foi apresentada e sua atenção recai para os recursos operantes, cocriação de valor e relacionamentos. O período de refinamento (2008-2011) é marcado pelo debate e atualização das premissas, período de ampla disseminação da SDL, edições especiais em periódicos do Marketing e a introdução da expressão ator para ator (A2A), enfatizando sistema dinâmico e em rede de cocriação. O período de avanço (2012) é marcado por uma expansão de pesquisas em outras disciplinas, e a última atualização das premissas e axiomas.

Apesar da SDL abordar no seu escopo o processo de cocriação de valor, os autores supracitados não detalham um modelo, pois usam essa expressão de forma metafórica e não detalham os papéis dos atores envolvidos (Grönroos; Voima, 2013). Na próxima seção são detalhados três modelos ou perspectivas para cocriação de valor.

3 MODELOS DE COCRIAÇÃO DE VALOR

No mesmo ano em que Vargo e Lusch (2004a) publicaram seu artigo seminal, Prahalad e Ramaswamy (2004a, 2004b) publicam artigos nos quais apresentaram o Modelo de cocriação de valor denominado de DART (Diálogo, Acesso, Risco e Transparência). Esse modelo permite que empresas e consumidores se relacionem, interajam e criem valor conjuntamente, criando experiências personalizadas. Na perspectiva dos autores, desde o início do século, os clientes estão mais conscientes, informados, críticos e ativos, não se restringindo ao consumo de produtos projetados, sem sua participação ou colaboração. Assim, a criação de valor se afasta do modelo de troca tradicional, fomenta cooperação entre empresa, clientes e se centra no indivíduo e nas suas experiências. A cocriação de valor se fundamenta nas interações entre empresa, consumidor e nos elementos: diálogo (interação, aprendizagem, comunicação), acesso (informação), risco (responsabilidade) transparência (assimetria de informação).

Payne, Storbacka e Frow (2008), partindo da ótica da SDL, apresentam um modelo de cocriação de valor pautado em processos compostos de três elementos: cliente, fornecedor e encontro. Em resumo, o processo de encontro abarca as interações e transações que ocorrem entre cliente e fornecedor, dinâmicas bilaterais que estão no cerne do processo. Já o processo

do cliente contempla as suas experiências na cocriação de valor e seu aprendizado/conhecimento, tais experiências estão vinculadas à emoção, cognição e comportamento do cliente durante o relacionamento com o fornecedor e as experiências vivenciadas. Por fim, o processo do fornecedor inclui a aprendizagem organizacional, sendo sustentada pelas oportunidades de cocriação, planejamento e métricas, assim quanto mais esse aprender ou conhecer sobre o cliente, mais oportunidades tem para aprimorar a experiência de relacionamento e cocriação. Ao focar no cliente, o fornecedor pode ajustar os seus processos e com isso obter *insights*.

Grönroos e Voima (2013), incomodado com o uso metafórico da cocriação de valor presente na SDL e ausência de detalhes sobre esse processo, propõe a criação de valor em três esferas: esfera do provedor, esfera conjunto e esfera do cliente. Na esfera do provedor, concentra-se a produção de recursos ou processos (valor potencial) que serão utilizados pelos clientes na criação de valor (valor em uso), a empresa é uma facilitadora da criação de valor. Na esfera em conjunto é onde acontece o processo dialógico e de interações entre a empresa e o cliente (valor real), essa dinâmica forma uma plataforma para criação conjunta de valor, seja como coprodutor, cocriador. Na esfera do cliente a empresa não interage diretamente, a criação de valor é independente, pois a interação se dará com o uso dos recursos fornecidos pela empresa. Aqui estão as experiências vivenciadas e acumuladas pelo cliente, “[...] valor em uso (valor real) emerge (é criado) por meio do acúmulo de experiências do usuário com recursos e processos (e seus resultados) [...]” (Grönroos; Voima, 2013, p. 124, tradução nossa).

O modelo conceitual de cocriação de valor em serviços proposto por Grönroos (2012, p. 1527, tradução nossa) “baseia-se na noção de que os clientes criam valor por meio da utilização como valor em uso e que a cocriação de valor ocorre, portanto, em atividades colaborativas conjuntas durante interações diretas das partes.” As interações diretas entre o provedor e o cliente promovem uma plataforma de cocriação (recursos e atividades) que as partes utilizam para influenciar o processo de formação de valor, nesse núcleo interativo o valor pode ser criado ou destruído (Grönroos, 2012).

Na sequência, são apresentadas pesquisas teóricas e práticas na Biblioteconomia e Ciência da Informação, fundamentas na SDL e nos modelos de cocriação de valor, a fim de compreender sua relação com os serviços de informação.

4 COCRIAÇÃO DE VALOR EM BIBLIOTECAS: TEORIA E PRÁTICA

Baron e Warnaby (2011) desenvolvem um estudo empírico fundamentado na SDL na Biblioteca Britânica (BL), em Londres, no qual evidenciam a integração dos recursos operantes de usuários e seu uso estratégico pela gestão da instituição, com vistas à cocriação de valor. Em 2007, a BL corria o risco de cortes financeiros significativos por parte do governo Britânico, como alternativa para evitar implicações diretas nos serviços prestados. Dessa forma, a biblioteca convocou os usuários a participarem de um fórum em seu site, respondendo a seguinte pergunta: “Se quiser apoiar-nos, por favor diga-nos porque é que a Biblioteca Britânica é importante para você.” (Tradução nossa). Mais de 500 mensagens foram registradas e repassadas aos pesquisadores para análise de seu conteúdo. Fundamentados em Arnold, Price e Malshe (2006) categorizaram os recursos identificados nas respostas em três recursos: operantes do cliente (culturais, físicos e sociais); recursos operantes de BL (emocionais, físicos e sociais); ambiente (econômico, político e tecnológico). Como resultado dessa ação, o corte dos gastos foi revertido pelo governo, e os usuários tiveram participação nesse processo ao integrar seus recursos com a gestão da BL, na medida em que apoiam a instituição e criam *insights* para a gestão.

Carvalho, Menezes e Dominguez (2012) propuseram um quadro conceitual para fundamentar o processo de cocriação de valor em bibliotecas universitárias fundamentados na SLD e Service Experience. Conforme as autoras, o processo de cocriação de valor se fundamenta em três eixos:

- i) Processos de criação de valor pelo consumidor – as ações, práticas e recursos usados pelo consumidor para orientarem as suas atividades; ii) Processos de criação de valor pelo prestador – os processos, práticas e recursos usados pelo prestador do serviço na gestão da sua atividade e no relacionamento com o consumidor; iii) Processos de encontro – os processos e práticas de interação e troca que estruturam as oportunidades de cocriação de valor (Carvalho; Menezes; Dominguez, 2012, p. 9).

Siddike, Umemoto e Kohda (2014) abordam a cocriação de valor em bibliotecas públicas utilizando como parâmetro experiências executadas em Bangladesh, especificamente nos Centros Comunitários de Aprendizagem Polivalentes. Fundamentados na SLD e na cocriação, os autores relacionam as interações que ocorrem em três grupos: bibliotecário x bibliotecários, bibliotecários x usuários e usuários x usuários. Com base nas relações entre os atores mencionados, aliado às interações com o governo, Organizações não

governamentais e lideranças locais, valores econômicos e sociais são cocriados com fins de beneficiar as comunidades atendidas.

Islam, Agarwal e Ikeda (2015a) discorrem sobre a cocriação de valor para inovação em serviços de bibliotecas universitárias, os autores combinam o modelo de Payne, Storbacka e Frow (2008) sobre o processo de encontro e o modelo DART de Prahalad e Ramaswamy (2004a, 2004b), propondo o primeiro modelo de cocriação para bibliotecas. Fundamentados na SLD, os autores enfatizam que “A biblioteca e os seus utilizadores já não são entidades separadas, mas realizam diversas atividades mutuamente, criando assim uma nova forma de valor – valor em uso” (Islam; Agarwal; Ikeda, 2015a, p. 48, tradução nossa). Exemplos citados são: a construção de catálogos dinâmicos orientados pelas classificações, avaliações dadas aos itens pelo usuário. Interação entre professores, alunos e técnicos na construção do site da biblioteca, contribuição efetiva da comunidade na seleção do acervo, apoio à pesquisa e referência, por meio de parceria entre professores e bibliotecários na busca pela literatura, capacitação da comunidade e na construção de repositórios digitais, atuação em mídias sociais, quando a comunidade participa das ações e do engajamento, produzindo conteúdo e interagindo nas plataformas.

O modelo posto é composto pela esfera da biblioteca (recursos tangíveis, intangíveis), esfera do usuário (necessidade de informação, experiências, conhecimento, lealdade) e esfera conjunta ou processo de encontro, é onde ocorre a cocriação de valor, de forma conjunta entre atores, com vistas a melhorar e ou criar algo (Islam; Agarwal; Ikeda, 2015a).

Islam, Agarwal e Ikeda (2015a) pontuam que cocriação deve ser defendida pela equipe de profissionais atuantes na biblioteca, os objetivos e prioridades na cocriação devem ser claros, bem como na dinâmica de trabalho com a comunidade. Mediante as práticas e experiências, a biblioteca pode escolher as ferramentas e abordagens que utilizará com a comunidade, a fim de conectar as ideias de ambos. A biblioteca precisa determinar indicadores para avaliar o sucesso da cocriação, um plano de ação pode ser elaborado com todas as participantes, a fim de lançar um projeto piloto de cocriação.

Depois de proporem o modelo supracitado, Islam, Agarwal e Ikeda (2015b) desenvolvem um estudo empírico com o título "Como as bibliotecas acadêmicas trabalham com seus usuários para cocriar valor para a inovação de serviços?: Uma pesquisa qualitativa.", ou seja, testaram o modelo citado anteriormente. Neste estudo empírico, analisaram a perspectiva dos bibliotecários acerca da cocriação de valor em bibliotecas universitárias, ao

aplicarem um formulário composto por dez perguntas abertas com foco apenas na dimensão Diálogo e Risco do modelo DART. Participaram do estudo, uma amostra de 21 bibliotecários de diferentes países (EUA, Austrália, Reino Unido, Canadá, entre outros). Os resultados evidenciam que os bibliotecários consideram importante e valioso para os usuários o serviço de fornecer acesso aos recursos da biblioteca (impresso/digital), utilizam de reuniões, pesquisas, mídias sociais, *feedbacks* e formulários para conhecer as necessidades dos usuários, *e-mails*, mídias sociais e *workshops* são utilizados para divulgar informações relevantes. Os conhecimentos dos usuários são empregados pela biblioteca para aprimorar os serviços diante das suas necessidades. O diálogo entre a biblioteca e os usuários ocorre, principalmente em reuniões (presenciais/*on-line*), discussões, eventos, consultas, via *e-mail*, face a face, grupos focais, formulários de avaliação, pesquisas e mídias sociais.

Urquhart (2015) discorre acerca do conceito de valor e criação de valor relacionando com os serviços de informação em bibliotecas. A partir da literatura do Marketing e se fundamentando na SDL, Modelo DART e esferas de criação de valor de Grönroos e Voima (2013), a autora aborda a cocriação de valor em bibliotecas por meio de um trabalho em conjunto entre biblioteca e usuários. Enfatiza que as bibliotecas precisam trabalhar de maneira mais interativa e colaborativa com as comunidades, a fim de pensar o desenvolvimento de diferentes serviços.

Casali, Perano e Abatte (2017) investigaram o papel/função das bibliotecas universitárias como intermediárias da inovação, utilizando como lente conceitual a SLD. Os autores realizaram um estudo de caso em uma Biblioteca Universitária presente em três *campus* na Austrália, cujos serviços eram dimensionados em cinco áreas: Recursos de Informação, Apoio à Investigação, Espaços de Aprendizagem, Apoio à Aprendizagem e Sistemas de Bibliotecas. Assim entrevistaram os diretores da biblioteca e depois analisaram as respostas utilizando uma matriz 2x2, que possibilitou categorizar os serviços em quatro dimensões, combinando os papéis e as funções.

Ao combinarem os papéis e as funções constataram a existência de dois grupos de serviços: intermediário generalista, onde estão os serviços: Recursos de Informação e Apoio à Pesquisa, e intermediário especializado, que abrange os serviços: Espaços de Aprendizagem e Apoio à Aprendizagem, no quadrante dois, e o serviço Sistemas de Biblioteca no quadrante três. Concluíram que a SDL suporta os argumentos de que a biblioteca desempenha papel na cocriação de conhecimento e valor por meio dos seus serviços, visto que estimula e apoia os

processos de inovação por meio das interações entre os atores participantes da cocriação de valor (Casali; Perano; Abatte, 2017).

Lira (2021), em sua tese de doutorado, utilizou da SDL como lente teórica na investigação do processo de cocriação de valor em bibliotecas universitárias públicas federais no Brasil, por meio de entrevistas, aplicação de questionário e desenvolvimento de grupo focal coletou dados com gestores de bibliotecas universitárias. Mediante análise dos resultados e da literatura, a autora propôs diretrizes em quatro eixos: 1) interação; 2) cooperação; 3) monitoramento; 4) comunicação, a fim de potencializar o processo de cocriação de valor. Lira (2021) afirma que a cocriação ocorre de forma desestruturada, constatando a insistência de processos formais e de ações proativas, identificou apenas ações esporádicas que apresentam uma cocriação reativa. Percebeu a ausência do diálogo bilateral e identificou barreiras de ordem cultural e comportamental que afetam o processo de cocriação de valor em BUs.

Silveira e Varkakis (2021) investigaram como a Gestão do Conhecimento fomenta a cocriação de valor em serviço de informação. Assim, desenvolveram uma pesquisa qualitativa, utilizando o Knowledge Development Process - Constructivist (ProKnow-C), a fim de compor um portfólio bibliográfico para análise. Após o levantamento bibliográfico na Scopus e Web of Science, relacionando os temas “gestão do conhecimento” e “serviço de informação” ou “serviço de biblioteca”, e depois de aplicados os critérios de seleção, 27 artigos foram selecionados para o portfólio. Como resultado do ensaio teórico, quatro tópicos foram destacados: os autores discutem a informação e o conhecimento como recursos operantes, a Gestão da Informação e sua relação com a Gestão do Conhecimento no fomento da aprendizagem organizacional, a relevância da competência da informação e competência em conhecimento, a fim de obter vantagens competitivas e, por fim, os autores destacam a cocriação de valor como um dos elementos essenciais da SDL.

Novos artigos são publicados pelos autores supracitados, tais pesquisas são reflexos da tese de Silveira (2021), o qual investigou o processo de cocriação de valor em bibliotecas jurídicas dos Ministérios Públicos do Brasil.

No primeiro ensaio teórico, Silveira e Varvakis (2022) exploram a cocriação de valor em serviços de informação na perspectiva do provedor (biblioteca, bibliotecários(as)). Por meio de pesquisa bibliográfica, os autores desenvolveram um cenário do estudo, dividido em três esferas (usuário, encontro e biblioteca): recursos operantes da biblioteca (tangíveis e intangíveis), do usuário (cultura, físico, social), e processo de encontro onde ocorre a cocriação

de valor e estão os elementos DART. Tais atores e elementos sofrem influência do ambiente externo (político, social e econômico). Essa construção do cenário da pesquisa foi baseado nos constructos de Prahalad e Ramaswamy (2004), Payne, Storbacka, Frow (2008), Baron e Warnaby (2011), Siddike, Unemoto e Kohda (2014), Islam, Argawal e Ikeda (2015a), Golooba (2017).

Para entender a cocriação de valor na perspectiva do provedor (biblioteca, bibliotecários(as)), os autores estabeleceram os cruzamentos dos recursos operantes tangíveis (Instalação, coleção, Tecnologia de Informação e ambientes) e intangíveis (habilidade, experiência, empatia e disponibilidade) com os elementos DART. Os autores construíram o quadro referência do provedor para cada recurso operante, questionando o quê? Por quê? Sua importância, a pergunta realizada e a literatura que a fundamenta, servindo de instrumento (Silveira; Varvakis, 2022).

No segundo ensaio teórico, Silveira e Varvakis (2023) exploraram a cocriação de valor em serviços de informação na perspectiva do usuário, considerando o mesmo cenário anterior, porém, cruzaram os recursos operantes dos usuários que contempla cultura (conhecimentos, habilidades), físico (lealdade, disposição, *feedback* etc.) e social (relações etc.) com os elementos DART. Resultando no quadro referência do usuário para cada recurso operante, questionando o quê? Por quê? Sua importância, a pergunta realizada e a literatura que a fundamenta.

No terceiro ensaio empírico, Silveira e Varvakis (2024) identificam os elementos e processos de cocriação de valor em serviços de informação na perspectiva bilateral, ou seja, provedor (bibliotecas) e usuários de bibliotecas jurídicas, utilizando-se dos quadros de referência do provedor e do usuário, anteriormente expostos (Silveira; Varvakis, 2022, 2023). Foram entrevistados seis membros das Bibliotecas dos Ministérios Públicos do Brasil e sete usuários de um Ministério Público do Brasil, assim, após a análise de conteúdo foram encontrados os elementos do provedor (Biblioteca) e beneficiário (usuários), por fim, sintetizaram os elementos chave desse processo (Quadro 2).

Quadro 2 - Características chaves da cocriação de valor

| Elementos | A visão da Biblioteca | A visão do Usuário |
|---------------|------------------------|---|
| Diálogo | Entender e compreender | Entender mutuamente e transmissão |
| Acesso | Participar e aproximar | Participação, colaboração e motivação |
| Risco | Avaliar | Reconhecer, compreender, vantagens e desvantagens |
| Transparência | Clareza | Clareza Demonstrar interesses |

Fonte: Silveira, Varvakis, 2024, p. 21.

Remigio (2022) em sua dissertação de mestrado investigou o processo de cocriação de valor em repositório de dados de pesquisa abertos a partir das interações entre os pesquisadores e gestores do repositório em biodiversidade da Amazonia Ocidental. Utilizando da SLD e Modelo DART, foi estruturado um “Roteiro de estudo do processo de cocriação de valor em RDP” e aliado à entrevista semiestruturada, coletou dados de 12 pesquisadores e dois gestores do portal. Como resultado foram propostas 11 diretrizes e 28 ações que atuam nas dimensões do modelo DART, aperfeiçoando o processo de cocriação de valor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É essencial que os pesquisadores da Biblioteconomia e da Ciência da Informação atualizem suas teorias e abordagens sobre os serviços de informação para apoiar seu desenvolvimento e aprimoramento. No contexto atual, observa-se uma certa passividade na prestação de serviços de informação, em que as bibliotecas universitárias permanecem inertes em relação às demandas da comunidade, e os interagentes não se posicionam como participantes ativos no ciclo dos serviços.

A cocriação de valor é um processo que envolve a colaboração de diversos atores e interações, utilizando recursos operantes e bens facilitadores para desenvolver propostas oriundas das dinâmicas entre a biblioteca e a comunidade acadêmica. Para isso, é necessário um diálogo bidirecional, construtivo e propositivo.

A validação da cocriação de valor dependerá do empenho dos pesquisadores da Ciência da Informação em explorar as interações e dinâmicas entre os atores envolvidos, apoiando-se em modelos teóricos que sustentem esse processo. A cocriação deve ser considerada uma alternativa para gestores e profissionais das bibliotecas universitárias, com o objetivo de integrar as sinergias da comunidade acadêmica com a biblioteca.

Interação, diálogo e cooperação entre os atores da comunidade acadêmica são essenciais para avaliar, estruturar e propor serviços de informação eficazes. A SDL pode ser adotada como uma filosofia de gestão para as bibliotecas universitárias, suportando o processo de cocriação de valor e o desenvolvimento de serviços. Recomenda-se aprofundar as discussões sobre a cocriação e a coprodução, para esclarecer e expandir essas práticas no contexto da gestão de serviços de informação.

REFERÊNCIAS

ARNOULD, E.J.; PRICE, L.L.; MALSHE, A. **Toward a cultural resource-based theory of the customer**. LUSCH, R.F.; VARGO, S.L. (Eds.), *The service-dominant logic of marketing: Dialog, debate and directions*. ME Sharpe, Armonk: NY, 2006, p. 320-333.

BARON, S.; WARNABY, G. Individual customers' use and integration of resources: Empirical findings and organizational implications in the context of value co-creation. **Industrial Marketing Management**, v. 40, n. 2, p. 211-218, 2011.

BRODIE, R. J.; LÖBLER, H.; FEHRER, J. A. Evolution of service-dominant logic: Towards a paradigm and metatheory of the market and value cocreation? **Industrial Marketing Management**, v. 79, p. 3-12, 2019.

CASALI, G. L.; PERANO, M.; ABBATE, T. Understanding the Roles and Functions of Academic Libraries as Innovation Intermediaries from the Perspective of the Service-Dominant Logic: An Australian Case Study. **Journal of Library Administration**, v. 57, n. 2, pp. 135-150, 2017.

CARVALHO, M. M. M.; MENEZES, J. R; DOMINGUES, C. A co-criação de valor nos serviços bibliotecários: uma abordagem conceptual em construção. *In: Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, 22.*, 2012. Bragança, **Anais [...]**. Bragança: [S.n]: 2012. p. 1 – 15.

CORRÊA, E. C. D. Usuário, não! Interagente. Proposta de um novo termo para um novo tempo. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 19, n. 41, p. 23-40, 2014.

GOLOOBA, M. **Factors affecting value co-creation effectiveness in digital Library service quality**. 2017. Thesis (Doctor of Philosophy in information technology) – International Islamic University Malaysia, Kuala Lumpur, 2017.

GRÖNROOS, C.; VOIMA, P. Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S. l.], v. 41, p. 133-150, 2013.

GRÖNROOS, C. Conceptualising value co-creation: a journey to the 1970s and back to the future. **Journal of Marketing Management**, [S. l.], v. 28, n. 13-14, p. 1520-1534, 2012.

ISLAM, M. A.; AGARWAL, N. K.; IKEDA, M. Conceptualizing value co-creation for service innovation in academic libraries. **Business Information Review**, [S. l.], v. 32, n. 1, p. 45-52, 2015a.

ISLAM, M. A.; AGARWAL, N. K.; IKEDA, M. How do academic libraries work with their users to co-create value for service innovation?: A qualitative survey. **Qualitative and Quantitative Methods in Libraries**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 637-658, jun. 2015b.

XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024

LIRA, R. A. **Cocriação de valor em bibliotecas universitárias brasileiras: um estudo.** 2021. 150 p. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Centro de Ciências da Educação, Programa Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

LIRA, R. A.; PINTRO, S.; VARVAKIS, G. **Service-dominant logic e a cocriação de valor em bibliotecas.** Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, [S. l.], v. 24, n. 3, p. 610-628, 2019.

LUSCH, R. F.; VARGO, S. L. Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. **Marketing Theory**, [S. l.], v. 6, n. 3, p. 281-288, 2006.

PAYNE, A. F.; STORBACKA, K.; FROW, P. Managing the Co-creation of Value. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S. l.], v. 36, p. 83-96, 2008.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creating unique value with customers. **Strategy & Leadership**, v. 32, n. 3, p. 4-9, 2004a.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creation experiences: The next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004b.

REMIGIO, L. G. **Cocriação de valor em repositórios de dados de pesquisa abertos: um estudo das interações entre gestores e pesquisadores no PPBio Data Repository.** 2022. 183 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022.

SIDDIKE, M. A. K.; UMEMOTO, K.; KOHDA, Y. Transformation of Public Libraries: Co-creation of Values at Multipurpose Community Learning Centers. *In*: IIAI 3RD INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCED APPLIED INFORMATICS, 2014, Kokura. **Proceedings** [...] Japan: 2014, p. 109-114.

SILVEIRA, M. M. **A co-criação de valor em serviços informacionais: análise em biblioteca jurídica.** 2021. 227 p. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Centro de Ciências da Educação, Programa Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

SILVEIRA, M. M.; VARVAKIS, G. Gestão do Conhecimento e cocriação de valor em Serviços Informacionais. **Investigación bibliotecológica**, Ciudad de México, v. 35, n. 86, p. 73-97, mar. 2021.

SILVEIRA, M. M.; VARVAKIS, G. Profissional da informação e a co-criação de valor em serviços informacionais: contribuições teóricas. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 20, n.1, p.1-21, 2022.

SILVEIRA, M. M.; VARVAKIS, G. O usuário na co-criação de valor em serviços informacionais: fundamentos teóricos. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 29, n.1, p. 1-26, 2023.

XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024

SILVEIRA, M. M.; VARVAKIS, G. Elementos formais para co-criação de valor em serviços informacionais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 29, n. 1, p. 1-28 2024.

URQUHART, C. Reflections on the value and impact of library and information services. Part 1: Value identification and value creation. **Performance Measurement and Metrics**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 86-102, 2015.

VARGO, S. L. Toward a transcending conceptualization of relationship. **Journal of Business & Industrial Marketing**, [S. l.], v. 24, n. 5/6, p. 373-379, 2009.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. **Journal of Marketing**, [S. l.], v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004a.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. The Four Service Marketing Myths: Remnants of a Goods-Based, Manufacturing Model. **Journal of Service Research**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 324-335, 2004b.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F.; O'BRIEN, M. Competing through service: Insights from service-dominant logic. **Journal of Retailing**, [S. l.], v. 83, n. 1, p. 5-18, 2007.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Service-dominant logic: continuing the evolution. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S. l.], v. 36, p. 1-10, 2008a.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. From goods to service(s): Divergences and convergences of logics. **Industrial Marketing Management**, [S. l.], v. 37, n. 3, p. 254-259, 2008b.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S. l.], v. 44, n. 1, p. 5-23, 2016.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Service-dominant logic 2025. **International Journal of Research in Marketing**, [S. l.], v. 34, n. 1, p. 4667, 2017.

VARGO, S. L.; MAGLIO, P. P.; AKAKA, M. A. On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective. **European Management Journal**, [S. l.], v. 26, n. 3, p. 145-152, 2008.