GT-4– GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

COCRIAÇÃO DE VALOR EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: EVIDÊNCIAS NAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS INTERNACIONAIS

*VALUE CO-CREATION ON ACADEMIC LIBRARIES: EVIDENCES ON INTERNATIONAL PUBLICATIONS*

Raquel Alexandre de Lira (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)

Gregório Varvakis (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)

Modalidade: Resumo Expandido

**Resumo**: O estudo tem por objetivo identificar os processos de interação, e a sua relevância como base para a cocriação de valor em bibliotecas. Para tanto, foram realizadas buscas sistemáticas na literatura internacional. A pesquisa é caracterizada como bibliográfica, de caráter exploratório, com análise qualitativa baseada no método de revisão integrativa. Os resultados preliminares ratificam que a interação é elemento central, e mais relevante quando se pensa em cocriação nas bibliotecas. Conclui que a cocriação ocorre por meio do processo dialógico e coordenado de usuários e provedores, e a interação possibilita benefícios tanto para o provedor quanto para o usuário.

Palavras-Chave: Cocriação de valor. Biblioteca Universitária. Cocriação em biblioteca. Interação.

**Abstract**: The study aims to identify the interaction processes and their relevance as a basis for the co-creation of value in libraries. Systematic searches were conducted in the international literature. The research is characterized as bibliographic, exploratory, with qualitative analysis based on the method of integrative review. Preliminary results ratify that interaction is a central element, and more relevant when thinking about co-creation in libraries. It concludes that co-creation occurs through the dialogical and coordinated process of users and providers, and the interaction enables benefits for both the provider and the user.

Keywords: Value co-creation. Academic Library. Library co-creation. Interaction.

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução da sociedade da informação, organizações como as Bibliotecas Universitárias (BU) tiveram que adotar um papel proativo dentro do contexto universitário, intensificando seu papel como espaços de geração de conhecimento, apoio à docência, à pesquisa, e a se envolverem no aproveitamento das vantagens das tecnologias da informação e comunicação, no uso, gestão, armazenamento e distribuição da informação (ALVAREZ, 2017). Deixando de ser centro de gestão e acesso a recursos impressos, eletrônicos e digitais, para tornarem-se locais de encontros, onde os diversos atores da comunidade universitária passam a interagir e compartilhar experiências e conhecimentos. Como consequência dessa evolução, tanto para organizações com fins lucrativos ou sociais, identifica-se a ampliação da interação com o usuário, essa interação provocou o incremento dos processos de cocriação.

A cocriação é um conceito amplo, não limitado apenas às ações específicas da organização, mas direcionadas a participação do usuário em atividades relacionadas ao processo de concepção e entrega do serviço. Acontece nos diversos momentos de interação e troca entre provedor e usuário e envolve colaboração para definir e resolver o problema de forma conjunta, criando um ambiente de experiência em que os usuários possam dialogar e coconstruir experiências.

A cocriação em bibliotecas é a “criação colaborativa de valor entre biblioteca e usuário, onde uma interação dialógica, personalizada de usuário/biblioteca desempenha um papel importante”. Enquanto na proposição de valor a criação é unidirecional (iniciada pela biblioteca), na cocriação é bidirecional, ou seja, criado em conjunto pela biblioteca e usuário (ISLAM; AGARWAL; IKEDA, p. 640 2015a).

O conceito de cocriação surgiu e é muito explorado no marketing empresarial, porém em instituições públicas estudos são escassos, sobretudo em bibliotecas universitárias. Diante desse cenário, a pesquisa tem como objetivo analisar como o tema cocriação de valor, relacionado ao contexto das BU, vem sendo abordado em estudos empíricos e teóricos na literatura internacional.

2 COCRIAÇÃO DE VALOR

A cocriação de valor e a inovação são partes importantes no campo interdisciplinar do estudo de serviço, o qual se concentra em modelos, teorias e aplicações fundamentais para impulsionar a inovação, competição e bem-estar dos serviços por meio da cocriação de valor (OSTROM et al., 2010). Reuni diferentes partes para produzir conjuntamente um valor mútuo por meio de mecanismos de interação, serviço e aprendizagem (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004). É o processo de criar algo em conjunto num processo de interações diretas entre dois ou mais atores, onde os processos se fundem em um processo dialógico colaborativo (GRÖNROOS; GUMMERUS, 2014).

No design de serviços, a cocriação é discutida principalmente a partir de duas perspectivas diferentes. A primeira refere-se ao envolvimento de clientes na concepção conjunta da nova oferta de serviços, como a cocriação de elementos de serviço que servem como premissas controladas pela empresa para a formação de experiência. A segunda refere-se à colaboração entre vários provedores para integrar os recursos que formam o sistema de prestação de serviços para a experiência de serviço (JAAKKOLA; HELKKULA; AARIKKA-STENROOS, 2015).

 A cocriação de valor permite melhorar processos, a partir das expectativas e necessidades dos usuários (LUSCH; VARGO, 2006). A experiência da cocriação depende dos indivíduos e as organizações necessitam manter um relacionamento interativo com esses. A interação é o objeto central e mais relevante quando se pensa em cocriação de valor. Isso porque é durante a interação entre o usuário e o provedor que surgem oportunidades de cocriação (GRÖNROOS, 2011; GRÖNROOS; VOIMA, 2012; VARGO; LUSCH, 2004).

As interações são divididas em interações diretas e indiretas. As diretas são processos conjuntos onde duas ou mais ações de atores se fundem em um processo dialógico colaborativo. Os atores podem ser humanos ou sistemas e produtos inteligentes. As interações diretas ocorrem na esfera conjunta. As indiretas são interações em que um ator, como um usuário, interage com um sistema ou produto padronizado.

O núcleo de interação é um contato físico, virtual ou mental, de tal forma que o provedor cria oportunidades para se envolver com as experiências e práticas de seus clientes e, assim, influencia seu fluxo e seus resultados. As oportunidades de interação são encontros naturais em serviço. É um processo dialógico e coordenado de usuários e provedores, no qual ambos os atores são ativos. Nas interações diretas, os processos são simultâneos e entrelaçados e as partes podem influenciar ativamente este processo (GRÖNROOS; VOIMA, 2012). A cocriação demanda esforços conjuntos e, por definição, resulta em valor recíproco a todos os envolvidos no processo.

A plataforma de cocriação é formada quando duas ou mais ações de atores (como os processos de um prestador de serviços e de um usuário) se fundem em um procedimento dialógico colaborativo, no qual esses atores influenciam ativamente os processos e resultados um do outro. Nesse procedimento combinado, o provedor de serviços pode se engajar na criação de valor do usuário e, por meio de ações conjuntas, influenciar a criação de valor em uso (GRÖNROOS; GUMMERUS, 2014).

3 COCRIAÇÃO DE VALOR EM BIBLIOTECA

A BU não pode ser caracterizada como elemento isolado, uma vez que existe como subsistema da universidade, em função da qual seu propósito é estabelecido, sua função é ser provedora de infraestrutura bibliográfica, documentária e informacional para apoiar as atividades da universidade e da comunidade a qual está inserida, centrando seus objetivos nas necessidades informacionais do indivíduo, membro da comunidade universitária.

Enquanto lugares integradores e intermediários na difusão do saber e na construção do conhecimento, as BU constituem-se como parceiras ativas e dinâmicas dos processos de aprendizagem. Por meio de estruturas multifuncionais de apoio as práticas de aquisição do conhecimento, visando o desenvolvimento de competências multidisciplinares da comunidade acadêmica (CARVALHO, 2016).

Evidencia-se que as atividades tradicionais das bibliotecas (catalogação; indexação; classificação; atendimento; pesquisa; preservação; empréstimo) continuam, porém a essas se somam outras, associadas à exigência do usuário no desenvolvimento de suas competências informacionais. Assim, a BU tende a converter-se, em uma plataforma integradora de conhecimento adaptada a realidade do usuário, o Quadro 1, expõe algumas abordagens evolutivas da biblioteca.

Quadro 1 - Abordagens evolutivas da biblioteca

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Foco na Biblioteca** | **Foco no Cliente** | **Foco nas Interações** |
| Organização e armazenamento | Acessibilidade | Flexibilidade/proximidade/ experiências |
| Coleções | Tempo das coleções | Interação/ Comunicação / Participação /Experiência |
| Coleções impressas | Coleções multimídia | Coleções e aprendizagens inclusivas |
| Imenso depósito físico | Biblioteca sem paredes | Ágora planetário enquanto sistema de relações e aprendizagens |
| Instrução em Geral | Formação especializada e personalizada | Formação colaborativa e experiencial |
| Ir ao santuário | Ir a qualquer lugar | Sistema sem centro, auto renovável e sustentável |
| Consumir informação | Produzir informação | Cocriar; descobrir interagindo; visão multidimensional e holística |
| Regras restritas | Regras flexíveis | Regras e construtos coconstruídos |

Fonte: Carvalho (2016).

O entendimento tradicional das relações entre o provedor do serviço, no caso a biblioteca, e o usuário, tem-se limitado a explorar a perspectiva unidirecional centrada no provedor. Porém, quando o usuário passa a não mais ser considerado um receptor passivo, o foco nas interações permite a mudança de postura tanto do provedor quanto do beneficiário.

Diante dessa evolução, para permanecer relevante para seus usuários, à biblioteca deve inovar e criar novos modelos de serviço, redefinir seu papel no ambiente digital, alavancar seus pontos fortes, focar no envolvimento do usuário e ajustar-se ao máximo as suas expectativas e a capacidade da biblioteca de conhecê-las. A compreensão das reais necessidades dos usuários, e a criação de estratégias para apoiar maior envolvimento desses, permitirá a reformulação dos serviços da biblioteca (ISLAM; AGARWAL; IKEDA, 2015b).

Para que ocorram processos de cocriação em bibliotecas, os usuários devem ser conscientizados de que estão contribuindo para o desenvolvimento de novas ideias em serviços. Com o envolvimento do usuário acredita-se que as bibliotecas estarão em uma posição mais confortável para disponibilizar novos serviços. A biblioteca contemporânea necessita diversificar sua carta de serviços, e criar um ambiente favorável aos usuários. Isso resultará em serviços que atendem às necessidades de informações em constante mutação.

Com a interação entre usuário e biblioteca, torna-se possível a integração de recursos, e esses dois atores passam a executar diversas atividades de forma conjunta, surgindo assim o valor em uso. A cocriação em biblioteca é uma “[...] construção de resultados colaborativos que envolvem os usuários e os provedores de serviço, mas que não se limita a sua geração a um mero inventário de sugestões confinadas ao espaço restrito de uma biblioteca” (CARVALHO, 2016, p. 188).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa possui abordagem predominantemente qualitativa, caracterizada como bibliográfica, de caráter exploratório. As buscas sistemáticas foram realizadas nas bases de dados: *Web of Science (WOS); Scopus; Emerald Insight; Library & Information Science Abstracts (LISA)*, utilizou-se os termos: *“Academic library*” e “*value co-creation*”. Com a finalidade de ampliar os resultados, foram formuladas diversas *strings* de buscas, incluindo a utilização de termos simples e compostos, os operadores booleanos AND e OR, e NEAR para a aproximação de termos. O recorte temporal se deu no período de 2000 a 2019, o período determinado é justificável pelo fato de o conceito de cocriação de valor ter surgido a partir do ano 2000. Definiu-se os idiomas inglês, espanhol e português. E a tipologia de documento artigo, o processo de busca seguiu o conjunto de critérios de inclusão e exclusão conforme o quadro 2.

**Quadro 2: Critérios de inclusão/exclusão**

|  |  |
| --- | --- |
| a) Artigos de periódicos revisados por pares | (X) Incluir ( ) Excluir |
| b) Artigos de revisão | ( ) Incluir (X) Excluir |
| c) Idiomas Português, Inglês ou Espanhol | (X) Incluir ( ) Excluir |
| d) Publicados entre 2000 a 2019 | (X) Incluir ( ) Excluir |

**Fonte: Dos autores (2019)**

Após a aplicação dos critérios expostos, foi realizada análise preliminar dos trabalhos, a partir da leitura dos resumos, e posterior leitura dos textos completos. A análise consistiu nos seguintes aspectos: a) ano de publicação; b) autores; c) principais referências; d) Conceitos e modelos/frameworks de cocriação; e) principais conclusões.

5 PUBLICAÇÕES SOBRE COCRIAÇÃO DE VALOR EM BIBLIOTECAS

Os resultados possibilitam deduzir que a interação propicia benefícios tanto para o provedor quanto para o usuário. Por meio desse intercâmbio de conhecimentos e experiências, a prospecção de novos serviços e a adequação dos existentes, será de acordo com as necessidades do usuário e os recursos disponíveis do provedor. O estudo assinala que é por meio do processo dialógico e coordenado de usuários e provedores que ocorre a cocriação. O quadro 3 expõe os estudos analisados em ordem cronológica decrescente.

**Quadro 3 - Artigos analisados**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Autor** | **Título** | **Periódico** | **Ano** |
| Urquhart, Christine | *Principles and practice in impact assessment for academic libraries* | **Information and Learning Science**, v. 119 n. 1/2 p. 121-134 | 2018 |
| Urquhart, Christine; Tbaishat, Dina | *Reflections on the value and impact of library and information services* | **Performance Measurement and Metrics**, v. 17 n. 1, p. 29-44 | 2016 |
| Islam, Anwarul; Agarwal, Naresh Kumar; Ikeda, Mitsuru | *How do academic libraries work with their users to co-create value for service innovation?: A qualitative survey* | **Qualitative & quantitative methods in libraries,** v. 4, p. 637-158 | 2015 |
| Urquhart, Christine | *Reflections on the value and impact of library and information services. Part 1* | **Performance measurement and metrics,** v.16, p. 86-102 | 2015 |
| Islam, M.A., Agarwal, N.K., Ikeda, M. | *Conceptualizing value co-creation for servisse innovation in academic libraries* | **Business Information Review**  v.32, n.1, p. 45-52 | 2015 |
| 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 |
| Germano, Michael | *The library value deficit* | **The Bottom Line**, v. 24 n. 2, p.100-106 | 2011 |
| Helkkula, Anu | *Characterising the concept of service experience* | **Journal of Service Management**, v. 22 n. 3, p. 367-389 | 2011 |

**Fonte: Dados da pesquisa (2019)**

É possível inferir que as bibliotecas necessitam mudar a ênfase da proposição de valor para a cocriação e envolver: docentes; discentes; pesquisadores; técnicos administrativos para participarem ativamente no processo de desenvolvimento de serviços.  A cocriação pode facilitar a implantação de serviços em biblioteca, bem como adequar os existentes, deve ser entendida como um processo dinâmico e tendencialmente expansível de interações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É recomendável que as BU incentivem a participação dos usuários para remodelar os serviços existentes, bem como para propor conjuntamente a implantação de novos, com o intuito de atender as reais necessidades dos usuários. Porém a biblioteca deve modificar a forma como cria seus serviços, para explicitar aos usuários as oportunidades de participação e colaboração no planejamento e efetivação de serviços, isso é válido para a mudança de postura do bibliotecário, o qual deve estar preparado para encarar a biblioteca interativa, a qual envolve diversos atores no processo de cocriar. Vale ressaltar, que além de criar a cultura participativa, a biblioteca deve explicitar os benefícios para ambos desta interação.

A participação ativa do usuário no processo de cocriação de serviços minimiza os riscos em relação ao atendimento das necessidades dos usuários, e consequentemente, aumenta o valor da BU perante a comunidade acadêmica. A interação com os usuários, por meio dos diversos recursos disponíveis, proporciona aproximação, e o fortalecimento dos laços entre os diversos atores envolvidos. Assim, espera-se que a BU por meio de ações proativas disponibilize oportunidades de interação com os diversos atores da comunidade acadêmica, e com isso permaneça relevante no contexto universitário.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, E. B. *Sistemas de recomendação para bibliotecas universitárias: um aporte teórico da arquitetura da informação*. 2017.Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2017.Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/151685/bissetalvarez\_e\_dr\_mar.pdf?sequence=5&isAllowed=y. Acesso em 17 maio 2019.  
  
CARVALHO, M. M. M. de. *O serviço experiencial em bibliotecas universitáriaas*.2016.Tese (Doutorado em Gestão) - Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 2016. Disponível em: http://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/6165/1/phd\_mmmcarvalho.pdf. Acesso em: 8 nov. 2017.

GRÖNROOS, C. Value co-creation in service logic: A critical analysis. *Marketing Theory*, v. 11, n. 3, p. 273–301, 2011. Disponível em: https://pdfs.semanticscholar.org/b2a4/0775bce3e1f8f7c171394483b890d1df315f.pdf. Acesso em: 5 abr. 2019.

GRÖNROOS, C.; GUMMERUS, J. The service revolution and its marketing implications: service logic vs service-dominant logic. *Managing Service Quality*, v. 24, n. 3, p. 206–229, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/MSQ-03-2014-0042>. Acesso em: 6 mar. 2019.

GRÖNROOS, C.; VOIMA, P. Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 41, n. 2, p. 133–150, 2012. Disponível em: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11747-012-0308-3.pdf. Acesso em: 6 mar. 2019.

ISLAM, 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 (QQML)*, v. 4, p. 637–658, 2015a. Disponível em: http://www.qqml.net/papers/September\_2015a\_Issue/4313QQML\_Journal\_2015\_IkedaandAgarwal\_637-658.pdf. Acesso em: 29 abr. 2019.

ISLAM, A.; AGARWAL, N. K.; IKEDA, M. Conceptualizing value co-creation for service innovation in academic libraries. *Business Information Review*, v. 32, n. 1, p. 45–52, 2015b. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0266382115573155. Acesso em: 30 abr. 2019.

JAAKKOLA, E.; HELKKULA, A.; AARIKKA-STENROOS, L. Service experience co-creation: conceptualization, implications, and future research directions. *Journal of Service Management*, v. 26, n. 2, p. 182–205, 2015. Disponível em:https://www-emeraldinsight-com.ez46.periodicos.capes.gov.br/doi/pdfplus/10.1108/JOSM-12-2014-0323. Acesso em: 28 fev. 2019.

LUSCH, R. F.; VARGO, S. L. Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Marketing Theory*, v. 6, n. 3, p. 281–288, 2006. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1470593106066781. Acesso em: 24 maio 2019.

OSTROM, A. L. *et al.* Moving Forward and Making a Difference: Research Priorities for the Science of Service . *Journal of Service Research*, v. 13, n. 1, p. 4–36, 2010. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1094670509357611. Acesso em: 24 maio 2019.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creating unique value with customers. *Strategy & Leadership*, v. 32, n. 3, p. 4–9, 2004.Disponível em: https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/10878570410699249?journalCode=sl. Acesso em: 15 abr. 2018.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*. v. 68, p. 1-17, 2004. Disponível em:

https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1509/jmkg.68.1.1.24036. Acesso em: 4 abr. 2019.