

ELEMENTOS FORMAIS PARA CO-CRIAÇÃO DE VALOR EM SERVIÇOS INFORMACIONAIS

Murilo Mauro Silveira

 <http://lattes.cnpq.br/5541483817365581> –  <https://orcid.org/0000-0003-1588-1050>
willscut2@hotmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Florianópolis, SC, Brasil

Gregório Varvakis

 <http://lattes.cnpq.br/8153758173673961> –  <https://orcid.org/0000-0003-2576-4835>
grego@deps.ufsc.br

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Florianópolis, SC, Brasil

RESUMO

Objetiva-se identificar processos/elementos de co-criação de valor em serviços informacionais na perspectiva de bibliotecários e usuários de bibliotecas jurídicas. Justifica-se pela carência de estudos que abordem elementos formais para entendimentos de promoção da co-criação de valor nestas Unidades de Informação (UI). Caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa e exploratória. Utilizou-se de pesquisa bibliográfica, cujo procedimento para investigação foi a entrevista semiestruturada. Como resultados, foram identificados elementos/processos de co-criação de valor em serviços informacionais investigados em bibliotecas jurídicas de Ministérios Públicos do Brasil. Conhecer os elementos de co-criação de valor sob o ponto de vista da biblioteca e do usuário, é ter a possibilidade de ser construir instrumentos que possibilitem a gestão destes achados.

Palavras-chave: Co-criação de Valor. Serviços Informacionais. Estudo de Usuários. Biblioteca Jurídica.

FORMAL ELEMENTS FOR CO-CREATION OF VALUE IN INFORMATION SERVICES

ABSTRACT

The objective is to identify processes/elements of co-creation of value in information services from the perspective of librarians and users of law libraries. It is justified by the lack of studies that address formal elements for understandings to promote the co-creation of value in these Information Units (UI). It is characterized as a qualitative and exploratory research. Bibliographical research was used, whose investigation procedure was the semi-structured interview. As a result, elements/processes of co-creation of value in informational services investigated in legal libraries of Public Prosecutions in Brazil were identified. Knowing the elements of co-creation of value from the point of view of the library and the user, is having the possibility of building instruments that allow the management of these findings.

Keywords: Co-creation of Value. Information Services. User Study. Legal Library.

DOI <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/45788>

Recebido em: 11/04/2023.

Aceito em: 26/02/2024.

1 INTRODUÇÃO

O desafio organizacional frente ao novo contexto das relações prestador de serviços e cliente é se adaptar à imersiva realidade das tecnologias e suas consequências socioculturais. O novo usuário de serviços, traz em sua bagagem, diversas facilidades, dinamicidades, adaptabilidade, advindas de novos modelos de negócios, ou de economia colaborativa, como por exemplo: os *marketplace*, *Business to Business (B2B)*, *Business to Consumer (B2C)*, *On demand etc.*

Muito mais que criar valor em seus serviços, as empresas estão buscando em seus usuários, respostas para que ele co-participe do processo.

A nova dinâmica proposta pela *Service Dominant Logic (SDL)* em específico sobre os processos de co-criação de valor e as mudanças do perfil do cliente no processo de criação de valor tem estimulado a criação de modelos e estruturas de co-criação de valor.

Neste cenário, bibliotecas precisam se voltarem para este universo complexo, adaptativo, e ao entendimento maior entre a relação prestador e beneficiário de seus serviços.

Estudos demonstraram que os avanços nas tecnologias da informação fizeram o modelo de co-criação de valor, uma estratégia de negócios mais conveniente e econômica, pois oferece aos usuários da biblioteca uma variedade de serviços de valor agregado, onde os usuários podem ser cooptados para cocriar suas próprias experiências (Golooba, 2017).

Contudo, apesar da crescente relevância dos modelos de co-criação de valor, faz-se necessário entender os vários fatores que podem afetar a co-criação de valor em bibliotecas, haja vista que, ainda há uma escassez de pesquisas focando a noção de co-criação de valor (Golooba, 2017).

Observa-se poucos estudos que concentram as investigações sobre os processos para co-criação de valor em bibliotecas. As pesquisas são fragmentadas e direcionadas para uma visão ampla dos processos de criação de valor, não considerando os elementos que podem promover a co-criação de valor. Neste sentido, pergunta-se: quais elementos são relevantes para promover a co-criação de valor em serviços informacionais prestados por bibliotecas?

O objetivo deste estudo é identificar (processos/elementos) de co-criação de valor em serviços informacionais na perspectiva de bibliotecários e usuário de bibliotecas jurídicas.

Justifica-se pela carência de estudos que abordem elementos formais para entendimentos de promoção da co-criação de valor nestas Unidades de Informação (UI). Isso porque, diversas perspectivas sobre os serviços até hoje desenvolvidas desde os modelos de aferição da qualidade até o SDL e *Service Experience*, embora centrem as suas análises nas condições necessárias para haver participação do cliente utilizador na criação do valor do serviço, revelam alguma insipiência no entendimento sobre o modo como este processo deve ser realizado (Carvalho; Menezes; Domingues, 2012).

Sob a perspectiva teórica, esta pesquisa contribui para preencher *gaps* detectados, isto é, a falta de aprofundamentos teóricos sobre a ocorrência dos processos de co-criação de valor em bibliotecas, a necessidade de novos estudos sobre as dinâmicas de co-criação de valor em serviços destas unidades, entre outros (Carvalho; Menezes; Domingues, 2012; Costa; Martins, 2012; Islam; Agarwal; Ikeda, 2015; Golooba, 2017; Ugwu; Ekere, 2018; Zaninelli; Nogueira; Peres, 2019), bem como, na evolução da área, por meio do conhecimento adquirido, em estudos que proporcionem o reconhecimento das práticas de co-criação de valor em serviços informacionais em instituições como bibliotecas jurídicas.

Sob a ótica gerencial, esta pesquisa investiga as práticas de co-criação de valor em serviços informacionais, oportunizando bibliotecas a lidar com as barreiras naturais que dificultam o processo de co-criação de valor na prestação de seus serviços, diante do contexto tecnológico, social e cultural (Castro; Suaiden, 2015; Golooba, 2017; Rodriguez; Guisado, 2008).

2 CO-CRIAÇÃO DE VALOR

Para fins epistemológicos, o conceito de co-criação de valor trata da “interação bidirecional entre o prestador de serviços e o cliente na SDL, formando assim, o conceito raiz de co-criação de valor” (Vargo; Lush, 2004).

Pensar na co-criação de valor atualmente, é refletir sobre a diferentes dinâmicas. Fan e Luo (2020), descrevem que os estudiosos têm uma perspectiva cada vez mais ampla sobre a co-criação de valor, onde o

conteúdo da pesquisa foi se aprofundando gradualmente e a pesquisa empírica começou a aumentar. No nível macro, deve-se explorar o que a co-criação de valor traz para as empresas e outros participantes e, no nível micro, deve-se explorar como gerenciar o principal comportamento das atividades de co-criação de valor em várias situações.

Para Acar, Verschuere e Steen (2023), pesquisas sobre os efeitos da co-criação de valor tem crescido nos últimos anos, notando-se o aumento dos estudos empíricos demandados pelos trabalhos teóricos.

A co-criação de valor é ponto chave nesta lógica, o qual foi observado na literatura, diversos benefícios tanto para as organizações, quanto para os clientes, no processo da prestação de serviços. Contudo, para gerenciar e melhor entender esses processos, modelos são propostos para estruturar e direcionar esforços para melhor aproveitar a co-criação de valor em perspectivas diversas.

2.1. Modelos de co-criação de valor

Na literatura encontra-se modelos gerais (em nível macro) que servem para melhor gerenciar, administrar, entender estruturalmente os processos de co-criação de valor.

O modelo de Payne *et al.* (2008) é baseado na perspectiva dos fornecedores, tendo o processo de criação de valor três componentes principais: o processo de criação de valor para o cliente, o processo de criação de valor para o fornecedor, e os processos de encontro.

Segundo Payne *et al.* (2008), o processo de criação de valor ao cliente inclui (processos, recursos e práticas que o cliente utiliza para gerenciar suas atividades), o processo de criação de valor para o fornecedor contém (os processos, recursos e práticas que a organização usa para gerenciar suas atividades e relacionamentos com clientes e outras partes interessadas), e por último, os processos de encontro visam (os processos e práticas de interação e troca entre o cliente e o provedor, necessários para a co-criação de valor.)

Para melhor entender os processos de encontro, interação, o modelo Diálogo, Acesso, Risco e Transparência (DART) proposto por Prahalad e Ramaswamy (2004a, 2004b) propõe ao cliente opções disponíveis para cocriar valor e melhorar seu nível de satisfação. Segundo Carvalho (2018) esse modelo

direciona o olhar para a tensão em pontos de interação entre o consumidor e a empresa, onde os quatro elementos combinados, facilitam a colaboração dos consumidores.

O diálogo frisa que o valor é cocriado na interação. O acesso salienta o engajamento entre a organização e o cliente, e implica oferecer recursos e ferramentas para a informação livre e acessível. O risco denota uma avaliação cuidadosa dos perigos e benefícios que o cliente pode começar a partir de co-criação. A transparência implica no acesso assimétrico da informação ao cliente, com vistas a começar a partir da co-criação.

Para Islam, Agarwal e Ikeda (2015) é encontrado na literatura, outros modelos e quadros de co-criação de valor, incluem Rowley *et al.* (2007), Grönroos (2008, 2011), Vargo, Maglio e Akaka (2008), e Fuller *et al.* (2009). A maioria dos quadros de co-criação de valor têm-se centrado na caracterização necessidades genéricas e específicas de domínio de co-criação e na integração de elementos, tais como: encontros, prestadores de serviços e clientes.

Já em sua revisão de literatura sobre co-criação de valor, Fan e Luo (2020), além de abordarem os modelos mais genéricos, aqui já descritos, também demonstraram modelos que foram criados a partir de pesquisas aplicadas à co-criação de valor. Segundo os autores, o modelo de Krisjanous e Maude (2017) classifica a natureza das atividades de engajamento do cliente. Cabiddu, Lui e Piccoli (2016) utilizaram a indústria do turismo como objeto de pesquisa, com base na lógica orientada a serviços, onde foi discutido o método de co-criação de valor entre as indústrias. Golooba e Ahlan (2013) construíram o sistema de serviços entre instituições e indústrias de ensino superior na Malásia, visando criar uma plataforma que beneficia a todos. Aarikka-Stenroos e Jaakkola (2012) também estudaram a aplicação da co-criação de valor em sistemas de serviços.

Desta forma, modelos gerais e específicos foram criados para entender o processo de co-criação de valor, em bibliotecas houve-se avanços nesta perspectiva.

2.2 Modelos de co-criação de valor em bibliotecas

Em bibliotecas observa-se intentos de construir modelos (em nível micro) que vislumbre a co-criação de valor, como por exemplo os modelos de Baron e Warnaby (2011), Carvalho, Menezes e Domingues (2012), Siddike, Unemoto e Koda (2014), Islam, Argaval e Ikeda (2015) e Golooba (2017).

Baron e Warnaby (2011) propuseram um modelo que foi criado a partir de uma análise detalhada dos recursos operacionais dos usuários (criados a partir de um fórum de suporte ao usuário) em que forneceu uma visão pela qual a biblioteca poderia considerar como estratégias para apoiar a co-criação de valor.

Os autores se basearam em Arnould *et al.* (2006) para identificar as seguintes categorias: Recursos operantes do cliente (cultural, físico e social); Recursos de operantes da biblioteca (emocional, físico e social); Ambiente (econômico, político e tecnológico).

Primeiramente, os autores buscaram identificar evidências em que os usuários poderiam dispor para usar e integrar seus recursos operacionais (habilidade e energia) com os recursos operantes de uma organização. Para isso, utilizou os elementos propostos por Arnould *et al.* (2006) como constructo teórico:

- a) Recursos físicos: energia, emoção e força. Em bibliotecas, eles se manifestaram na aplicação dos recursos da biblioteca pelos usuários, para assim alcançar seus papéis, seus projetos de vida, suas vontades de fornecer mais apoio à organização e sua força de sentir-se (sentimentos) em situações que enfrentou na biblioteca.
- b) Recursos culturais: conhecimentos / habilidades especializadas, história e imaginação. Consideram aspectos quanto ao de nível de educação, o conhecimento e as habilidades especializados demonstrados pelos usuários.
- c) Recursos sociais: família de relacionamentos, comunidades de marcas, tribos de consumidores e relacionamentos. As relações familiares, comunidades, e relações comerciais desempenham um papel significativo nas experiências dos usuários de bibliotecas.

A figura abaixo apresenta a estrutura criada a partir do estudo de Baron e Warnaby (2011).

Figura 01 – Categorias dos elementos de co-criação de valor

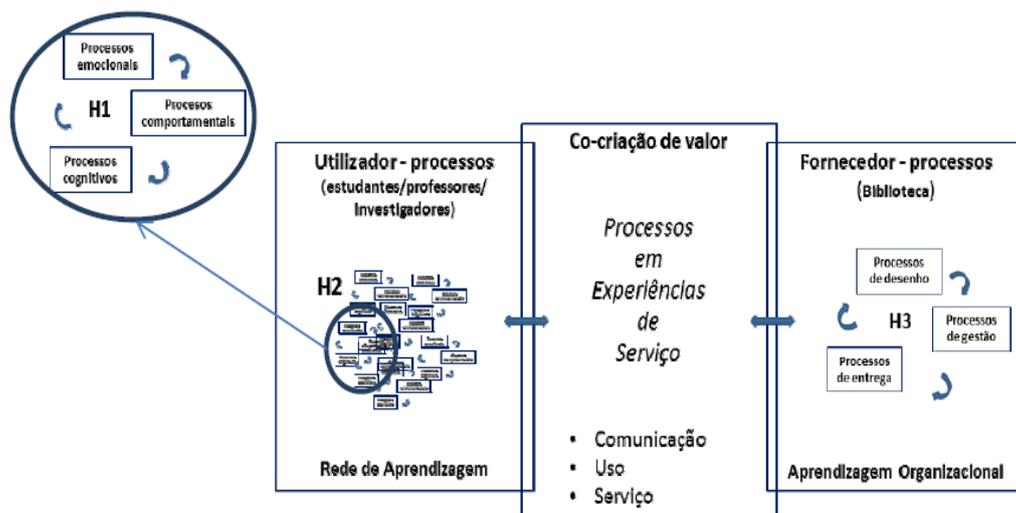


Fonte: Adaptado de Baron e Warnaby (2011).

Os autores destacaram que seu estudo fornece suporte empírico, baseado na visão dos recursos dos clientes, uma estrutura que sustenta o conceito de co-criação de valor, sendo um dos primeiros a documentar as reações das bibliotecas em relação aos recursos operacionais dos usuários.

Carvalho, Menezes e Domingues (2012) propuseram um modelo para co-criação de valor baseado na lógica de interação utilizador-biblioteca. Seu estudo permitiu a construção de um quadro conceitual dos processos de co-criação de valor dos serviços desenvolvidos nas bibliotecas universitárias, a luz da SDL e Service Experience, considerando a literatura científica sobre serviços e valor para o cliente.

Assim, os autores fundamentaram os processos que estruturam o fenômeno de co-criação de valor. A figura 02 demonstra o modelo.

Figura 02 – Modelo Carvalho, Menezes e Domingues


Fonte: Carvalho, Menezes e Domingues (2012).

Segundo os autores, as setas que conectam, quer os processos de prestador do serviço, quer os processos do lado cliente reforçam o caráter interativo do relacionamento no decorrer da experiência de co-criação de valor. Resumidamente, os autores construíram o modelo para uma melhor compreensão dos processos de co-criação de valor em serviços prestados pelas bibliotecas, tendo em vista três componentes que interagem entre si:

- a) Processos de criação de valor pelo consumidor: as ações, práticas e recursos usados pelo consumidor para orientarem as suas atividades;
- b) 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;
- c) Processos de encontro: os processos e práticas de interação e troca que estruturam as oportunidades de co-criação de valor.

O modelo proposto por Carvalho, Menezes e Domingues (2012), portanto, identifica processos nucleares interativos: i) processos de configuração; ii) processos de entrega; e iii) processos de gestão – para assistir o utilizador/consumidor nas suas experiências de criação de valor.

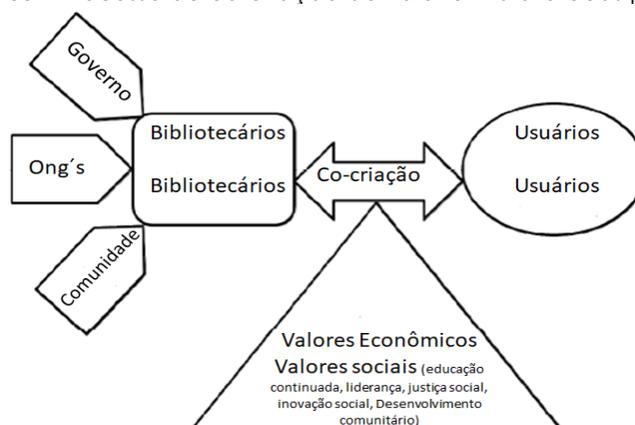
Siddike, Unemoto e Koda (2014), projetaram um modelo de processos de co-criação de valor nas bibliotecas públicas em Centros Comunitários de Aprendizagem Multiuso. Propuseram um modelo baseado na interação ou

relacionamentos entre os atores do processo de co-criação de valor. Em bibliotecas públicas, eles classificaram em três grupos de interações, apoiados no estudo de Tamura *et al.* (2007). Esses grupos são formados pelas interações entre bibliotecários, entre usuários e bibliotecários, e entre usuários,

- a) Interação entre bibliotecários – Os detalhes dos serviços são acordados quanto à equipe, recursos disponíveis e manuais, têm como suporte o conhecimento (imagem) dos usuários em relação ao uso do serviço. Nessas interações o valor significa aprimoramento ou antecipação de recursos que serão utilizados na interação entre bibliotecários e usuários.
- b) Interação entre bibliotecário responsável e o usuário – As negociações são realizadas sobre a necessidade informacional do usuário e a relevância das informações. O valor nessa interação refere-se ao uso negociado da informação, que será utilizado como recurso no compartilhamento de informação na comunidade de usuários.
- c) Interação entre usuários – As informações recebidas serão modificadas e colocadas em prática como parte de seu trabalho. Neste cenário, o valor é atribuído retrospectivamente às informações que eles utilizam para trabalhar. Assim, a imagem da biblioteca e bibliotecários é formada quanto a sua utilidade.

A figura 03 destaca o modelo proposto por Siddike, Unemoto e Koda (2014):

Figura 03 – Processo de co-criação de valor em bibliotecas públicas



Fonte: Siddike, Unemoto e Koda (2014).

Resumidamente, os valores econômicos, como o poder, são co-criados por meio do estabelecimento de diferentes tipos de programas de desenvolvimento de habilidades nestas bibliotecas. Já os valores sociais, são co-criados a partir do aprendizado ao longo da vida, liderança, bem-estar da comunidade, justiça e confiança nas bibliotecas públicas.

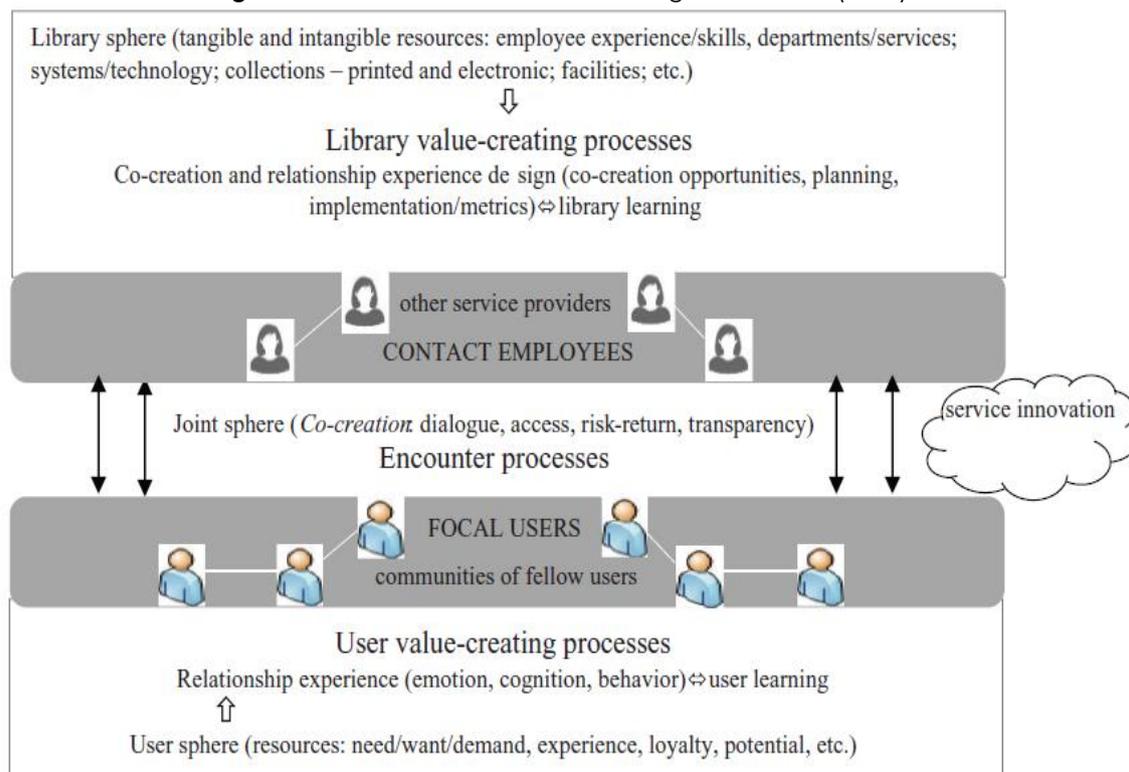
Islam, Argaval e Ikeda (2015) buscaram teoricamente conceituar a co-criação de valor em bibliotecas e propuseram uma estrutura de co-criação de valor para inovação de serviços em bibliotecas acadêmicas.

Para construção do modelo foi utilizado dois modelos da literatura de negócios. O modelo de Payne *et al.* (2008) que observa a co-criação de valor em um processo de encontro conjunto entre biblioteca e usuário, e o modelo DART de Prahalad e Ramaswamy (2004b), que aborda os quatro componentes (processos de encontro) na co-criação de valor.

É neste encontro que ocorrem os processos de co-criação de valor. A biblioteca considera os recursos tangíveis (instalações, coleções de livros e periódicos, computadores *etc.*), e intangíveis (experiência e as habilidades dos funcionários da biblioteca, serviços *etc.*). Esses recursos permitem que a biblioteca crie valor para seus usuários por meio do fornecimento de serviços que atendam suas necessidades.

O viés do usuário aborda as necessidades e desejos de informação. Consiste na experiência ou conhecimento passado do usuário, bem como, sua lealdade à biblioteca, como um potencial desenvolvimento, o qual os processos de criação de valor são criados. Os usuários assim contribuem para a co-criação de valor por meio de seu engajamento, comportamento, sentimentos, emoções, afeto, cognição, compreensão. A figura 04 demonstra o modelo proposto.

Figura 04 – Modelo teórico de Islam, Argaval e Ikeda (2015)



Fonte: Islam, Argaval e Ikeda (2015).

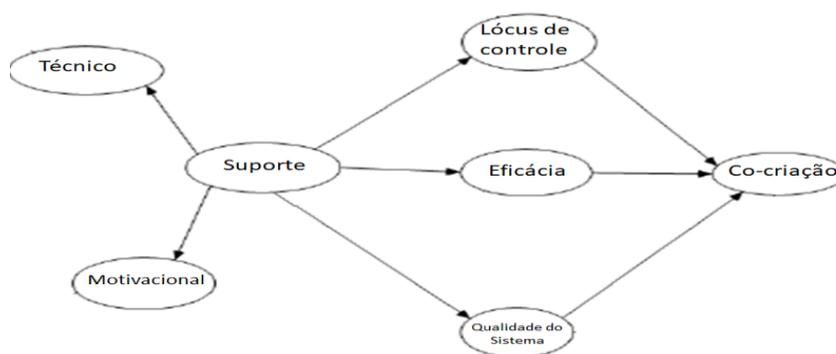
Segundo Islam, Argaval e Ikeda (2015) a co-criação inclui elementos do modelo DART (diálogo, acesso, retorno de risco e transparência). Para os autores, é necessário um diálogo profundo entre biblioteca e usuário, para isso, esta organização deve estar disposta a ouvir e fornecer acesso ao usuário por meio de seus recursos, funcionários, sites, redes sociais etc. Seus usuários também devem estar cientes dos riscos e benefícios da co-criação de valor e do trabalho conjunto com as bibliotecas. Isso tudo, de forma transparente para ambas as partes.

Golooba (2017) propôs um modelo holístico, que integre as várias linhas de pesquisa relacionadas à eficácia da co-criação de valor, particularmente no contexto da qualidade do serviço de bibliotecas digitais.

O autor dividiu os elementos de co-criação de valor em suporte extrínseco e recursos intrínsecos. O suporte extrínseco é entendido como o suporte ao usuário, proveniente de influências fora dos indivíduos. Os recursos intrínsecos do indivíduo podem ser definidos como as habilidades cognitivas e experiências ou habilidades adquiridas que podem ser necessárias para executar uma ação específica.

Outros elementos fazem parte do modelo. O *locus* de controle é definido em termos de controle de comportamento percebido, que se refere na medida em que os indivíduos acreditam que podem controlar os eventos ao seu redor. A autorregulação enfatiza a capacidade dos indivíduos de gerenciar seu próprio aprendizado ou controle das crenças de aprendizagem; a auto eficácia é definida como as crenças dos indivíduos em relação à sua capacidade de realizar determinada ação com sucesso. A figura abaixo demonstra o modelo proposto pelo autor.

Figura 05 – Estrutura final do modelo de Golooba (2017)



Fonte: Adaptado de Golooba (2017).

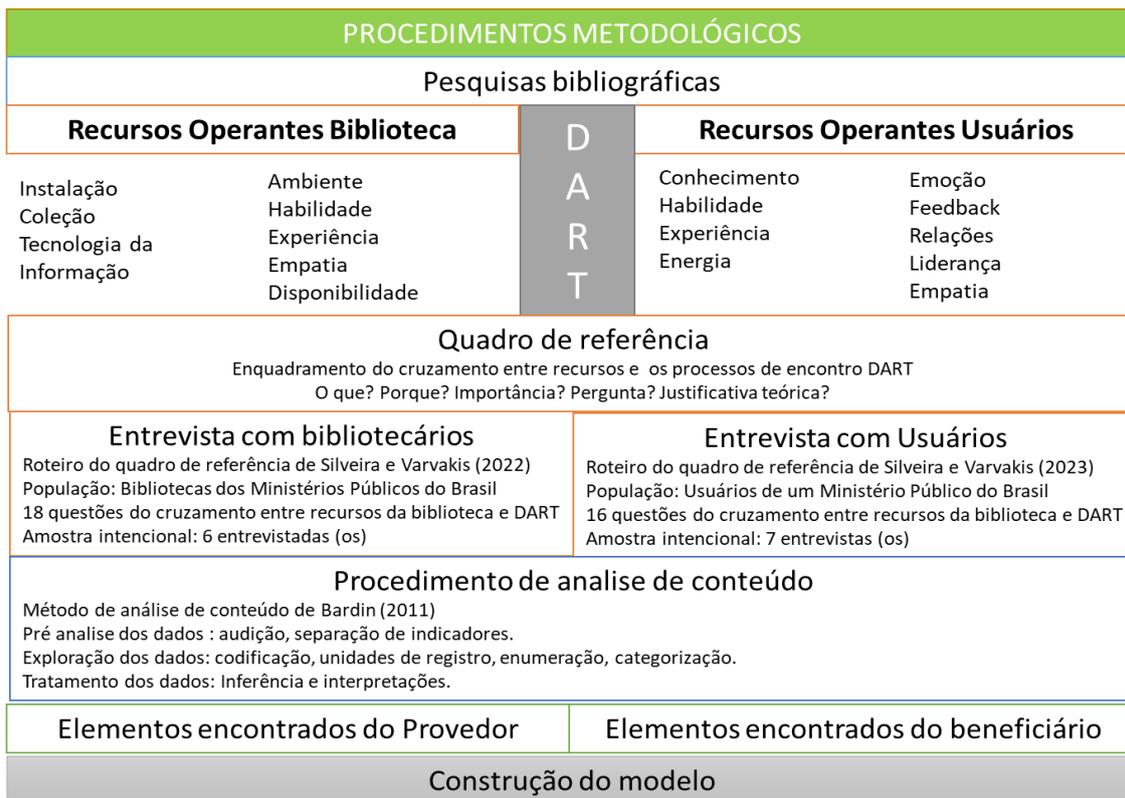
Os modelos dos serviços de uma biblioteca não serão mais os mesmos, as dinâmicas tecnológicas e socioculturais mudaram vários paradigmas. De forma desafiadora, novas concepções de gestão organizacional podem oferecer ferramentas para melhoria na prestação de serviços informacionais. A tarefa não é apenas agregar valor, mas, cocriar valor para que ambos os sujeitos do processo informacional, se beneficiem neste contexto.

3 METODOLOGIA

Quanto a caracterização da pesquisa, trata-se de um estudo de natureza qualitativa e exploratório com o uso de entrevista como instrumento metodológico. Segundo Neves (1996) nas pesquisas qualitativas é frequente que se procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva daqueles que participam da situação estudada.

Para melhor representar os procedimentos técnicos, a figura 06 demonstra as etapas:

Figura 06 – Procedimentos metodológicos



Fonte: elaborado pelos autores (2021).

Terminado as etapas de coleta, análise e interpretação dos dados, formulou-se um quadro geral com os elementos descobertos por ambos os vieses (biblioteca e usuário). Posteriormente, buscou-se por meio deste quadro, uma análise de um especialista sobre o entendimento, aplicabilidade, uso destes elementos.

Assim, verificou-se a consistência dos elementos descobertos e sua possível aplicação em modelo, de forma que os aspectos que foram propostos foram creditados e verificados por especialista. A verificação da consistência provém da avaliação dos elementos identificados quanto sua reflexão à realidade do fenômeno investigado.

Acredita-se que os elementos descobertos possam delinear uma estrutura teórica e metodologicamente adequada para entendimento dos processos de co-criação de valor em serviços informacionais, cujo enfoque sejam as UI dos Ministérios Públicos (MPs) brasileiros. Entende-se que este estudo não esgota todas as possibilidades ou fenômenos que permeiam a co-criação de valor, contudo, a sistematização do fenômeno estudado, deve

permitir testar hipóteses, obter conclusões, generalizar ou particularizar dado o cenário, conforme descreve Sayão (2001).

4 RESULTADOS

Para identificar os elementos de co-criação de valor em serviços informacionais de bibliotecas jurídicas dos MPs brasileiro, utilizou-se de entrevistas semiestruturadas seguindo o roteiro estabelecido pelo quadro de referência, estabelecidos pelos estudos de Silveira e Varvakis (2022; 2023). As entrevistas consideraram o cenário de co-criação de valor em bibliotecas jurídicas dos MPs, em que se observou os recursos operantes de cada participante, (biblioteca e o usuário), em contraponto aos processos de encontro DART para co-criação de valor. Como resultado, foram identificados os elementos de co-criação de valor de cada dimensão do DART, sob o ponto de vista dos participantes.

4.1 Entrevista com o provedor de serviços

Sob o olhar do **prestador de serviços (a biblioteca)**, entrevistou-se seis bibliotecários que atuavam em bibliotecas dos MPs brasileiros. As questões propostas observaram os recursos operantes da biblioteca (ambiente, coleção, habilidade, empatia e disposição), em contraponto, os processos de encontro DART, de forma a extrair os elementos/processos de co-criação de valor.

Quadro 01 – Resultados do provedor

DIÁLOGO		
Recursos	Pergunta	Elementos descobertos
Ambiente físico e tecnológico.	Como ocorre o diálogo sobre as condições das instalações da biblioteca e recursos de Tecnologia da Informação (TI)?	Conversa informal E-mail Formulário de sugestão Grupo focal
Coleção	Qual estratégia de comunicação a biblioteca utiliza para entender as necessidades informacionais do usuário quanto à formação da coleção?	Atendimento de referência Conversa no atendimento Formulário de sugestão Monitora as áreas de atuação do MP
Habilidade/experiência	Qual estratégia de interlocução a biblioteca utiliza para identificar as habilidades e experiências necessárias dos profissionais da informação em relação aos interesses do cliente?	Conversa informal Diálogo no serviço de referência Internet Reuniões

Empatia	De que maneira as bibliotecas interagem para aproximar o contato entre os profissionais e usuários em promover a empatia?	Direcionamento do gestor Ambiente para aproximar o usuário
Disponibilidade	De que forma a biblioteca dispõe canais de feedback que permitam o diálogo sobre a disponibilidade de horários e recursos para atendimento dos serviços?	E-mail; Folders Informais (conversa <i>in loco</i>) Internet; Intranet; Panfletos Rede sociais
ACESSO		
Ambiente físico e tecnológico.	Como a biblioteca permite a participação do usuário na adequação das instalações, ambiente e TI?	Arquitetura criativa Comissões; Diálogo; Fórum de decisão Grupo de discussão; Observação; Participação informal (troca de mesa) Participar por meio de sugestões Plataforma de engajamento
Coleção	De que forma a biblioteca disponibiliza acesso aos usuários quanto à formação de políticas de desenvolvimento da coleção.	Participar da comissão da política Sugestão
Habilidade/experiência	Como a biblioteca disponibiliza informações quanto a qualificação e desenvolvimento profissional dos bibliotecários?	Conversa informal Internet Intranet
Disponibilidade	De que jeito a biblioteca disponibiliza acesso as informações quanto à disponibilização de seus profissionais?	Quadro simples de horário de servidor
RISCO		
Ambiente físico e tecnológico.	Como a biblioteca avalia os riscos em permitir a participação do usuário na co-criação de valor quanto ao aspecto das instalações e TI?	Análise a longo prazo, por meio de avaliação técnica Avaliação prévia, risco e ganho Avaliando as expectativas /percepção do usuário; Clareza, informar as limitações dos riscos; Conversa informal Delimitar os riscos potenciais Feedback pelos softwares Formulários; Mapeamento de risco Plano para lidar com o risco Questionário de feedback Resolução atendidas; Sugestões elogios e críticas
Coleção	Como a biblioteca permite que os usuários participem da elaboração da avaliação sobre o desenvolvimento da coleção?	Avaliação de instituições (MEC/SEE) Conversa informal Software de gerenciamento do acervo
Habilidade/experiência	Como são avaliadas as habilidades dos bibliotecários?	Chefia impessoalmente avalia Avaliações de desempenho institucional Elogios e críticas Feedback dos usuários Progressão profissional (capacitação)

Disponibilidade	Como a biblioteca avalia os riscos de informar a disponibilidade dos profissionais em atender os usuários?	Conversa informal; criar percepção Em canais de comunicação Pela percepção
TRANSPARÊNCIA		
Ambiente físico e tecnológico.	De que maneira a biblioteca é transparente em disponibilizar informações sobre os recursos físicos, TI e ambiente organizacional oferecidos e como o usuário participa deste processo.	Internet Redes sociais Relatórios de usabilidade
Coleção	Como a biblioteca transparece as informações de necessidades dos usuários para formar a coleção?	Relatórios Divulgação interna Divulgam pelas novas aquisições
Habilidade/experiência	Como a biblioteca apresenta as experiências e habilidades dos seus profissionais?	Divulga por profissão/quadro pessoal Internet Intranet
Empatia	Como a biblioteca identifica e publica as necessidades informacionais de acordo com a diversidade de seus usuários.	Apresentar a política; Áreas afins Banner; Boletins informativos aos interessados; Centros de apoio Comunidade de usuários Deixar aberto as informações Grupos de pesquisa; identificar junto aos relatórios de uso; Intranet; Trabalhos específicos por usuário
Disponibilidade	Como a biblioteca faz transparecer a disponibilidade de sua equipe em termos de tempo, custos e esforços (técnicas, ferramentas) para atender suas necessidades informacionais.	Carta de serviços; Conversa informal Internet; Intranet; Murais; Quadro de horário; Quadro de serviços Redes sociais

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Por meio das entrevistas com o provedor de serviços, a biblioteca, observou-se que o **diálogo** ocorre por canais já conhecidos e utilizados pela instituição, (ferramentas de avaliação, meios de comunicação institucional etc.) bem como, por um contato direto com o usuário, isto é, o diálogo informal no dia a dia da biblioteca. Esse diálogo normalmente é visto como essencial para entender as necessidades dos usuários, mas também, compreender como os profissionais da informação possam se aperfeiçoar em melhor atender o usuário.

A dimensão **acesso** demonstrou que ambos usuário e biblioteca devem participar dos diferentes contextos em que se inserem os serviços informacionais, e que por intermédio da disponibilização de informações ou a participação ativa de ambos, podem melhorar os serviços. Observou-se novamente, que os elementos que promovem esta aproximação para a co-criação de valor, estão também enraizados na estrutura organizacional, por

meio de instrumentos já conhecidos no âmbito gerencial, como formulários, comissões, quadro de horários, e, de forma indireta, como permitir seu acesso ao observar suas sugestões em meio as conversas informais que ocorre no ambiente da biblioteca.

Contudo, houve desconfianças ou dúvidas pelos entrevistados, em questionar sobre a participação dos usuários quanto ao desenvolvimento dos recursos físicos e tecnológicos da biblioteca, ao ponto que questões burocráticas e hierárquicas pudessem atrapalhar esse acesso.

Por meio da dimensão **Risco** foi possível entender como eles podem ser prejudiciais no processo de co-criação de valor. Mas que, é necessária à sua avaliação para que a co-criação ocorra sem entraves ou prejuízos para as partes. Os elementos que consistem nestas avaliações, também são conhecidos no meio administrativo, como instrumentos de avaliação institucional, avaliação por gestores ou pares, bem como, alguns intrínsecos a percepção do profissional no lidar o dia a dia na prestação dos serviços.

Pela **Transparência**, percebeu-se que diversos são os meios para promovê-la. No âmbito desta pesquisa, estes meios estão bem estruturados e permitem que a biblioteca se beneficie destes instrumentos para poder cocriar valor com seu usuário, que em sua maioria são internos, usufruem da estrutura institucional já predisposta para transparecer.

Neste cenário do provedor de serviços, barreiras foram observadas, principalmente em relação a “pessoalidade” ao abordar questões intrínsecas ao profissional que atende os serviços informacional. (sua capacitação, sua disponibilização, sua empatia). A disponibilização de informações sobre a disponibilidade da equipe também foi observada como negativa, pois individualiza o atendimento e pode sobrecarregar a demanda do profissional.

Observou-se por meio das entrevistas, que os elementos identificados contribuem para o processo de co-criação de valor em serviços informacionais, sob o ponto de vista dos profissionais que atuam nas bibliotecas.

4.2 Entrevista com o usuário

Entrevistou-se sete usuários de biblioteca de um MP brasileiro. Observou-se na literatura poucos estudos com o usuário em relação a co-criação de

valor e sua contribuição enquanto elemento ativo neste processo bilateral. Seus recursos (conhecimento/habilidade, lealdade, disposição, *feedback* e relações), distintos do provedor, consideram aspectos não muito tradicionais dos quais as bibliotecas costumam analisar, isto é, o aspecto cultural, social e físico do usuário.

Quadro 02 – Resultados do usuário

DIÁLOGO		
Recursos	Pergunta	Elementos
Conhecimento/habilidade	Por quais canais é possível dialogar sobre suas habilidades/conhecimento em usar os serviços informacionais?	Plataforma Unificada de Comunicação Internet; E-mail Questionário; Whats App Pessoalmente Durante o atendimento (assíncrona)
Lealdade/história experiência	Como você dialoga com a biblioteca sobre suas experiências passadas em usar os serviços informacionais?	E-mail Plataforma Unificada de Comunicação Rede social Pessoalmente
Energia/ Disposição	Como você dialoga com a biblioteca sobre suas razões para usar os serviços de informação?	E-mail Durante o atendimento Pessoalmente
Empatia	Como pode ser o diálogo para melhorar seu relacionamento com o bibliotecário nos serviços informacionais?	E-mail Questionário; Chat
Relacionamento	Como você se comunica com outros (colegas/profissionais/família etc.) sobre os serviços informacionais prestados pela biblioteca?	Conversa informal Whats App
ACESSO		
Conhecimento/habilidade	Como "seus conhecimentos e habilidades" em usar a biblioteca podem contribuir para melhorar o ambiente físico da biblioteca?	Caixa de sugestão Pessoalmente Com a chefia Convidar para participar do planejamento Formulário
Lealdade/história experiência	Com você gostaria de saber de seu histórico de uso em relação aos serviços informacionais prestados?	Espaço do usuário; aplicativo da biblioteca Internet; Intranet Plataforma de livros/periódicos Software de Gestão do Acervo
Energia/ Disposição	Como você gostaria de colaborar com a formação da coleção bibliográfica?	Participar da pol. de desen. da coleção Sugerindo acervo Participar da comissão
Feedback	Como tenho acesso aos profissionais quanto a problemas ou situações enfrentados na prestação de serviços informacionais.	Chat E-mail Plataforma Unificada de Comunicação Pessoalmente

Empatia	De que forma a biblioteca pode realizar encontros (ações de interação) para melhorar os serviços informacionais?	Palestra; Discussão de obra (em grupo) Café literário Eventos de publicação de obra Reuniões
Relacionamento	Como a biblioteca permite que minhas ideias, sugestões de melhorias dos serviços cheguem aos profissionais do atendimento?	E-mail Questionário Pessoalmente
RISCO		
Conhecimento/habilidade	Como podem ser avaliados seus treinamentos/ capacitação para usar os serviços informacionais prestados?	Questionário Auto avaliação Na plataforma de treinamento
Lealdade/história experiência	Com quais ferramentas (ações) você avaliaria suas experiências de uso em relação aos serviços da biblioteca?	Questionários de avaliação No lugar onde as experiências são colocadas
Energia/ Disposição	Como você avalia a coleção da biblioteca e suas necessidades informacionais?	Pelo que preciso, "necessidade" Quantitativo de obras distintas sobre o tema; Percepção durante o atendimento
Feedback	Qual a forma mais efetiva de feedback sobre as avaliações dos serviços prestados?	E-mail Plataforma Unificada de Comunicação Pessoalmente Durante o atendimento
Empatia	Como poderia ser "incrementada" a empatia da equipe da biblioteca?	Pôr o profissional a fazer as mesmas coisas Mais reuniões, com essa finalidade Durante todo o histórico do usuário Menos formalismo Se colocar no local do usuário Meios de interação entre equipe e usuário
TRANSPARÊNCIA		
Conhecimento/habilidade	Como você demonstra à biblioteca seus interesses por recursos informacionais?	Pessoalmente E-mail Plataforma Unificada de Comunicação Questionário Sugestão de livros
Lealdade/história experiência	De que forma você transparece sua lealdade em relação aos serviços prestados	Caixa de sugestão Plataforma Unificada de Comunicação Questionário; pessoalmente Durante o atendimento
Energia/ Disposição	Como você transparece seus esforços e recursos para usar os serviços da biblioteca e desenvolvimento do mesmo?	Aplicativo da biblioteca Questionário Pessoalmente
Feedback	Como você transparece seus sentimentos em relação à capacitação dos profissionais que atuam nos serviços da biblioteca?	Pessoalmente Durante o atendimento Em avaliação formal

Empatia	Como você evidencia seus sentimentos quanto ao quadro de horário/funcionamento da biblioteca, e a disponibilidade da equipe?	Gerência; E-mail Pessoalmente Sugestão; durante o atendimento Enquete Plataforma Unificada de Comunicação Questionário
---------	--	---

Fonte: elaborado pelos autores (2021).

Por meio das entrevistas, observou-se que na dimensão **diálogo**, foi possível constatar que os canais dispostos pela biblioteca, foram os que em maioria, tiveram destaques quanto aos meios e formas de diálogo que o usuário entende como processos para cocriar valor. Poucos foram destacadas as ferramentas pessoais (rede social, *WhatsApp*), isto é, não dispostas pela instituição. Acredita-se que o usuário é passivo quanto a proposição do diálogo com a biblioteca, mas que, como se trata de uma biblioteca institucional, utilizam dos canais dispostos pela instituição.

O **Acesso** foi a dimensão em que o usuário melhor percebeu que sua participação é relevante para a co-criação de valor. Observou-se que a instituição deve dispor de meios, e o usuário ser introduzido, motivado a participar juntamente com a biblioteca, de processos que possam beneficiar ambos. A hierarquia, observada em algumas questões é ponto negativo, assim, como, considerar a personalidade no tratamento de *feedback* sobre os serviços prestados.

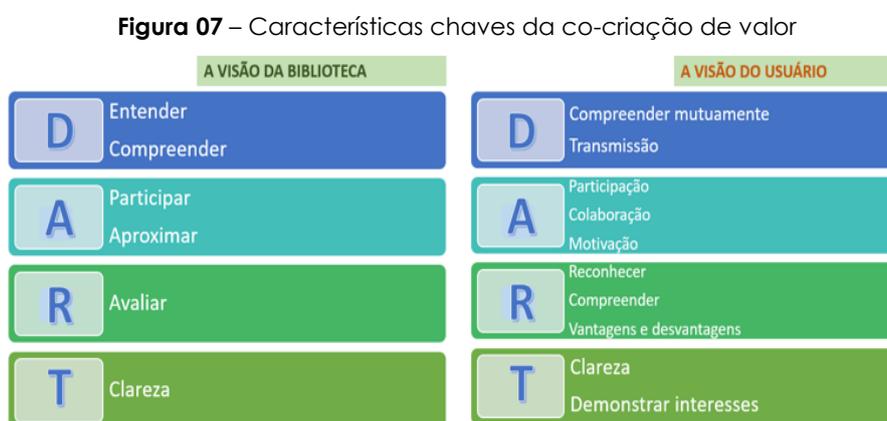
Por meio da avaliação de **Riscos** e benefícios foi possível observar que o usuário por si só, pode reconhecer vantagens e desvantagem em participar dos processos que possa se envolver. Ele utiliza dos mesmos meios de avaliação utilizados pela biblioteca, em termos dos recursos intrínsecos. Quanto aos extrínsecos, considerou que a empatia é fator relevante para o profissional entender o processo, e assim, melhor se dispor para cocriar valor.

Pela dimensão **Transparência**, constatou-se certo desconhecimento ou desinteresse em entender como este recurso poderia ser útil quanto a co-criação. Mas que, ao longo das entrevistas, percebeu-se que o usuário considera a clareza como ponto para colaborar para a co-criação de valor, isto é, ele notou que é útil ser claro.

Por meio destas entrevistas com o usuário, foi possível identificar os elementos que ele utiliza para cocriar valor em serviços informacionais. Ele é passivo quanto aos canais/meios em que a biblioteca disponibiliza o diálogo,

acesso, transparência e basicamente utiliza as mesmas ferramentas de avaliação. Acredita-se que pelo contexto da amostra, isto é, fazer parte de uma única instituição, e estar no ambiente profissional e institucional, utiliza os mesmos meios/canais de comunicação dispostos pela organização.

Desta maneira, observa-se diferentes características entre a participação do provedor de serviços e os usuários quanto aos processos de co-criação de valor. Estas características foram observadas durante a aplicação das entrevistas. A figura 07 abaixo, demonstra alguns aspectos relevantes observados durante a investigação, e apresenta estes pontos de inter-relação que merecem atenção quanto a co-criação de valor.



Fonte: elaborado pelos autores (2021).

Por meio da figura 07, observa-se que o provedor de serviços vê a co-criação de valor como forma de oportunizar melhorias na sua relação com o usuário, e que para isso, carece de melhor compreendê-lo, aproximar e incentivar sua participação nas rotinas dos serviços informacionais. No tocante aos usuários, eles presam pela compreensão mutual de suas necessidades, e que para isso, carecem de maior participação nos processos, contudo, são passivos e precisam ser motivados.

A análise em conjunto (biblioteca e usuário) muito contribui para o entendimento do verdadeiro significado de co-criação de valor. A identificação dos elementos de co-criação de valor somente foi possível quando observado o que cada participante considera sobre seus pontos de vistas e processos, direcionados pelos elementos de encontro do DART.

Após a identificação dos elementos de co-criação de valor em serviços informacionais, estes processos foram verificados e aprovados por um

especialista de uma unidade do MPs brasileiros, o qual não houve objeções ou questionamentos sobre a aplicabilidade dos elementos propostos em uma biblioteca jurídica.

Portanto, os elementos para co-criação de valor em serviços informacionais foram descobertos, verificados, e desta forma, podem contribuir para que as bibliotecas direcionem seus esforços por melhor servir o usuário.

4.3 Indicadores descobertos: possibilidades de gestão

Os elementos aqui propostos contribuem para que as bibliotecas direcionem seus esforços para cada vez mais aproximar seus usuários, e poder em conjunto, cocriar valor mutuamente. Para tanto, dados os elementos descobertos, as bibliotecas podem usufruir destes meios/processos/ações para propor a seus usuários de serviços informacionais ações que beneficiam e ampliam a dinâmica da co-criação de valor. Diante destas possibilidades, em aplicar e melhorar a dinâmica da co-criação de valor, tendo os elementos como indicadores de ações para cocriar valor, por que não pensar, uma gestão da co-criação de valor.

A biblioteca em posse dos elementos para cocriar valor, pode gerenciar cada um dos fatores que englobam a co-criação de valor, isto é, seu contexto como provedor dos serviços, em que por meio de seus recursos operantes, (ambiente, coleção, habilidade, empatia e disponibilidade) pode melhor viabilizar o diálogo, o acesso, bem como, melhor instruir as avaliações de riscos e benefícios, e propor melhor transparência, tendo em vista, os elementos descobertos.

Por tanto, este é um primeiro ensaio sobre os processos de co-criação de valor, que engloba ambos os aspectos dos participantes do processo. Esses achados são um início do pensar uma nova gestão de bibliotecas, com foco para a co-criação de valor. São fundamentos basilares para construção de um arcabouço teórico que pode instigar a construção de modelos de gestão. Os processos/elementos/indicadores aqui apresentados, sob aplicação de variáveis ordinais ou cardinais, podem ser a ferramenta para este pensar na gestão dos elementos de co-criação de valor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa contribui para o entendimento do verdadeiro significado de co-criação de valor em serviços informacionais. Não basta apenas olhar a co-criação como sendo a participação da biblioteca e do usuário em um cenário, tem que se adentrar-se a análise do que ele considera para a co-criação, seus pontos de vistas e processos direcionados pelos elementos de encontro DART.

Acredita-se que os processos e elementos para co-criação de valor em serviços informacionais foram descobertos, o que podem contribuir para que as bibliotecas direcionem seus esforços por melhor servir o usuário. A co-criação de valor, pode ser a força motriz para que esta instituição continue prestando seu primordial papel à sociedade, enquanto provedora de atendimento das necessidades informacionais de seu público.

O olhar para a co-criação de valor, sob o ponto de vista dos elementos e processos aqui descobertos, pode ser uma saída para o enfrentamento das dinâmicas atuais quanto a demanda informacional em pleno crescimento e desordem informacional. Isso porque, as informações no ambiente jurídico, em sua essência pelas fontes do direito, são mutantes por natureza, desta forma, torna-se ainda mais difícil entender a real necessidade por parte dos usuários de bibliotecas de MPs.

Estas bibliotecas carecem de entender esta dinâmica, e mais do que propor valor aos seus serviços, deve ater o usuário a sua coparticipação neste processo. Assim, ambos se beneficiam em propor e ter serviços de informação adequados a atuação destes profissionais. A contrapartida, é observada em termos de os usuários de bibliotecas dos MPs melhor executa sua rotina de trabalho, usufruindo de serviços informacionais eficazes, em detrimento de um melhor atendimento a sociedade, enquanto atuantes em um MP.

A gestão destes processos certamente direcionará os esforços da biblioteca para um melhor atendimento das necessidades informacionais de seus usuários, em ter serviços informacionais condizentes com a real necessidade e satisfação de seu público. Conhecer os elementos de co-criação de valor sob o ponto de vista da biblioteca e do usuário, é ter a possibilidade de ser construir instrumentos que possibilitem a gestão destes achados.

Quanto as limitações desta pesquisa, salienta-se o contexto organizacional das bibliotecas, cujas assimilações, convergências, podem representar diferentes interpretações. Como futuras pesquisas sugere-se a descoberta de novos elementos; estudos sobre a gestão destes indicadores/elementos; aplicação em cenários distintos das bibliotecas jurídicas; criação de modelos; e pesquisas longitudinais.

REFERÊNCIAS

AARIKKA-STENROOS, L.; JAAKKOLA, E. Value co-creation in knowledge intensive business services: a dyadic perspective on the joint problem solving process. **Industrial marketing management**, [s.l.], v. 41, n. 1, p. 15-26, 2012. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850111002264>. Acesso em: 11 abr. 2023.

ACAR, L.; VERSCHUERE, B.; STEEN, T. Co-Producing and Co-Creating Public Value? A Systematic Literature Review. In: LONG-TERM SUSTAINABILITY OF CO-PRODUCTION AND CO-CREATION, [s.n.], 2023, Belgium. **Proceedings...** Belgium: Ghent, 2023. (Workshop).

ARNOULD, E. J. *et al.* Toward a cultural resource-based theory of the customer. In: LUSCH, R. F., VARGO, S. L. **The service-dominant logic of marketing**: dialog, debate and directions. Armonk: ME Sharpe, 2006.

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**, [s.l.], v. 40, n. 2, p. 211-218, 2011. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850110001161>. Acesso em: 11 abr. 2023.

CABIDDU, F.; LUI, T.; PICCOLI, G. IT-Enabled value co-creation in a tourism context: the portale Sardegna case. In: EGGER, R.; GULA, I.; WALCHER, D. **Open Tourism**. Berlin: Springer, 2016.

CARVALHO, F. M. R. **Mídias sociais e co-criação de valor**: análise sobre práticas cocriativas no contexto de uma organização sem fins lucrativos. 2018. Dissertação. (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2018. Disponível em: <https://tede.unioeste.br/handle/tede/388>. Acesso em: 11 abr. 2023.

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., Bragança. **Anais...** Bragança: [s.n.], 2012.

CASTRO, M. F. C.; SUAIDEN, E. J. Fatores críticos de sucesso na oferta de produtos e serviços de informação na Web. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, [s.l.], n. 1, v. 10, 2015. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/26123>. Acesso em: 26 set. 2019.

COSTA, B. K.; MARTINS, P. L. Co-criação de valor através da Gestão do Conhecimento: um estudo da empresa Subway do setor fast food. In. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., Rio de Janeiro, 2012, **Anais...** Rio de Janeiro: FAPERJ, 2012.

FAN, X.; LUO, Y. Value co-creation: a literature review. **Open Journal of Social Sciences**, [s.l.], v. 8, n. 02, p. 89-98, 2020. Disponível em: https://www.scirp.org/html/8-1763147_98431.htm. Acesso em: 11 abr. 2023.

FÜLLER, J. *et al.* Consumer empowerment through internet-based co-creation. **Journal of management information systems**, [s.l.], v. 26, n. 3, p. 71-102, 2009. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2753/MIS0742-1222260303>. Acesso em: 11 abr. 2023.

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.

GOLOOBA, M.; AHLAN, A. R. Service value co-creation in research & innovation practices in higher education institutions in Malaysia. **Procedia Technology**, [s.l.], v. 11, [s.n.], p. 342-347, 2013. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221201731300354X>. Acesso em: 11 abr. 2023.

GRONROOS, C. Service logic revisited: who creates value? And who co-creates? **European business review**, [s.l.], v. 20, n. 4, p. 298-314, 2008.

GRONROOS, C. Value co-creation in service logic: a critical analysis. **Marketing theory**, [s.l.], v. 11, n. 3, p. 279-301, 2011.

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, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266382115573155?journalCode=bira>. Acesso em: 11 abr. 2023.

KRISJANOUS, J.; MAUDE, R. Co-criação de valor para o cliente nos modelos de parceria de assistência médica: um exame do modelo de parceria de obstetrícia da Nova Zelândia. **Australasian Marketing Journal**, [s.l.], v. 22, [s.n.], p. 230-237. 2017.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

PAYNE, A. F. *et al.* Managing the co-creation of value. **Journal of the academy of marketing science**, [s.l.], v. 36, n. 1, p. 83-96, 2008. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-007-0070-0>. Acesso em: 11 abr. 2023.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creating unique value with customers. **Strategy e Leadership**, [s.l.], v. 3, n. 32, p. 4-9. 2004b. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10878570410699249/full/html>. Acesso em: 11 abr. 2023.

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, 2004a. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1094996804701073>. Acesso em: 11 abr. 2023.

RODRÍGUEZ, Y. P.; GUISSADO, Y. M. La biblioteca universitaria: reflexiones desde una perspectiva actual. **Acimed**, [s.l.], v. 18, n. 3, 2008. Disponível em: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352008000900004&script=sci_arttext&lng=en. Acesso em: 19 maio 2020.

ROWLEY, J.; KUPIEC-TEAHAN, B.; LEEMING, E. Customer community and co-creation: a case study. **Marketing Intelligence & Planning**, [s.l.], v. 2, n. 25, p. 136-146, 2007. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02634500710737924/full/html>. Acesso em: 11 abr. 2023.

SAYÃO, L. F. Modelos teóricos em ciência da informação: abstração e método científico. **Ciência da informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 82-91, jan./abr. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a10v30n1.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2021.

SIDDIKE, M. A. K.; UMEMOTO, K.; KOHDA, Y. Transformation of public libraries: co-creation of values at multipurpose community learning centers. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCED APPLIED INFORMATICS, 3., Kokura Kita-ku, 2014, **Proceedings...** Kokura Kita-ku: IIAI, 2014.

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, [s.n.], 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdbci/a/TswMCXbRFWX9wjvL84CbPqv/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 11 abr. 2023.

SILVEIRA, M. M.; VARVAKIS, G. O usuário na co-criação de valor em serviços informacionais: fundamentos teóricos. **Em questão**, Porto Alegre, v. 29, [s.n.], p. 124641, 2023.

TAMURA, S. *et al.* Information sharing between different groups: a qualitative study of information service to business in Japanese public libraries. **Information Research**, [s.l.], v. 12, n. 2, p. 12-2, 2007.

UGWU, C. I.; EKERE, J. N. The role of knowledge management in providing innovative services in university libraries in Nigeria: a structural equation modeling approach. **Global Knowledge, Memory and Communication**, [s.l.], v. 67, n. 6-7, p. 350-376, 2018. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/GKMC-10-2017-0086/full/html>. Acesso em: 11 abr. 2023.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, [s.l.], v. 68, [s.n.], p. 1-17, 2004. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jmkg.68.1.1.24036?journalCode=jmxa>. Acesso em: 11 abr. 2023.

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, [s.n.], p. 145- 152, 2008. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026323730800042X>. Acesso em: 11 abr. 2023.

ZANINELLI, T. B.; NOGUEIRA, C. A.; PERES, A. L. M. Bibliotecas universitárias: uma perspectiva teórica sobre inovação em serviços informacionais. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 17, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8652821>. Acesso em: 11 abr. 2023.

CONTRIBUIÇÕES DAS PESSOAS AUTORAS

Informa-se nesta seção as funções de cada pessoa autora, de acordo com a [taxonomia CRediT](#).

Função	Definição
Conceituação	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Curadoria de dados	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Análise Formal	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Obtenção de financiamento	Não se aplica.
Investigação	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Metodologia	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Administração do projeto	Murilo Mauro Silveira.
Recursos	Não se aplica.
Software	Não se aplica.
Supervisão	Não se aplica.
Validação	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Visualização [de dados (infográfico, fluxograma, tabela, gráfico)]	Murilo Mauro Silveira.
Escrita – primeira redação	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.
Escrita – revisão e edição	Murilo Mauro Silveira; Gregório Varvakis.