



# 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

### GT4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

#### MODELO MULTIMENSIONAL PARA GESTÃO DE EBOOKS EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: TENDÊNCIAS E PARÂMETROS

#### MULTIMENSIONAL MODEL FOR EBOOK MANAGEMENT IN UNIVERSITY LIBRARIES: TRENDS AND PARAMETERS

**Carolina de Souza Santana Magalhães** – Universidade Federal da Bahia (UFBA)

**Isa Maria Freire** – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

#### Modalidade: Trabalho Completo

**Resumo:** Considera-se de partida um cenário de crescimento das coleções de eBooks em bibliotecas universitárias, a convergência deste artefato para o ambiente virtual e a limitação por parte do mercado editorial no sentido de ofertar modelos de negócio para comercialização de Ebook, que contemplem condições inerentes as necessidades destes espaços socioculturais e científicos. Assim, esse trabalho objetiva apresentar parâmetros para um modelo de gestão de livros digitais nessas bibliotecas, que inclua sua livre aquisição e propor um protótipo de modelo que auxilie a tomada de decisão nas bibliotecas universitárias. Para tanto, a estratégia metodológica baseou-se na triangulação de métodos adotando a abordagem qualitativa. Os resultados demonstraram que o modelo de negócio de compra perpétua é o mais sustentável, em termos de garantia do serviço de acesso às coleções, em relação ao modelo de negócio por assinatura. Indicaram também que as bibliotecas universitárias não possuem seus próprios modelos de negócio ou gestão de *eBooks*, acarretando a adesão ao modelo de negócio dos editores ou agregadores e implicando na aceitação das parametrizações (licenciamento, precificação) definidas entre os agentes da cadeia de valor: produtor (autor) – editor – agregador. Por fim, indicam que os atuais modelos de negócio de *eBook* ofertados ainda carecem de uma revisão sistêmica. Recomenda-se a atuação em redes de cooperação e/ou consórcios que possam garantir um melhor posicionamento das bibliotecas universitárias na cadeia de valor do livro e propõe-se, como produto final um modelo multidimensional com parâmetros para a gestão de livros digitais em bibliotecas universitárias.

**Palavras-chave:** livro digital; eBook; bibliotecas universitárias; cadeia produtiva do livro digital; modelo de negócio.

**Abstract:** Considering the growth scenario of eBook collections in university libraries, the convergence of this artifact to the virtual environment and the limitation on the part of the publishing market in the sense of offering business models for the commercialization of Ebooks that contemplate inherent conditions to university libraries the needs of these sociocultural and scientific spaces, this article aims to present parameters for a model for managing digital books in these libraries, considering their free acquisition and proposing a prototype of a model to help decision-making in university libraries. Therefore, the methodological strategy was based on the triangulation of methods adopting the qualitative approach. The results showed that the perpetual purchase business model is the most

sustainable, in terms of guaranteeing the access service to collections, in relation to the subscription business model. They also indicated that university libraries do not have their own business models or eBook management, leading to adherence to the business model of publishers or aggregators and implying the acceptance of parameterizations (licensing, pricing) defined between agents in the value chain: producer (author) – editor – aggregator. Finally, they indicate that the current eBook business models offered still need a systemic review. It is recommended to work in cooperation networks and/or consortia that can ensure a better positioning of university libraries in the book value chain and it is proposed, as a final product, a multidimensional model with parameters for the management of digital books in university libraries.

**Keywords:** digital book; eBook; university libraries; digital book production chain; business model.

## 1 INTRODUÇÃO

O livro digital integra o processo de convergência dos suportes informacionais, envolvendo uma complexidade de fatores relacionados ao conceito, produção, comercialização, seleção, circulação e disponibilização deste artefato na sociedade em rede (RAMÍREZ, 2014; SERRA; SANTARÉM, 2018). Diante deste panorama, apresenta-se um recorte da tese de doutorado, cuja hipótese parte do pressuposto que os atuais modelos de negócio não atendem satisfatoriamente aos critérios para a livre aquisição de livros digitais, respeitando os interesses e necessidades dos usuários de bibliotecas universitárias.

A pesquisa é do tipo descritiva com uma abordagem metodológica qualitativa. Para análise dos dados realizou-se uma triangulação de métodos: inicialmente, a observação direta nos sites das universidades públicas brasileiras permitiu a delimitação do *locus* de investigação ao Sistema de Biblioteca da Universidade Federal da Bahia (SIBI); em um segundo momento, aplicou-se métodos qualitativos e quantitativos como: a análise documental, entrevista (os agentes envolvidos foram bibliotecários do setor de processamento técnico e 1 editor), além da observação encoberta participante como um método aplicado a pesquisas mediadas por computador (MAGALHÃES, 2019).

Essa pesquisa, além de uma linha teórica, tem uma linha empírica aplicada ao universo das bibliotecas universitárias, Unidades de Informação (UI) que tradicionalmente acumularam o conhecimento e ao longo da história passaram a ser verdadeiras disseminadoras desse conhecimento na sociedade. A linha conceitual segue uma trilha que parte da necessidade de compreender o fenômeno da sociedade em rede e a cultura da convergência, enfocando nesse contexto o papel do artefato livro, *eBook* e do equipamento cultural biblioteca. Paralelo a essa revolução digital há a industrial cultural de produção do livro que, em função das

mudanças tecnológicas, reorganizam-se para ofertar novos modelos de negócios, produtos e serviços (CALDEIRA; CUNHA, 2020; GOMES; ZATTAR, 2016).

Outros setores de atividades ligados diretamente com o conhecimento e a informação científica e cultural, como as bibliotecas universitárias, são impulsionadas a posicionarem-se de maneira a integrarem-se à cultura digital. As reflexões advindas da observação nas bibliotecas universitárias serão confrontadas com o referencial teórico para gerar o modelo multidimensional com parâmetros para gestão de *eBooks*. Todas essas questões permeiam o campo de pesquisa da Ciência da Informação, sendo o grande “guarda-chuva” que fornece, como campo de pesquisa, o arcabouço teórico-metodológico para discutir o fenômeno do livro digital ou *eBook*.

## 2 A REDE DIGITAL

As tecnologias digitais propiciaram às redes sociais novas formas de configurações em ambientes virtuais alicerçados pelas plataformas digitais (CASTELLS, 2017; SCHOLZ, 2016). Essas tecnologias digitais de formação em redes são uma característica da chamada “Era da Informação” onde, instrumentalizadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), desenvolvem-se redes sociais virtuais, possibilitando, conforme Castells (2017), sua expansão e reconfiguração, constituindo-se em um novo sistema de comunicação social global.

A consolidação da Internet foi um marco propulsor da possibilidade de interligar, por meio da “rede das redes”, as diversas nações. Produziu-se um fenômeno de fluxos informacionais em larga escala, que explica a emblemática denominação do momento atual como a Sociedade da Informação e do Conhecimento. A partir desse processo histórico, diversos estudos e pesquisas relacionadas a esse fenômeno começam a surgir em diferentes áreas do conhecimento, as quais, numa perspectiva macro, abordam aspectos sociais, econômicos, políticos e culturais.

O livro digital técnico-científico adquirido pelas Unidades de Informação configura-se como mais um desafio no âmbito da gestão de conteúdos digitais. Contudo, ainda que o formato digital do livro tenha um alto potencial para compartilhamento e cooperação, as UI enfrentam barreiras para promover a livre aquisição e circulação do livro digital.

Castells (2017), no seu livro “A sociedade em rede”, usa o termo rede associado ao alcance da tecnologia para tratar do paradigma da tecnologia da informação<sup>1</sup>, identificando cinco características que representam a base material da sociedade da informação.

A primeira característica apresentada por Castells (2017, p. 123) é: “a informação é sua matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foram o caso das revoluções tecnológicas anteriores”. No passado, a informação subsidiava as revoluções tecnológicas, atualmente, para além disso, as tecnologias de informação possuem um alto poder de processamento e manipulação de conteúdos informacionais, alimentados constantemente pelo grande volume de dados digitais produzidos e lançados nas redes, oriundos das diversas plataformas digitais, fenômeno denominado de *big data*<sup>2</sup>.

A segunda característica refere-se à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Castells (2017, p. 124) parte do princípio de que “a informação é parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados (embora, com certeza, não determinados) pelo novo meio tecnológico”. O alto poder de penetrabilidade da tecnologia de informação favorece o avanço da cultura digital. Ela agrega, ao cotidiano das pessoas e organizações, de maneira invasiva ou não, artefatos e dispositivos digitais, ao ponto de ser irreversível, para algumas camadas da sociedade, pensar o indivíduo dissociado destes recursos tecnológicos. Esse comportamento pode ser um efeito da pervasividade que Castells (2007) associa à característica de penetrabilidade. Segundo o autor, todas as revoluções, incluindo a revolução industrial do século XVIII, são caracterizadas pela *pervasividade* e explica

[...] sua penetração em todos os domínios da atividade humana, não como fonte exógena de impacto, mas como o tecido em que essa atividade é exercida. Em outras palavras, são voltadas para o processo, além de induzir novos produtos. Por outro lado, diferentemente de qualquer outra revolução, o cerne da transformação que estamos vivendo na revolução atual refere-se às tecnologias de processamento de informação e comunicação (CASTELLS, 2017, p. 88).

---

<sup>1</sup> O autor apresenta o conceito de *paradigma tecnológico* elaborado por Carlota Perez, Christopher Freeman e Giovanni Dossi e adaptado da análise clássica das revoluções científicas por Thomas Kuhn.

<sup>2</sup> *Big Data* é um termo amplamente utilizado na atualidade para nomear conjuntos de dados muito grandes ou complexos, que os aplicativos de processamento de dados tradicionais ainda não conseguem lidar.

Nesse ponto, o autor enaltece o poder da Revolução Digital, caracterizada pelas novas formas de acesso ao conteúdo. Essa ideia, corrobora com a de Pierre Lévy (1993) quando ele cita a tendência das redes e conexões à digitalização, atingindo as técnicas de comunicação e processamento, conectando a um mesmo tecido eletrônico, o cinema, a radiotelevisão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática (LÉVY, 1993, p. 102).

A terceira característica citada por Castells (2007, p. 124) refere-se à “lógica de redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, usando essas novas tecnologias de informação”. O autor considera que as redes têm uma capacidade de se adaptar à complexidade de interação e ao poder criativo derivado dessa interação. Seu crescimento torna-se exponencial, assim como as vantagens de estar na rede. E tudo graças ao grande número de conexões, que permite, segundo Castells (2007, p. 124), “estruturar o não estruturado, porém preservando a flexibilidade, pois o não estruturado é a força motriz da inovação na atividade humana”.

Reforçando essa ideia de estruturar o não estruturado, Lévy (1993), ao discorrer sobre os estoques e a circulação de informação, cita bancos de dados e de ‘conhecimentos’ para a propagação de inferências, bancos de imagens e efeitos visuais, sonoros, bancos de filmes, textos e hipertextos como estoques com alto potencial de gerar possibilidades de agregação e processos de composição, se ou quando estruturados

A massa de dados digitais disponíveis se infla o tempo todo. E quanto mais ela cresce, mais é preciso estruturá-las, cartografá-la, criar uma matriz com estradas expressas e avenidas lógicas; [...] Os futuros bancos de conhecimentos em grande escala serão capazes de elaborar as informações que lhes serão confiadas, ou seja, serão capazes de fazer automaticamente algumas conexões pertinentes entre as representações, mais ou menos como se compreendessem seu sentido (LEVY, 1993, p. 108).

Os estoques de informação e conhecimentos têm um alto potencial de geração de informação, se estruturados em redes, com as técnicas da inteligência artificial para traçar hiperbancos de dados.

A quarta característica é referente ao sistema de redes, centrado no paradigma da tecnologia de informação baseado na *flexibilidade*. Nesse caso é importante destacar:

O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é a sua capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional. Tornou-se possível inverter as regras sem precisar destruir a organização, porque a base

material da organização pode ser reprogramada e reaparelhada (CASTELLS, 2017, p. 124).

A flexibilidade também está ligada ao conjunto de protocolos de comutação por pacotes para garantir o fluxo dos dados em rede, permitindo que o documento digital assuma uma característica de flexibilidade nas redes digitais

As redes digitais permitem uma ampliação ‘escalar’ dessa integrabilidade: toda máquina ligada em rede torna-se parte de um sistema no qual o termo ‘compartilhamento’ assume características totalmente revolucionárias para a capacidade, hoje tecnologicamente realizável, de superar as categorias kantianas de espaço e tempo [...] (TAMMARO; SALARELLI, 2008, p. 73).

Discorreu-se sobre a perspectiva tecnológica da flexibilidade da rede possibilitando o fluxo de uma variedade de informações e formatos de documentos. É fato que as TIC permitiram à sociedade uma reconfiguração nos modos de trabalho, nos modelos de negócio, da comunicação entre as organizações e indivíduos, inovações no ramo da arte e cultura, e como instrumento de mobilização social, entre outros aspectos relacionados à atuação em rede. Entretanto, Castells (2017, p. 124) chama atenção para a necessidade de um julgamento de valor ligado a essa característica tecnológica, porque “a flexibilidade tanto pode ser uma força libertadora como também uma tendência repressiva, se os redefinidores das regras sempre forem os poderes constituídos”.

Toma-se como exemplo um dos objetos de estudo desta investigação, ao pensar na configuração da cadeia produtiva do livro eletrônico. As TICs promoveram uma transformação na relação entre os produtores e consumidores do produto Livro. Ao se tornar um objeto virtual, o livro permite, aos agentes envolvidos nessa cadeia, a geração de novos produtos e serviços. Entretanto, como há uma relação de poder e capital, limitam-se as regras aos que têm forças para constituí-las, caindo por terra a ideia de flexibilidade. Portanto, compreender como operam as relações mercadológicas no âmbito da cadeia de valor e produtiva do livro digital pode contribuir para um melhor posicionamento das bibliotecas universitárias nesse contexto. Propõe-se então discutir conceitualmente como modelos podem agregar no sentido de serem instrumentos ou referenciais propositivos para as Unidades de Informação.

### 3 MODELOS

Michaud (2006), ao discorrer sobre modelo e conhecimento, enfatiza a importância de associar as relações entre informação, conhecimento, gestão, modelos e modelagem. Para o autor, há ambiguidades e visões diferentes sobre os significados e relacionamentos destes termos, por isso, é preciso instigar a reflexão sobre a relação estreita e permanente dos conceitos de sistema, modelo e conhecimento, mostrando que um não vive sem o outro.

Para Michaud (2006), o conhecimento representa o ser humano com todo seu arcabouço de conhecimento armazenado. O contexto é o sistema, entendido como um conjunto de variáveis selecionadas por um observador e faz referência à teoria do biólogo austríaco Ludwig Von Bertalanffy, que formulou, em 1949, a Teoria Geral do Sistema, posteriormente complementada por outros cientistas.

Para o caso específico de elaboração de um modelo, é importante se concentrar na ideia de sistemas abertos em que qualquer ser humano ou organização está suscetível às mudanças do contexto externo. Interessa para essa pesquisa a ideia de modelo aplicada ao âmbito organizacional e à comunicação científica:

[...] um modelo é uma representação externa de um sistema, no sentido de comunicar uma visão de fora do sistema, com o recuo suficiente, para que esta visão seja ampla; 2. um modelo procura explicitar algo, ou seja, transformar um conhecimento parcial ou totalmente implícito em algo facilmente comunicado; 3. um modelo não deve ter a absurda pretensão de representar toda a realidade de um sistema, mas ter a humildade e sabedoria de considerar só uma parte dela; 4. um modelo é criado por um observador de uma parte da realidade, incluindo, de forma tácita, as interpretações inconscientes de seus modelos mentais, levando a considerar igualmente válidos diversos modelos de uma mesma parte de realidade, sendo que cada um poderá enfocar aspectos diferentes; 5. sempre existe um objetivo subjacente a um modelo, o de poder melhor gerenciar uma parte da realidade (MICHAUD, 2006, p. 219).

Nesse caso, a ênfase está no sistema externo como um fator preponderante para definir rumos e contribuir para a modelagem de sistemas. Complementando esse conceito, os modelos são vistos como ferramentas de gestão:

Os modelos são também poderosas ferramentas, desempenhando importante papel como recurso metodológico para todas as áreas relacionadas diretamente ou indiretamente com dados, informação e conhecimento. Aplicados às organizações, eles facilitam a transformação de parte do conhecimento tácito em conhecimento (informação) explícito e favorecem a compreensão, comunicação e gestão das empresas. Aplicados à gestão do conhecimento, eles facilitam o percurso da informação, dos

caóticos universos informacionais interno e externo, à sua combinação pelos pesquisadores e estrategistas, passando por modelos de captura, triagem, adequação, armazenamento, associação, agregação, comunicação, divulgação e utilização (MICHAUD, 2006, p. 236).

A elaboração de um modelo é utilizada para demonstrar de forma simples e sistematizada algo que se queira explicar, sendo utilizado como um instrumento organizacional que propiciará às pessoas uma melhor compreensão sobre a produção, compartilhamento e uso do conhecimento individual e coletivo no âmbito organizacional (SILVA; VALENTIM, 2008). A proposta das autoras aplica-se ao campo da gestão do conhecimento organizacional, sendo seu foco o conhecimento produzido pelas instituições. Contudo, pode-se expandir esse conceito e incluir, não apenas as informações produzidas, mas também as adquiridas pelas organizações.

Sayão (2001) apresenta uma revisão de literatura sobre a natureza, o conceito, as características e funções de um modelo fazendo uma interlocução com a Ciência da Informação. Ele inicia apresentando uma perspectiva filosófica para a qual o modelo é uma criação cultural, um “mentefato” destinado a representar uma realidade ou alguns dos seus aspectos tornando-os qualitativa e quantitativamente observáveis.

Um modelo serve para comunicar alguma coisa sobre o objeto da modelagem de forma a gerar um entendimento mais completo sobre a realidade; a ação de modelar, por sua vez, impõe a quem modela uma visão clara e sem ambiguidades de quem ou do que está sendo modelado além de exigir uma correta seleção dos elementos do universo do discurso que comporão a visão a ser representada (SAYÃO, 2001, p. 83).

A Ciência da Informação, por sua natureza multiparadigmática (SAYÃO, 2001), tomou modelos de outras áreas como Informática, Economia, Linguística, Marketing, as Ciências Sociais, gerando uma série de tipologias de modelos de informação, onde estão incluídos os modelos cognitivos, modelos de sistema de informação, modelos de comportamento informacional, entre outros.

Assim, busca-se, a partir da noção de modelo, aplicar de uma forma utilitária e tornar mais explícito, a partir destas representações, os processos, sistemas e negócios em torno do livro digital e da biblioteca universitária. O modelo acaba por se constituir em uma ferramenta que proporciona uma visão ampla (modelos sistêmicos) ou um olhar mais específico para os processos ou negócios.

#### 4 MODELO MULTIDIMENSIONAL E PARÂMETROS PARA GESTÃO DE EBOOKS

Os parâmetros para um modelo de negócio de livros digitais consideram os aspectos internos (processos e gestão) e externos (tendências regulatórias, sociais e culturais, socioeconômicas e tecnológicas) relacionados à biblioteca universitária. Propomos um mapa multidimensional que contemplou aspectos considerados relevantes para direcionar as bibliotecas universitárias a atuarem junto à cadeia produtiva do livro com maior autonomia para exercerem o seu direito de livre aquisição.

Com relação à perspectiva interna, um modelo de gestão implica delinear diretrizes desde a seleção do livro digital, seguido da sua aquisição com a seleção de fornecedores, testes em plataformas *Trial*, definição de critérios de acesso, definição do modelo de negócio do editor selecionado, alinhamentos contratuais que devem ser estabelecidos nesse momento da negociação, análise do aporte tecnológico necessário para o acesso, até o fechamento do produto selecionado. Em seguida procede-se à representação descritiva, cujo resultado dependerá que do foi definido na fase da aquisição. Após todas essas atividades-meio, é liberado o acesso às coleções, para posterior monitoramento e avaliação de uso.

Além do referencial teórico apresentado sobre modelos, outros documentos auxiliaram a modelagem desses parâmetros como o documento da American Library Association (2013). Neste documento são propostos indicadores para bibliotecas públicas com o objetivo de munir os profissionais com o máximo de informações possíveis para negociar acordos de licenciamento de *eBooks* e se posicionarem frente a editores e distribuidores. Esses indicadores propostos pela ALA foram resultado da análise de variáveis recorrentes encontradas nos contratos ou licenças de livros digitais. O documento menciona, ainda, que bibliotecas norte-americanas estão experimentando e desenvolvendo seus próprios esquemas de licenciamento, algumas celebrando acordos com editores independentes e outras com grupos de autopublicação. Um dos indicadores chama-se 'canal de vendas' que mostra a biblioteca conectando leitores, editores e autores. Os usuários das bibliotecas também são compradores de livros. Se os editores estiverem dispostos a oferecer condições favoráveis, a plataforma de *eBooks* da biblioteca pode funcionar como uma vitrine de vendas, nesse caso, a biblioteca teria alguma contrapartida relacionada aos custos dos *eBooks*.

Para pensar a perspectiva externa tomou-se por base as recomendações de Osterwalder e Pigneur (2011). Os autores consideram que desenvolver uma boa compreensão

do ambiente interno e externo da organização contribui para conceber modelos mais sólidos e competitivos e sugerem, em forma de questões, a análise de pelo menos quatro tendências principais. Recomenda-se aplicar essa análise considerando as demandas da biblioteca universitária.

**Tendências Regulatórias (TRG)** - Descreve regulamentos e tendências regulatórias que influenciam o Modelo de Negócios. Questões: que tendências regulatórias influenciam o mercado de aquisição de *eBooks*? Que regras podem afetar o modelos de gestão das bibliotecas? Quais regulamentos e dispositivos legais afetam a demanda do usuário?

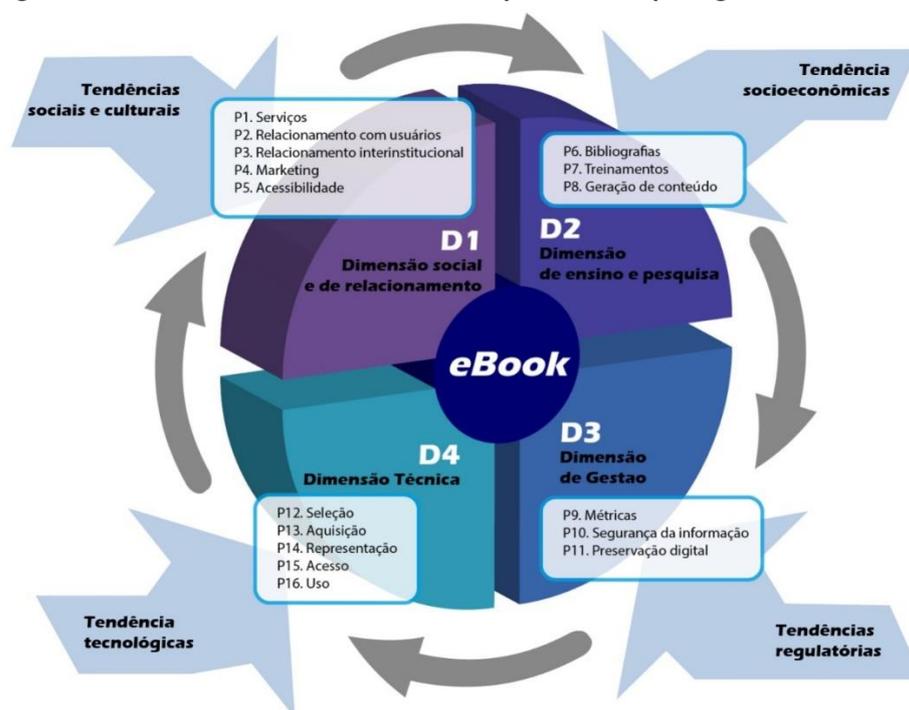
**Tendências Sociais e Culturais (TSC)** - Descreve as principais tendências sociais. Que mudanças nos valores culturais ou sociais afetam o Modelo de Negócio de *eBooks* da biblioteca? Quais tendências podem influenciar o comportamento do usuário?

**Tendências Socioeconômicas (TSE)** - Quais são as principais tendências demográficas? Como caracterizar a distribuição de receita e renda do mercado? Quão altas são as rendas disponíveis? Descreva o padrão de gastos do mercado de *eBooks* (ex.: pesquisa, estudos, lazer, saúde, etc.).

**Tendências Tecnológicas (TTC)** - Identifica tendências tecnológicas que podem ameaçar o Modelo de Negócio ou permitir que ele evolua ou melhore. Questões: Quais são as maiores tendências tecnológicas, tanto dentro quanto fora do mercado de atuação da biblioteca? Quais tecnologias representam oportunidades importantes ou ameaças perturbadoras? Que tecnologias emergentes os usuários estão adotando?

Portanto, considerando a multidimensionalidade da biblioteca universitária propomos um modelo com parâmetros vinculados a quatro dimensões: Dimensão social e de relacionamento com o usuário; Dimensão de ensino e pesquisa; Dimensão técnica; e Dimensão de gestão, conforme Figura 1 a seguir:

Figura 1 – Modelo multidimensional com parâmetros para gestão de eBooks



Fonte: Elaboração própria (2019).

Dimensão social e de relacionamento com o usuário (D1) – trata de perceber a biblioteca universitária como um espaço de compartilhamento e troca de ideias e conhecimento. Considera a cultura da convergência, os novos perfis de usuários (nativos digitais) com habilidades no uso de tecnologias móveis. Assim, essa dimensão trata de estimular a atuação em redes institucionais para cooperação, associação, parcerias e troca de experiências, criar espaços de convivência e investir em comunicação e marketing como um fator essencial para a efetividade dos serviços prestados. Definimos os seguintes parâmetros: P1 - Relacionamento com usuários (P1) - Serviços (P2), Relacionamento com outras instituições (P3), Marketing (P4) e Acessibilidade (P5). Tem relação com as tendências: TSC e TTC.

Dimensão de ensino e pesquisa (D2) – considera o cenário dos Recursos Educacionais Abertos (REA), a Educação a Distância (EaD), o papel da biblioteca universitária no fluxo da comunicação científica, o assessoramento para pesquisa bibliográfica e como geradora de conteúdos. Definimos os seguintes parâmetros: Bibliografias (P6), Treinamentos (P7) e Geração de Conteúdo (P8). Tem relação com as tendências: TRG, TTC, TSE, TSC.

Dimensão Técnica (D3) – mobiliza uma competência essencial que é o conhecimento do profissional bibliotecário para lidar com os recursos eletrônicos (formatos, plataformas,

interoperabilidade, arquitetura da informação, usabilidade, computação nas nuvens), assim como o entendimento sobre direitos autorais e licenciamento de livros digitais, o relacionamento com parceiros (editores, agregadores, distribuidores), o domínio das políticas internas para formação das coleções e habilidades de negociação. Definimos os seguintes parâmetros: Seleção (P9), Aquisição (P10), Representação (P11), Acesso (P12) e Uso (P13). Tem relação com as tendências: TTC, TRG, TSC, TSE.

Dimensão de Gestão (D4) – relaciona-se com a aplicação de técnicas de mediação e definição de indicadores de acesso e uso dos livros digitais para retroalimentar as demais dimensões dando continuidade ou não aos serviços e produtos. Inclui, também, a segurança da informação que desponta como uma área emergente de pesquisa no campo da biblioteconomia em função dos dados dos usuários que são lançados na base dos fornecedores. Compreende, por fim, a preservação digital dos livros adquiridos por compra perpetua e dos livros que forem digitalizados para garantir a permanência de acesso e uso. Definimos as seguintes dimensões: Métricas (P14), Segurança da Informação (P15) e Preservação Digital (P16). Tem relação com as tendências: TTC, TRG, TSC, TSE.

As dimensões que envolvem a gestão dos livros digitais são cíclicas, mutáveis, interdependentes e influenciadas por fatores externos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Bibliotecas de universidades públicas têm a função social de promover o livre acesso a informação/conhecimento. Por isso o termo “negócio”, para essas Instituições, parece não ter sentido pela sua própria natureza orientada ao uso social e livre da informação/conhecimento. Contudo, a virtualização do livro impulsionou as unidades de informação a também buscarem inovações. Em muitos casos, a oferta dos *eBooks* é considerada um serviço de ponta, uma inovação. A questão é que a maioria das bibliotecas universitárias públicas brasileiras não têm um modelo de negócio ou gestão específico para livros digitais, diferente do que ocorre no mercado editorial. A adesão ao modelo de negócio dos editores ou agregadores implica em operar conforme as parametrizações (licenciamento, precificação) definidas pelos agentes da cadeia de valor (produtor (autor) – editor – agregador). A biblioteca universitária, a maior consumidora de livros técnicos científicos (MEADOWS, 1993), que fica na ponta da cadeia, ainda forma coleções de livros digitais licenciados sob a égide de quem dita as regras: grandes corporações de editores científicos.

Se os editores utilizam estratégias e modelos de negócio para garantirem sua competitividade no mercado dos produtos digitais, as bibliotecas universitárias também podem aprender com o mundo dos negócios. Articulação (política e estratégica) e cooperação podem garantir maior poder de barganha nas negociações, ou seja, ao se reorganizarem, as instituições podem gerar modelos de negócio, atuação ou gestão inovadores para se posicionarem de maneira mais competitiva perante a indústria cultural de produção do livro.

Em vista da cultura de convergência, parece que há uma oportunidade de atuação em rede consorciada, para que as universidades possam se fortalecer frente a uma negociação. Esse fato, só reforça a tendência das bibliotecas universitárias se posicionarem ativamente como instituições que buscam soluções nos consórcios e cooperação para fortalecimento da sua atuação.

Com os negócios em constante dinâmica de mudança para os *ebooks*, as escolhas que as bibliotecas universitárias fazem hoje podem ter profundo impacto sobre todo um ciclo de processos inerentes ao âmago das bibliotecas. Portanto, é de suma importância que essas escolhas sejam feitas de maneira informada e cuidadosa, considerando as necessidades dos usuários atuais e futuros. Decisões sobre dar continuidade ou encerrar os serviços de acesso aos *eBooks* são mais ponderadas num contexto onde bibliotecários têm um olhar crítico para tomar decisões assertivas, sempre envolvendo a comunidade acadêmica, nunca de forma isolada.

Discutir a ideação de modelos de negócio aplicáveis a instituições públicas é um desafio. Porque a aplicação de qualquer ação relacionada à inovação ou melhoria de processos está também ligada à cultura de uma organização. As bibliotecas universitárias são, em sua natureza, organismos voltados para o acesso, uso e disseminação do conhecimento científico com um forte potencial de geração de produtos e serviços de informação.

O atual cenário clama para uma mudança de paradigma. O exercício de propor parâmetros para um modelo de negócio para as bibliotecas, é obviamente uma proposta experimental, chamada na introdução de protótipo e, portanto, passível de melhoria contínua. Recomenda-se que o modelo proposto seja discutido e aplicado com a participação e colaboração dos agentes envolvidos nos processos das bibliotecas universitárias.

Por fim, não se poderia deixar de lembrar que o que está em jogo para a biblioteca do futuro é a capacidade de assumir uma posição mais protagonista na cadeia de valor do livro como agentes influenciadores na produção e mediação de conteúdo. A virtualização da

informação deve ser interpretada como um fenômeno, de tal forma que permita “criar valor” cada vez mais aderente às necessidades dos usuários agregando novos serviços e povoando de pessoas os espaços das bibliotecas universitárias.

## REFERÊNCIAS

- AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION. *EBook business models*. 2013. Disponível em: <http://connect.ala.org/files/80755/EBookBusinessModelsPublicLibs.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2017.
- CALDEIRA, Thaisa Lopes; CUNHA, Murilo Bastos. Os modelos de comercialização de livros eletrônicos para bibliotecas: perspectiva do direito. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v. 30, n. 1, p. 1-20, jan./mar. 2020.
- CASTELLS, Manuel: *A sociedade em rede: a era da informação, economia, sociedade e cultura*. 18. ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- GOMES, Juliana da Silva; ZATTAR, Marianna. Modelos de negócio para aquisição de livros eletrônicos: uma revisão de literatura. *Revista Conhecimento em Ação*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 62-72, jan./jun. 2016.
- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- MAGALHÃES, Carolina. *Modelo multidimensional com parâmetros para gestão de eBooks em Bibliotecas Universitárias*. Orientadora: Isa Maria Freire. 2019. 152 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/30764/1/TESE%20COMPLETA%2010%20-%20REPOSITORIO.pdf>.
- MICHAUD, Claude. Modelos e conhecimento. In: TARAPANOFF, Kira (org.). *Inteligência, informação e conhecimento em corporações*. Brasília: IBICT: UNESCO, 2006. p. 211-239.
- OSTERWALDER, Alexander. *Business Model Generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários*. Rio de Janeiro: Alta books, 2011. Disponível em: <http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Business-Model-Generation.pdf>. Acesso em: 07 maio 2019.
- RAMÍREZ, Miguel Gama. Los modelos de negocio de libros electrónicos para bibliotecas académicas. *Biblioteca Universitaria*, Cidade do México, v. 17, n. 2, p. 114-121, jul./dez. 2014.
- SAYÃO, Luis Fernando. Modelos teóricos em Ciência da Informação: abstração e método científico. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 82-91, jan./abr. 2001.

SCHOLZ, Trebor. *Cooperativismo de plataforma: contestando a economia do compartilhamento corporativa*. São Paulo: Fundação Rosa de Luxemburgo: Editora Elefante: Autonomia Literária, 2016.

SILVA, Heide Miranda da; VALENTIM, Marta Ligia Pomim. Modelos de gestão do conhecimento aplicado a ambientes empresariais. *In: VALENTIM, Marta Ligia Pomim (org.). Gestão da informação e do conhecimento*. São Paulo: Polis, 2008.

SERRA, Liliana Giusti; SANTARÉM, José Eduardo Segundo. Sobre livros digitais e modelos de negócios. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. Anais [...]*. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2018.

TAMMARO, Anna Maria; SALARELLI, Alberto. *A biblioteca digital*. Brasília: Briquet de Lemos. 2008.