

O usuário na co-criação de valor em serviços informacionais: fundamentos teóricos

Murilo Mauro Silveira

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil;
willscut2@hotmail.com; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1588-1050>

Gregório Varvakis

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil;
g.varvakis@ufsc.br; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2576-4835>

Resumo: Objetiva-se construir um quadro sinótico de referência acerca da co-criação de valor em serviços informacionais sob a ótica dos usuários, com fins de fundamentos e constructos teóricos para a investigação destes processos. Justifica-se pela carência e insipiência no entendimento de como ocorre a co-criação de valor em bibliotecas, principalmente sobre o viés da participação do usuário, já que predominantemente os estudos se voltam para o provedor de serviços. Trata-se de um ensaio teórico, cuja natureza é conceitual e analítica. Como resultado, espera-se que o quadro de referência possa contribuir para o avanço teórico e desenvolvimento de estudos que permitam a investigação dos processos/elementos de co-criação de valor dos usuários.

Palavras-chave: co-criação de valor; serviços informacionais; estudo de usuários

1 Introdução

O cenário da prestação de serviços é adaptativo e voltado cada vez mais para a interação entre o beneficiário e as organizações. Isso porque, novas dinâmicas socioeconômicas vislumbram um universo colaborativo, cujo benefícios são mútuos.

Em bibliotecas não é diferente, seus serviços necessitam cada vez mais de demandas por customização, inovação, adaptabilidade. A co-criação de valor demonstrou ser uma opção para que estas organizações e seus serviços possam enfrentar os desafios (complexidade, dinamicidade, adaptabilidade).

A relação usuários e biblioteca precisa ser repensada. A co-criação de valor é parte relevante para entender a co-participação do usuário e biblioteca

em termos de melhor servir e se beneficiar da prestação de serviços informacionais. A literatura atual desta área de conhecimento, permite fazer inferências quanto a necessidade desta inter-relação, de reconhecer que não adianta pensar em qualidade e inovação, se não permitir que o usuário participe e co-participe ativamente dos processos que envolvem os serviços informacionais (SILVEIRA; VARVAKIS, 2021).

Diante deste cenário, o problema de pesquisa denota a relevância de compreender a participação do usuário no processo de co-criação de valor em serviços informacionais. A questão a que se coloca, é: como analisar a participação do usuário nos processos de co-criação de valor em serviços informacionais? Para tanto, o objetivo deste estudo é: construir um quadro de referência acerca da co-criação de valor em serviços informacionais sob o aspecto do usuário.

Consoante as pesquisas que fundamentam este estudo, não foram localizadas evidências sobre como analisar os processos de co-criação de valor por parte do usuário, especificamente em serviços informacionais.

Por meio de uma revisão bibliográfica sobre os processos de co-criação de valor em bibliotecas, Carvalho, Menezes, Domingues (2012), afirmam que as diversas perspectivas sobre os serviços até hoje desenvolvidas desde os modelos de aferição da qualidade até o *Service Dominant Logic* (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.

Este estudo pretende colmatar esta lacuna, ao ponto em que se observa que para investigar o usuário, é primordial entender como ele contribui com seus recursos para a co-criação de valor. O quadro de referência é instrumento que denota sobre os processos de co-criação de valor por parte usuário, e que permitirá a investigação destes recursos/processos.

A pesquisa se caracteriza com um ensaio teórico, cuja natureza é conceitual e analítica. Quanto a abordagem do problema é qualitativa. Segundo Richardson (2017) é fundamentalmente interpretativa, pois permite que o

pesquisador faça interpretações dos dados, o que inclui o desenvolvimento da descrição de um cenário, a análise de dados para identificar temas ou categorias e, por fim, interpretar ou tirar conclusões sobre seu significado teórico. Espera-se como resultado, fundamentação teórica para o desenvolvimento de pesquisas sobre a investigação da co-criação de valor em serviços informacionais.

2 Os usuários e os serviços informacionais

A co-criação de valor considera a interação dos recursos do usuário e do prestador de serviços. Para Vargo e Lush (2004), trata-se da interação bidirecional entre o prestador de serviços e o cliente na *Service Dominant Logic*, formando assim, o conceito raiz de co-criação de valor. A SDL, é visto como um modelo de troca centrado no serviço, enquanto troca de conhecimento, essa permuta essa feita através de meios intangíveis, competências, dinâmicas, processos de troca e relacionamentos e recursos operantes (VARGO; LUSCH, 2004).

Em bibliotecas, do lado do prestador de serviços, temos o profissional da informação como ponto chave para a prestação dos serviços informacionais, contudo, este estudo irá retratar os aspectos relacionados ao outro participante deste processo, os usuários.

Vários são os instrumentos usados para compreender os usuários de serviços informacionais. Petersen (2016) afirma que existem diversos meios para investigar a co-criação de valor por parte dos usuários de biblioteca; entrevista, observação, visualizações ou testes de protótipos. Elas são cruciais para entender o pensamento do *design* e a co-criação de valor, de forma a entender não somente suas necessidades, mas também, sua coparticipação em relação aos serviços informacionais.

As ferramentas como estudos de usuários, o *design think*, a jornada dos usuários e a inovação aberta, podem colaborar e elucidar algumas práticas desta investigação sobre a co-criação de valor sob o viés dos usuários.

Os **estudos de usuários** permitem que bibliotecas e Unidades de Informação possam conhecer as necessidades informacionais de seus usuários, bem como, para aferir a qualidade dos serviços prestados. Para Rodrigues e

Cardoso (2017), a Ciência da Informação busca, desde seus primórdios, conhecer o perfil dos usuários, por meio da realização de estudos que ajudaram a sedimentar a prática de pesquisa na área.

Um ponto inicial para entender os estudos de usuário é reconhecer sua trajetória histórica durante os últimos anos. Na perspectiva de Rodrigues e Cardoso (2017), o aparecimento dos estudos de usuários emerge de dois movimentos: o primeiro sendo os estudos de 1930 da Escola de Chicago desenvolvidos para a integração de grupos imigrantes na comunidade americana por meio da biblioteca pública; o segundo ocorre quando na Conferência sobre informação científica, realizada em 1948, pela *Royal Society*, em Londres, foram apresentados estudos que buscavam entender as necessidades dos usuários de informação científica.

Araújo (2010) afirma que a literatura científica produzida internacionalmente até a década de 70 do século XX e no Brasil até a década de 90 compôs pesquisa sobre uso de informação, perfil de comunidade e usuários e avaliação de sistemas e serviços de informação.

A partir de então, evoluiu-se para estudos que denotam a construção de modelos teóricos, cujo viés é entender como os usuários e beneficiam e se engajam em busca de informação. Sob a “perspectiva cognitivista, Belkin (1980), Wilson (1981), Dervin (1983), Taylor (1986), Ellis (1989) e Kuhlthau (1991) criam modelos para a compreensão do usuário e seu comportamento informacional” (ARAÚJO, 2010, p. 23).

Como pode-se observar nesta trajetória histórica, os estudos de usuários evoluíram, o qual pesquisas futuras delinearam essas evoluções por meio de paradigmas.

Um dos autores que retrataram esses paradigmas foi Araújo (2010). Segundo o autor, a literatura apontava dois paradigmas de estudos de usuários. O tradicional, o qual priorizava a coleta de dados quantitativos por meio de questionários sobre o perfil do usuário e de medição de seu comportamento. O alternativo, que privilegia a coleta de dados qualitativos, de preferência ocorre por meio de entrevista.

Contudo, o campo de estudo da Ciência da Informação tomou caminhos diferentes da dos estudos de usuários. Os estudos de Capurro e Hjørland (2003) sistematizaram três formas de estudar a informação, o qual ele denomina de paradigmas. Assim, os estudos de usuários foram delimitados: um modelo físico (semelhante ao paradigma “tradicional” de estudos de usuários), um modelo cognitivo (semelhante à abordagem “alternativa” de estudos de usuários) e um modelo social. (Não teria ainda uma manifestação muito nítida no campo de estudos de usuários) (ARAÚJO, 2010).

Além do estudo de usuário, outra ferramenta que investiga e induz a participação do usuário em serviços de biblioteca é o *design thinking*. Segundo Roque e Vieira (2019) em biblioteca, trata-se de uma metodologia com abordagem criativa, prática, intencional e repetitiva que visa a inovação e responder as reais necessidades dos usuários, considerando sua experiência em relação ao uso de serviços. Desta forma, o *design thinking* cria condições para que os usuários aproveitem melhor os recursos informacionais.

Lira *et al.* (2019) lembra que o *design thinking* se baseia na capacidade do ser humano em ter intuições, identificar padrões e elaborar ideias com significado emocional. Isto é, permite a coleta de informações dos usuários, distanciando de métodos de pesquisa tradicionais, de forma a observar mais qualitativamente, por meio de observação, mapeamento da jornada, etnografia etc. Para Reddacliff (2017), estudos sobre *design thinking* é usado comumente em biblioteca que visam utilizar abordagens com foco em experiência do usuário, concepção de serviços e espaços que respondam as necessidades do usuário.

Outro ponto relevante que é atribuído a experiência do usuário em utilizar os serviços está relacionado a **jornada do usuário**. Essa abordagem faz parte do processo de *design thinking*, em que de forma bem definida, fazem parte para a geração de ideias centrada no problema do usuário. A jornada do usuário é uma das ferramentas do *design thinking* que busca sintetizar as informações, e representa graficamente as etapas de relacionamento do usuário com os serviços, descrevendo os passos antes, durante e depois de sua utilização.

Acredita-se que os aspectos relacionados a co-criação de valor muito se aproximam da abordagem de *design thinking*, ao ponto que ambos procuram vislumbrar o cliente como principal recurso quanto a melhoria e desenvolvimento dos serviços informacionais. Para Samson, Granath e Alger (2017), o *design thinking*, trata-se de uma abordagem co-criativa e centrada no usuário para compreender e refinar os serviços, dela possui ferramentas como etnografia, jornada do usuário que visam observar a ecologia da prestação de serviços.

A inovação aberta também é outro instrumento usado para promover a inovação sob a participação do usuário nos processos. Para Henkel *et al.*, (2017) a inovação aberta também é conhecida como co-criação ou biblioteca participativa, de forma que os processos de inovação neste contexto, são chamados de *design thinking*. Em sua essência, a inovação aberta consiste em melhorar e desenvolver produtos e serviços, aumentando os processos desenvolvimento e de inovação dentro de organizações.

3 Serviços informacionais, usuários e a co-criação de valor

A literatura científica acompanhou e referendou o desenvolvimento da sociedade e, no caso dos serviços de informação, observou-se que sua dinâmica seguiu os avanços sociais, econômicos e tecnológicos. Ultimamente, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) mudaram a forma de como suprir necessidades informacionais. No percalço deste contexto, os estudos sobre serviços de informação denotam que os avanços sempre seguiram o interesse do usuário, o atendimento de suas necessidades. Contudo, recentemente, cada vez mais, o usuário participa e co-participa da criação e desenvolvimento dos serviços (SILVEIRA; VARVAKIS, 2021). Assim, observa-se, que a dinâmica dos estudos sobre serviços informacionais segue este caminho e que a Ciência da Informação e a Biblioteconomia contribuíram e contribuem para melhor satisfazer as necessidades de informação, pois muitas destas adequações advêm do desenvolvimento científico e tecnológico.

Como observado, é relevante compreender a participação do usuário na prestação de serviços informacionais. Os estudos de usuários, o *service design*, o

design think, a inovação aberta demonstra caminhos para uma melhor compreensão dos processos que envolvem sua colaboração quanto a utilização dos serviços. A co-criação de valor passa pelo envolvimento do usuário na participação de criação e desenvolvimento dos serviços. Os instrumentos/dinâmicas aqui relatadas, demonstram que ele pode ser o precursor de um melhor serviço prestado, e, portanto, um colaborador para co-criação de valor.

A nova dinâmica organizacional, como visto aqui, exige organizações adaptadas as mudanças, aos interesses cada vez mais voláteis de seus usuários, aos anseios e ansiedades por serviços informacionais que atendam suas necessidades em um universo informacional complexo.

É preciso olhar para fora da organização, e perceber o quanto o usuário pode colaborar para que as bibliotecas agreguem e cocriem valor aos seus serviços, e os usuários se beneficiem com isso.

Pesquisas sobre a co-criação de valor, observam o usuário como coparticipante do processo, vislumbram o entendimento de suas necessidades em detrimento a sua participação em cocriar valor nos serviços de informação.

A co-criação de valor aqui estudada considera os aspectos culturais, sociais, investigam a historicidade e experiências em usar os serviços, bem como, seus intentos em termos de interesses em usar a informação. O usuário é condutor de seu destino quando a ele se dá, oportunidade para cocriar valor bilateralmente com a biblioteca. O processo de co-criação de valor não é guiado exclusivamente pelos intentos da organização, ou ideais de profissionais que nela atuam, mas sim, pelo contexto situacional e das necessidades e participação dos usuários.

Para entender a visão do usuário quanto sua participação no processo de co-criação de valor, faz-se necessário compreender o seu contexto em relação aos serviços informacionais. As organizações operam a co-criação de valor com os usuários de forma a se beneficiar com suas habilidades, conhecimentos e seus recursos operantes. Em bibliotecas, a participação ativa dos usuários pode beneficiar diversos aspectos relacionados ao escopo desta organização.

Diferente dos recursos do prestador de serviços (bibliotecas), os recursos dos usuários são distintos e consideram várias perspectivas pessoais e sociais em relação ao uso dos serviços.

Em relação aos processos de co-criação de valor do usuário, Baron e Warnaby (2011) destacaram três aspectos. O primeiro foi o aspecto físico, em que correlaciona a energia, emoção e força do usuário no processo de co-criação. O segundo aspecto é a cultura, o qual está relacionado ao conhecimento, habilidade, história e imaginação. O terceiro aspecto trata da questão social, estando imbuído os relacionamentos.

Siddike, Unemoto e Koda (2014) por sua vez, destacaram o reconhecimento de valores como recurso para cocriar valor. Já Golooba (2017) abordou em seu estudo, os recursos intrínsecos, como por exemplo, as habilidades cognitivas e adquiridas e, as experiências. Para o autor, estes recursos são divididos em lócus de controle (motivação e comportamento do usuário), autorregulação (aprendizagem), e autoeficácia (eficiência em executar uma ação)

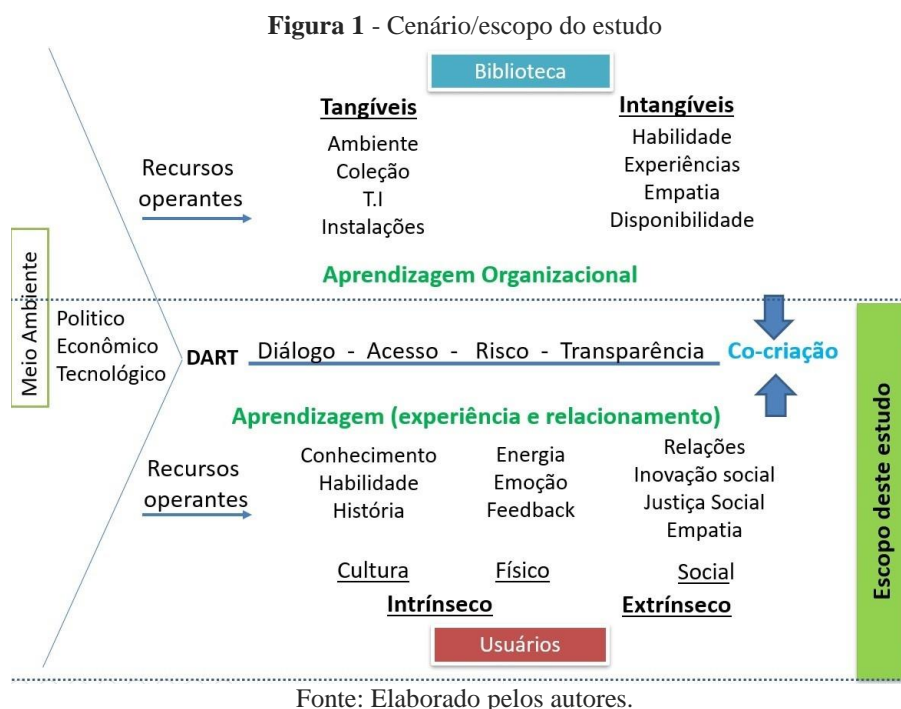
Observa-se, portanto, que o usuário possui características distintas quanto aos aspectos que consideram sobre co-criação de valor. Os estudos sobre a análise de sua perspectiva são escassos, normalmente vislumbram os aspectos do prestador de serviços (biblioteca), pois a prática da criação de valor, baseia-se nesta perspectiva. Contudo, a co-criação de valor é bilateral, carece do entendimento mútuo dos seus processos. Mas que, pouco se sabe como este usuário pode contribuir para a co-criação de valor, e tampouco como isso pode ser investigado em serviços informacionais.

4 A formulação do quadro teórico de referência

Para formulação do quadro de referência, fez-se o mapeamento de forma estruturada o conhecimento sobre um quadro conceitual sobre a co-criação de valor em serviços informacionais. Desta forma, uma pesquisa bibliográfica em bases internacionais foi formulada entre os dias nove e dez de outubro de 2021. Montou-se o comando de busca (“*co-creation of value*” and “*information servic**”) OR (“*co-creation of value*” and “*librar**”), pesquisou-se em (títulos,

palavras chaves e resumos), artigos posteriores a 2020, nas bases da Scopus; *Web of Science*; *Library and Information Science Abstracts* (Lisa). Como resultado foram recuperados 12 documentos, o qual foram avaliados sua consistência e aderência a temática do estudo. No Brasil, na Base de Dados Referencial de Artigos e Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), localizou-se dois artigos, o qual um deles é indexado pelas bases internacionais e o outro não aborda sobre a temática específica (serviços informacionais).

A figura 1 representa um compilado desses estudos, de forma a observar amplamente o cenário de estudo e o escopo desta pesquisa.



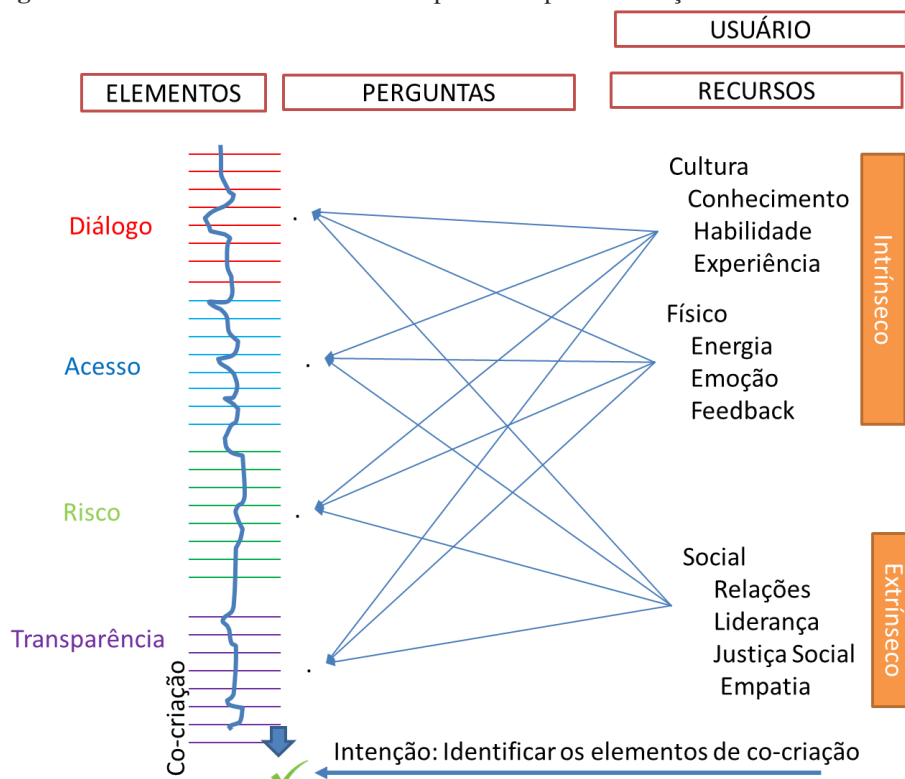
Observada a literatura delimitada para esta pesquisa, a estrutura na figura 1, denota, uma visão ampla dos processos de co-criação de valor, isto é, a estrutura de encontro entre usuário e provedor proposta por Payne *et al.*, (2008), bem como, os processos de encontro Diálogo, Acesso, Risco e Transparência (DART) propostos por Prahalad e Ramaswamy (2004).

No contexto específico, estão relacionados aos recursos operantes dos participantes, e o meio ambiente onde ocorrem a co-criação de valor. Os recursos operantes de bibliotecas foram descritos por Islam, Argawal e Ikeda (2015), Golooba (2017), Siddike, Unemoto e Koda (2014), Baron e Warnaby

(2011). Já os recursos referentes ao usuário, foram encontrados nos estudos de Baron e Warnaby (2011), Siddike, Unemoto e Koda (2014) e Golooba (2017). Baron e Warnaby (2011), acreditam que o ambiente (político, econômico e tecnológico) é fator relevante ao analisar os processos de co-criação de valor.

Delimitado e explanado o escopo teórico, isto é, identificado os recursos, e os processos de encontro, buscou-se uma estratégia para atendimento do objetivo proposto. Formulou-se uma estrutura que direciona a teoria ao encontro dos objetivos propostos por esta pesquisa, isto é, uma estratégia para a investigação e entendimento dos elementos de co-criação de valor por parte dos usuários de serviços informacionais.

Figura 2 - Cruzamentos entre recursos e processos para co-criação de valor do usuário



Fonte: Elaborado pelos autores.

A figura 2 demonstra a estratégia de investigação quanto a identificação dos processos de co-criação de valor sob o ponto de vista do usuário de serviços informacionais.

Tendo observado o cenário do estudo, construído a estrutura teórica, e planejado a estratégia para obtenção de dados quanto aos objetivos propostos,

formulou-se a partir dos cruzamentos demonstrados na figura acima, o quadro de referência (quadro 1) tendo em vistas esses aspectos já analisados e estruturados em relação ao usuário.

O quadro de referência comporta os estudos e delineamentos teóricos (o portfólio bibliográfico pesquisado), a formulação da estrutura teórica (figura 1) e a estratégia para análise dos dados do usuário (figura 2). Sua estrutura é dividida em quatro seções, (diálogo, acesso, risco e transparência) que são os elementos DART. Em cada seção foram distintos os aspectos (intrínseco e extrínseco) do usuário, sendo que, em cada um deles, foram delimitados os recursos operantes condizentes com o aspecto.

Para cada recurso operante buscou-se descrevê-lo, (o que?), o motivo pelo qual o recurso faz parte da pesquisa (por quê?), a justificativa da necessidade de ele ser relevante no contexto dos serviços informacionais (importância), a formulação da pergunta para entendimento e obtenção de dados quantos aos elementos/processos de co-criação de valor daqueles recursos, por fim, a fundamentação teórica que sustenta a pergunta.

As perguntas, portanto, foram formuladas para entendimento dos processos de co-criação de valor, se baseiam nos outros elementos do quadro, como a descrição, motivo, justificativa, e principalmente na fundamentação teórica investigada. Em suma, por meio da revisão de literatura, formulação do cenário de estudo, estrutura de estratégia de investigação, tem-se o quadro de referência (quadro 1), o qual cada pergunta fora norteadas por esses processos.

Quadro 1 - Quadro de referência do usuário

| Quadro de referência do usuário | | | | | |
|--|----------------------------------|---|---|--|---|
| Diálogo: Como o usuário participa do diálogo bidirecional. | | | | | |
| | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | Fundamento teórico |
| Intrínseco | | | | | |
| Cultura | Conhecimento/ Habilidade | Demonstrar o nível de conhecimento e habilidades em usar os serviços informacionais por parte do usuário, permite ambos (usuário e profissionais) reconhecerem os limites cognitivos e habilidades em usar os serviços. | Permite a co-criação de valor entre usuário e profissional no serviço informacional ao ponto que o profissional tem melhor compreensão dos processos e entendimentos que o usuário possui em usufruir dos serviços, de forma a melhor dispor/adequar os serviços de acordo com o conhecimento e habilidade do usuário. O usuário melhor usufrui do atendimento dos serviços de forma personalizada. Importante também para o pensar o treinamento/capacitação do usuário. | Por quais canais é possível dialogar sobre suas habilidades/conhecimento em usar os serviços informacionais? | Romero e Molina (2011) salientam que o diálogo é o elemento que encoraja não só o compartilhamento de conhecimento, como também de compreensão entre os problemas dos clientes e da empresa. |
| | Lealdade/história Experiência | Investigar os canais possíveis de diálogo para conhecer as experiências e a lealdade dos usuários. | A co-criação emerge ao ponto que o usuário declara suas boas ou ruins experiências, e o profissional melhor age para planejar ajustes ou promover a melhoria contínua. O diálogo promove a troca de experiência e beneficia ambos. | Como você dialoga com a biblioteca sobre suas experiências passadas em usar os serviços informacionais? | Jaworski e Kohli (2006) acreditam que o diálogo entre consumidor e empresa é um requerimento para a co-criação. Para Aalst <i>et al.</i> , (2003) ¹ <i>apud</i> Golooba (2017), em bibliotecas, 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. |

| | | | | | |
|------------|------------------------|---|--|---|---|
| Físico | Disposição/ Energia | Uso e gestão dos recursos da biblioteca para alcançar projetos de vida (profissional/pessoal). | A interação entre as necessidades dos usuários e os recursos oferecidos pela biblioteca deve ser comunicada de forma que ambos reconheçam quais atributos são necessários para melhor prestar o serviço informacional. | Como você dialoga com a biblioteca sobre suas razões para usar os serviços de informação? | Ramaswamy e Gouillart (2010, p. 3) sugerem que os consumidores querem manter um diálogo constante com as organizações que interagem, ou seja, “querem que suas vozes sejam ouvidas”. Arnould <i>et al.</i> (2006) afirmaram que os recursos físicos em termos de energia, emoção e força se manifestaram na aplicação dos recursos da biblioteca para os usuários para alcançar seus Papéis / projetos de vida. Sua vontade de fornecer mais apoio à organização e sua força de sentir-se parte da biblioteca é demonstrada em situação que enfrentou. |
| | <i>Feedback</i> | Reconhecer o papel da biblioteca sobre as necessidades informacionais (demanda profissional) em detrimento a formação da coleção. | O <i>feedback</i> por parte do usuário em relação a coleção, permite que ambos cociem valor ao dispor melhor os recursos bibliográficos. | Como você comunica a biblioteca sobre suas necessidades de informação e a disposição da coleção? | Destaca-se que esse diálogo, deve dirigir-se a assuntos que ambos os envolvidos estejam interessados (BECKER; SANTOS; NAGEL, 2016). |
| Extrínseco | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | Fundamento teórico |
| Social | Empatia | O diálogo entre membros da equipe e usuário provem empatia e o diálogo permite a interação e reconhecimento para aproximação. | O diálogo entre os envolvidos na prestação dos serviços informacionais melhora o relacionamento e promove a empatia por ambos, de forma que possam usufruir do bom relacionamento e diálogo para se beneficiarem com a prestação e uso do serviço. | Como pode ser o diálogo para melhorar seu relacionamento com o bibliotecário nos serviços informacionais. | Schreier, Fuchs e Dahl (2012, p. 31), na prática, a co-criação com o cliente é muitas vezes uma forma de profissionais internos colaborarem estreitamente com usuários selecionados. |

| | | | | | |
|---|-------------------------------|---|---|---|---|
| | Relacionamento | Entender a comunicação entre os usuários/usuários e as redes de relacionamento | A relacionamento dos usuários com outros grupos, comunidades é relevante para que a biblioteca entenda a dinâmica sobre a percepção dos usuários em relação aos serviços informacionais prestados. E participe desta rede de diálogo/relacionamento. | Como você se comunica com outros (colegas/profissionais/família etc.) sobre os serviços informacionais prestados pela biblioteca. | As relações familiares, comunidades, e relações comerciais desempenham um papel significativo nas experiências dos usuários de bibliotecas (BARON; WARNABY, 2011). |
| Acesso: Como os usuários têm acesso as informações da biblioteca. | | | | | |
| | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | Fundamento teórico |
| Intrínseco | | | | | |
| Cultura | Conhecimento/Habilidade | O acesso do usuário as informações sobre o layout e desenvolvimento do espaço físico beneficia ao entender quais características são necessárias para atender seus anseios. | Permitir o acesso do usuário as informações sobre o planejamento do ambiente físico da biblioteca permitem que ambos se beneficiem com a co-criação de valor. O usuário colabora com seu conhecimento de uso e a biblioteca melhor adequa seus recursos. | Como “seus conhecimentos e habilidades” em usar a biblioteca podem contribuir para melhorar o ambiente físico da biblioteca? | Parte do processo de solução de problemas é encontrar o problema certo. Para isso, é necessário abrir a organização e estabelecer uma plataforma aberta e flexível – com Acesso a dados e novas ferramentas para os usuários – onde os usuários possam ser convidados a participar do desenvolvimento (PETERSEN, 2016). |
| | Lealdade/história Experiência | Ter acesso às informações de uso dos serviços de informação, beneficia o usuário quanto ao entendimento da construção de sua jornada/experiência por necessidades informacionais. | Acesso as informações de uso dos serviços informacionais são relevantes para que o usuário tenha conhecimento de sua jornada pela biblioteca e seu desenvolvimento e rotina quanto aos interesses informacionais. A lealdade é observada quando se tem informações de uso ao longo da história. | Com você fica sabendo de seu histórico de uso em relação aos serviços informacionais prestados? | Romero e Molina (2011) salientam que possibilitando acesso dos consumidores a conhecimentos e ferramentas, por exemplo, auxilia os mesmos a desenvolver os resultados de suas experiências, por meio dos pontos de interação. |
| Físico | Energia/ Disposição | Uso e gestão do portfólio bibliográfico para alcançar objetivos profissionais/pessoais em termos de bibliografia. | A participação ativa na colaboração para formação da coleção permite que o usuário melhor exponha seus intentos por recursos informacionais e participe do processo de formação da coleção. A | Como você gostaria de colaborar com a formação da coleção bibliográfica? | Parte do processo de solução de problemas é encontrar o problema certo. Para isso, é necessário abrir a organização e estabelecer uma plataforma aberta e flexível – com |

| | | | | | |
|------------|----------------|---|---|---|--|
| | | | biblioteca se beneficia em reconhecer as necessidades, de forma a melhor atender bibliograficamente seus usuários. | | Acesso a dados e novas ferramentas para os usuários – onde os usuários possam ser convidados a participar do desenvolvimento (PETERSEN, 2016). |
| | Feedback | O acesso aos profissionais minimiza e soluciona problemas na prestação de serviços. | O acesso entre o usuário e o profissional da informação deve ser estreito e possuir ferramentas para que ele aconteça. Ambos co-criam valor ao expor e discutir os problemas enfrentados na prestação dos serviços informacionais, de forma a conduzir melhorias e aperfeiçoamentos dos serviços. | Como tenho acesso aos profissionais quanto a problemas ou situações enfrentadas na prestação de serviços informacionais. | O bloco de acesso refere-se ao nível de acesso aos dados fornecidos a um ou mais dos lados de co-criação de valor e começa com ferramentas e informações (AHRAR; RAHMAN, 2012). |
| Extrínseco | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | |
| Social | Empatia | A aproximação do usuário e os profissionais promove empatia. | O acesso do usuário em participar de encontros que visam discutir os serviços informacionais (melhorias, inovações, ideias etc.) possibilita que ambos profissionais e usuários criem empatia e cocriem valor prospectando um melhor relacionamento | De que forma a biblioteca pode realizar encontros (ações de interação) para melhorar os serviços informacionais. | Se você deseja criar uma biblioteca em colaboração com usuários, a co-criação e o pensamento de design eles devem ser vistos como uma nova mentalidade e um método (PETERSEN, 2016). |
| | Relacionamento | A interação entre usuário e profissional permite que ambos cocriem valor. | Relevante, pois a co-criação ocorre quando o usuário ao melhor se relaciona com o profissional em termos de melhorar o retorno dos serviços prestados. E o profissional melhor reconhece as necessidades dos usuários. | Como a biblioteca permite que minhas ideias, sugestões de melhorias dos serviços cheguem aos profissionais do atendimento dos serviços? | Entre os poucos estudos que examinaram a co-criação com o cliente, estão os experimentos que comparam diretamente as contribuições dos clientes aos principais resultados de inovação (medidos em termos de benefícios para o usuário, viabilidade e novidade) com os de profissionais interno (TRISCHLER; PERVAN; SCOTT, 2016). |

| Risco: Como o usuário avalia os riscos/benefícios em usar os serviços informacionais. | | | | | |
|---|----------------------------------|--|--|---|--|
| | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | Fundamento teórico |
| Intrínseco | | | | | |
| Cultura | Conhecimento/ Habilidade | Reconhecer melhores ferramentas de avaliação da “educação de usuário”. | A avaliação da educação do usuário é importante para que ambos reconheçam suas percepções e expectativas em relação ao aprendizado em usar os serviços. Contudo, carece de ferramentas que sejam úteis para ambos reduzirem os riscos ou aumentar os benefícios em saber como melhor usar os serviços. | Como podem ser avaliados seus treinamentos/ capacitação para usar os serviços informacionais prestados. | O debate sobre o compartilhamento de riscos é contínuo, mas os consumidores são cocriadores de valor também e querem cada vez mais saber dos riscos associados aos produtos e serviços que utilizam, assim como querem que sejam fornecidas metodologias para a avaliação destes riscos (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004). |
| | Lealdade/história Experiência | A avaliação da experiência de uso dos serviços permite que se reconheçam os bons e maus momentos durante a jornada do usuário na biblioteca. | É importante para que ambos possam cocriar valor em ter um instrumento que permita a visualização dos momentos da verdade durante o ciclo da prestação dos serviços informacionais. | Com quais ferramentas (ações) você avaliaria suas experiências de uso em relação a biblioteca? | Por meio do debate aberto sobre riscos e benefícios e de métodos para que os próprios consumidores diminuam os riscos inerentes aos produtos e serviços, é possível que o risco seja reduzido, o que Ramaswamy e Gouillart (2010) afirmam ser um dos poderes da co-criação. |
| Físico | Energia/ Disposição | Gestão dos riscos de formar a coleção e não atender as necessidades. | A avaliação da coleção permite eximir risco em formar uma coleção não adequada ao usuário e seus interesses. Ambos co-criam valor em avaliar os riscos deste processo e se beneficiam com a redução deles. | Como você avalia a coleção da biblioteca e suas necessidades informacionais? | O debate sobre benefícios e riscos se assemelha a acesso ou à transparência, mas o debate se diferencia desses elementos por dar ao consumidor ferramentas para que ele próprio avalie o risco envolvido (BECKER; SANTOS; NAGEL, 2016). |
| | Feedback | O usuário precisa receber informações sobre as vantagens e desvantagens na prestação dos serviços | O retorno quanto a avaliação dos serviços informacionais é relevante para que o usuário tenha conhecimento sobre a dinâmica do atendimento (falhas, acertos etc.). Contudo, é relevante ter uma ferramenta para que se tenha acesso a essas informações. | Qual a forma mais efetiva de feedback sobre as avaliações dos serviços prestados? | Os risco e benefício significam, que os clientes precisam obter informações sobre as vantagens e desvantagens do sistema, isto é, valor em uso (AHRAR; RAHMAN, 2012). |

| Extrínseco | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | |
|--|-------------------------|--|--|--|---|
| Social | Empatia | Métodos que os consumidores podem reduzir os riscos no serviço por meio da empatia. | Ter a percepção dos usuários quanto ao comprometimento dos profissionais em atendê-los, e se colocarem no lugar deles, é relevante para que possam reduzir riscos em prestar serviços em desconformidade com os intentos/anseios dos usuários | Como poderia ser “incrementada “a empatia da equipe da biblioteca? | Por meio do debate aberto sobre riscos e benefícios e de métodos para que os próprios consumidores diminuam os riscos inerentes aos produtos e serviços, é possível que o risco seja reduzido, o que Ramaswamy e Gouillart (2010) afirmam ser um dos poderes da co-criação. |
| | Relacionamento | Avaliação do relacionamento entre profissionais e equipe de trabalho expõe os riscos para possível mitigação dos problemas. | A rede se relacionamento são relevantes quanto a co-criação de valor nos serviços informacionais, pois esses relacionamentos possuem características distintas da avaliação dos serviços individualizada. A mitigação dos riscos na prestação dos serviços, em vista as equipes, deve ser considerada devido as características distintas. | Como você avalia o relacionamento entre sua equipe (trabalho) e a biblioteca quanto a prestação dos serviços informacionais. | Por meio do debate aberto sobre riscos e benefícios e de métodos para que os próprios consumidores diminuam os riscos inerentes aos produtos e serviços, é possível que o risco seja reduzido, o que Ramaswamy e Gouillart (2010) afirmam ser um dos poderes da co-criação. |
| Transparência: Como o usuário disponibiliza informações à biblioteca. | | | | | |
| | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | Fundamento teórico |
| Intrínseco | | | | | |
| Cultura | Conhecimento/Habilidade | Clareza e transparência quanto aos interesses do usuário por informações propiciam a co-criação de valor, pois ambos se beneficiam, o usuário em ter reconhecidos suas necessidades e a biblioteca e propor melhor os serviços de forma direcionada. | As transparências do usuário em dispor seus interesses por recursos informacionais provem a co-criação de valor, ao ponto de a biblioteca reconhece se beneficia e melhor adequa seus serviços, e o usuário melhor tem os serviços prestados em detrimento aos seus interesses. | Como você demonstra à biblioteca seus interesses por recursos informacionais. Quanto transparente você é. | A transparência está relacionada ao nível de clareza nos objetivos e ações entre um ou mais criadores de valor e está intimamente relacionada à acessibilidade, além de facilitar o diálogo colaborativo com os consumidores (AHRAR; RAHMAN, 2012). |

| | | | | | |
|------------|----------------------------------|---|--|--|---|
| | Lealdade/história Experiência | A transparência da lealdade promove a co-criação de valor, pois a biblioteca melhor pode ajustar os serviços de acordo com as experiências demonstradas, o usuário melhor usufrui dos serviços. | É importante que a lealdade seja explanada para que a biblioteca possa melhor dispor os serviços, de forma a cocriar valor, de forma a melhorar a confiança entre usuário e biblioteca. | De que forma você transparece sua lealdade em relação aos serviços prestados. | A transparência conduz-nos ao nível de clareza, visibilidade e acessibilidade (AHRAR; RAHMAN, 2012) |
| Físico | Energia/ Disposição | Conhecer as “despesas dos recursos dos usuários” é necessário para reconhecer os esforços que ele utiliza para usar os serviços | A visibilidade dos esforços que o usuário faz para usar os serviços da biblioteca deve ser relevante para que a biblioteca tenha conhecimento desses esforços e proponha a redução deles. | Como você transparece seus esforços e recursos para usar os serviços da biblioteca e o desenvolvimento dele. | A transparência conduz-nos ao nível de clareza, visibilidade e acessibilidade (AHRAR; RAHMAN, 2012) |
| | <i>Feedback</i> | Ter acesso aos sentimentos quanto ao quadro profissional dos profissionais dos serviços de informação é relevante para propor melhorias e ter acesso aos elogios e críticas. | A transparência quanto ao retorno de sua satisfação quanto ao quadro de pessoal é relevante para que os serviços possam ser melhorados quando identificados gaps em relação a capacitação/melhoramentos dos profissionais. | Como você transparece seus sentimentos em relação à capacitação dos profissionais que atuam nos serviços da biblioteca. | A transparência está relacionada ao nível de clareza nos objetivos e ações entre um ou mais criadores de valor e está intimamente relacionada à acessibilidade, além de facilitar o diálogo colaborativo com os consumidores (AHRAR; RAHMAN, 2012). |
| Extrínseco | O que? | Por quê? | Importância? | Pergunta? | |
| Social | Empatia | Os objetivos e disponibilidade dos usuários são relevantes para que a biblioteca melhor adequue seu quadro de horário e provenha dinâmicas para melhor atender o usuário. | Conhecer a disponibilidade em termos de tempo promove a co-criação de valor, pois a biblioteca melhor se adequa o quadro de horário de funcionamento em detrimento aos interesses dos usuários, de forma a direcionar a equipe nos horários mais usuais. | Como você evidencia seus sentimentos quanto ao quadro de horário/funcionamento da biblioteca, e a disponibilidade da equipe. | [...] o objetivo de ser transparência é anunciar para todos, e prover uma classificação com base no uso de usuários (AHRAR; RAHMAN, 2012, p. 48) |
| | | | | | |

| | | | | | |
|--|----------------|---|---|---|--|
| | Relacionamento | A transparência em relação aos sentimentos dos usuários em tratar dos recursos físicos/TI promove a co-criação de valor, pois a biblioteca melhor entende as necessidades dos usuários e ele se beneficia com o retorno e adequações aos seus interesses. | É importante ter visibilidade dos sentimentos dos usuários em relação ao ambiente físico da biblioteca, pois os gestores podem direcionar seus esforços em propor melhorar os recursos físicos (mobiliário, TI). O usuário melhor usará os serviços informacionais tendo um ambiente propício, contudo, deve colaborar em ser transparente com seus intentos. | Como (meio) você se relaciona com a equipe em termos de transparecer seus sentimentos em relação ao ambiente físico/TI da biblioteca. | A transparência está relacionada ao nível de clareza nos objetivos e ações entre um ou mais criadores de valor e está intimamente relacionada à acessibilidade, além de facilitar o diálogo colaborativo com os consumidores (AHRAR; RAHMAN, 2012) |
|--|----------------|---|---|---|--|

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme analisado na literatura, observa-se uma dinâmica pouco estudada com relação a co-criação de valor, isto é, a visão do usuário 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, sua perspectiva cultural, social e física deste participante.

Os processos de encontro (DART) são os meios em que os recursos dos usuários possam ser investigados. Por meio do “Diálogo” o usuário pode utilizar de seus meios e formas de comunicação para cocriar valor com a biblioteca, o qual seus recursos operantes devem ser compreendidos mutuamente entre biblioteca e usuário. Esta questão na co-criação de valor, considera a análise dos recursos do usuário (meios canais) sob o que ele considera adequado para o diálogo.

O “Acesso” é a dimensão em que o usuário poderá participar e colaborar para a co-criação de valor em termos de visualizar os processos de forma clara, e poder contribuir para melhorias. O acesso à informação é primordial para que a co-criação ocorra, e que para isso, 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 avaliação de “Riscos” e benefícios é relevante ao ponto que o usuário por si só, pode reconhecer vantagens e desvantagem em participar dos processos que possa se envolver. Mitigar os riscos é permitir que o usuário participe dos processos de co-criação de valor, se se prejudicar e ou causar prejuízos a biblioteca, em termos de expectativa e percepção.

A “Transparência”, é a dimensão em que o usuário pode se beneficiar e propor benefícios a biblioteca e vice-versa, em ter disponível informações sobre o uso dos serviços informacionais. Quanto mais transparecer informações, para ambos os participantes, melhor será os benefícios mútuo.

Islam, Agarwal e Ikeda (2015) afirmam que as atividades de co-criação em bibliotecas, os usuários estão cientes de que eles estão contribuindo para o desenvolvimento de novas ideias / conceitos em serviços de biblioteca. Com a

participação do usuário na co-criação de valor, acreditamos que as bibliotecas estarão em melhor posição para oferecer novos serviços.

5 Conclusão

A análise do viés do usuário quanto a sua participação na co-criação de valor é ponto chave para entender o processo em sua completude. Cabe observar que alguns estudos sobre co-criação de valor em bibliotecas, utilizaram somente o ponto de vista de um dos participantes, em sua maioria, o viés da biblioteca, o que de certa forma, também tem sua contribuição quanto ao entendimento de como cocriar valor. Pois as perspectivas, levavam em conta a participação do usuário na investigação. Contudo, por mais esforço e conhecimento que tenham as equipes de bibliotecas, a análise do usuário considera aspectos intrínsecos e extrínsecos a sua participação nos serviços informacionais. O qual somente ele, pode responder seus intentos sob seus recursos operantes.

Esta análise muito contribui para o entendimento do verdadeiro significado de co-criação de valor. 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 por meio do quadro de referência, os processos e elementos para co-criação de valor em serviços informacionais possam ser descobertos, de forma a 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, diante de um contexto dinâmico e adaptativo.

Investigar a co-criação de valor em relação aos usuários, contribui para que as Unidades de Informação também possam ajustar e melhorar seus serviços em detrimentos aos verdadeiros intentos dos usuários. Poder olhar e entender os recursos operantes do usuário (conhecimento/habilidade, lealdade, disposição, *feedback* e relações), por meio dos elementos de encontro DART, é ter como extrair os elementos /processos intrínsecos a este participante.

Observou-se que os estudos sobre co-criação de valor em serviços informacionais demonstraram a relevância deste tema para a Biblioteconomia e consequentemente para a Ciência da Informação. Os modelos já descritos na literatura apresentam intentos de formular uma estrutura que permita melhorias e gestão neste processo de interação. Esta pesquisa, portanto, serve de subsídios para formulação desta estrutura, o qual o quadro teórico de referência, é instrumento para sua construção.

Como pesquisas futuras, sugere-se a investigação por parte do outro participante da co-criação de valor, o provedor (biblioteca), bem como, a aplicação empírica quanto a análise dos elementos de co-criação de valor, e a estrutura de um modelo destes processos.

Referências

AHRAR, Neda; RAHMAN, Azizah Abdul. Value co-creation attributes which influence on e-service: the case of UTM institutional repository. **International Journal of Engineering Research and Development**, Rajkot, v. 2, n. 9, p. 46-50, 2012.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários conforme o paradigma social da ciência da informação: desafios teóricos e práticos de pesquisa. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 2, p. 23-39, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n2p23>. Acesso em: 18 jan. 2023.

ARNOULD, Eric *et al.* Toward a cultural resource-based theory of the customer. *In*: LUSCH, Robert; VARGO, Stephen. **The service-dominant logic of marketing: dialog, debate and directions**. Armonk: M. E. Sharpe, 2006. p. 320-333.

BARON, Steve; WARNABY, Gary. Individual customers' use and integration of resources: empirical findings and organizational implications in the context of value co-creation. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 40, n. 2, p. 211-218, 2011. Available in: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.06.033>. Accessed on: 18 jan. 2023.

BECKER, Larissa Carine Braz; SANTOS, Cristiane Pizzuti dos; NAGEL, Mateus de Brito. A relação entre os elementos da co-criação, satisfação e confiança no contexto de serviços. **REMark – Revista brasileira de marketing**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 263-280, 2016.

CAPURRO, Rafael; HJØRLAND, Birger. The concept of information. **Annual review of information science and technology**, Hoboken, v. 37, n. 1, p. 343-411, 2003. Available in: <https://doi.org/10.1002/aris.1440370109>. Accessed on: 18 jan. 2023.

CARVALHO, Maria Margarida Melo de; MENEZES, João Rosmaninho de; DOMINGUES, Caroline. A co-criação de valor nos serviços bibliotecários: uma abordagem conceptual em construção. *In: JORNADAS LUSO-ESPANHOLAS DE GESTÃO CIENTÍFICA*, 22., 2012, Villa Real. **Anais [...]**. Villa Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 2012. p. 1-15.

GOLOOBA, Moses. **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.

HENKEL, Maria *et al.* Case studies on open innovation in libraries. **Proceedings of the Association for Information Science and Technology**, Leesburg, v. 54, n. 1, p. 705-706, 2017. Available in: <https://doi.org/10.1002/pr2.2017.14505401123>. Accessed on: 18 jan. 2023.

ISLAM, Md Anwarul; AGARWAL, Naresh Kumar; IKEDA, Mitsuru. Conceptualizing value co-creation for service innovation in academic libraries. **Business Information Review**, Thousand Oaks, v. 32, n. 1, p. 45-52, 2015. Available in: <https://doi.org/10.1177/0266382115573155>. Accessed on: 19 jan. 2023.

JAWORSKI, Bernard; KOHLI, Ajay. Orientação para o mercado: antecedentes e consequências. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 46, p. 82-103, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-75902006000200014>. Acesso em: 18 jan. 2023.

LIRA, Raquel Alexandre de *et al.* *Design thinking* em bibliotecas: evidências da literatura. **P2P e inovação**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 104-116, 2019.

PAYNE, Adrian *et al.* Managing the co-creation of value. **Journal of the academy of marketing science**, New York, v. 36, n. 1, p. 83-96, 2008. Available in: <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0070-0>. Accessed on: 19 jan. 2023.

PETERSEN, Sidsel. Dokk1: La co-creazione come nuovo metodo di lavoro in biblioteca. **AIB studi: Rivista di biblioteconomia e scienze dell'informazione**, Roma, v. 56, n. 3, p. 6, 2016. Disponibile in: <https://doi.org/10.2426/aibstudi-11510>. Accesso a: 19 jan. 2023.

PRAHALAD, Coimbatore Krishnarao; RAMASWAMY, Venkat. Co-creation experiences: the next practice in value creation. **Journal of Interactive**

Marketing, New York, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004. Available in:
<https://doi.org/10.1002/dir.20015>. Accessed on: 19 jan. 2023.

RAMASWAMY, Venkat; GOUILLART, Francis. Building the co-creative enterprise. **Harvard business review**, Watertown, v. 88, n. 10, p. 100-109, 2010.

REDDACLIFF, Anne. If margaret mead was a librarian: observation and visitor experience at libraries in Russia and the Baltic States. **Journal of the Australian Library and Information Association**, Abingdon, v. 66, n. 1, p. 17-27, 2017. Available in: <https://doi.org/10.1080/00049670.2017.1283739>. Accessed on: 19 jan. 2023.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2017.

RODRIGUES, Virginia Lucia; CARDOSO, Ana Maria Pereira. O campo de estudos de usuários na ciência da informação brasileira: uma revisão sistemática da literatura. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 234-251, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1808-5245232.234-251>. Acesso em: 19 jan. 2023.

ROMERO, David; MOLINA, Arturo. Collaborative networked organizations and customer communities: value co-creation and co-innovation in the networking era. **Production Planning & Control**, Abingdon, v. 22, p. 447-472, 2011. Available in: <https://doi.org/10.1080/09537287.2010.536619>. Accessed on: 19 jan. 2023.

ROQUE, Isaac Brito; VIEIRA, David Vernon. *Design thinking* na elaboração de uma proposta de sinalização da Biblioteca Universitária da UFCA: relato de pesquisa. **Informação@ Profissões**, Londrina, v. 8, n. 2, p. 20-41, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/2317-4390.2019v8n2p20>. Acesso em: 19 jan. 2023.

SAMSON, Sue; GRANATH, Kim; ALGER, Adrienne. Journey mapping the user experience. **College & Research Libraries**, Chicago, v. 78, n. 4, p. 459, 2017. Available in: <https://doi.org/10.5860/crl.78.4.459>. Accessed on: 19 jan. 2023.

SCHREIER, Martin; FUCHS, Christoph; DAHL, Darren. The innovation effect of user design: Exploring consumers' innovation perceptions of firms selling products designed by users. **Journal of Marketing**, Thousand Oaks, v. 76, n. 5, p. 18-32, 2012. Available in: <https://doi.org/10.1509/jm.10.0462>. Accessed on: 19 jan. 2023.

SIDDIKE, Md Abul Kalam; UMEMOTO, Katsuhiko; KOHDA, Youji. Transformation of public libraries: co-creation of values at multipurpose community learning centers. *In: IIAI 3RD INTERNATIONAL CONFERENCE*

ON ADVANCED APPLIED INFORMATICS, 3., 2014, Kitakyushu, Japan.
Proceedings [...]. Kitakyushu: IIAI, p. 2014. p. 109-114.

SILVEIRA, Murilo Mauro; VARVAKIS, Gregório. Gestão do Conhecimento e co-criação de valor em Serviços Informacionais. **Investigación Bibliotecológica**, Ciudad de México, v. 35, n. 86, 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2021.86.58255>. Acesso em: 19 jan. 2023.

TRISCHLER, Jakob; PERVAN, Simon; SCOTT, Donald Robert. Exploring the “black box” of customer co-creation processes. **Journal of Services Marketing**, Bingley, v. 31, n. 3, p. 265-280, 2016. Available in: <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2016-0120>. Accessed on: 19 jan. 2023.

VARGO, Stephen; LUSCH, Robert. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, Thousand Oaks, v. 68, p. 1-17, 2004.

The user within value co-creation in informational services: theoretical foundations

Abstract: The objective is to build a synoptic frame of reference about the co-creation of value in informational services considering the user perspective, therefore improving the understanding of the co-creation process due to user actions. It is justified by the reduced number of related research and limited understanding of how the co-creation of value in libraries occurs, particularly considering the user's actions, since the studies tend to focus on the service provider. It is a theoretical essay, whose nature is conceptual and analytical. As a result, it is expected that the frame of reference presented contribute to the theoretical advance and further development of studies that allow the investigation of the processes/elements of co-creation of value by users.

Keywords: co-creation of value; information services; users study

Recebido: 19/05/2022

Aceito: 19/01/2023

Declaração de autoria

Concepção e elaboração do estudo: Murilo Mauro Silveira, Gregório V. Rados

Coleta de dados: Murilo Mauro Silveira, Gregório V. Rados

Análise e interpretação de dados: Murilo Mauro Silveira, Gregório V. Rados

Redação: Murilo Mauro Silveira, Gregório V. Rados

Revisão crítica do manuscrito: Murilo Mauro Silveira, Gregório V. Rados

Como citar:

SILVEIRA, Murilo Mauro; VARVAKIS, Gregório. Fundamentos teóricos sobre a participação do usuário na co-criação de valor em serviços informacionais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 29, e-124641, 2023. <https://doi.org/10.19132/1808-5245.29.124641>



¹HOFSTEDE, Arthur. Business process management: a survey. **Business Process Management Journal**, Bingley, v. 2678, n. 1019, p. 1-12, 2003. *Apud* Golooba (2017).



Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465681706012>

Como citar este artigo

Número completo

Mais informações do artigo

Site da revista em redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe,
Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no
âmbito da iniciativa acesso aberto

Murilo Mauro Silveira, Gregório Varvakis

**O usuário na co-criação de valor em serviços
informacionais: fundamentos teóricos**
**The user within value co-creation in informational
services: theoretical foundations**

Em Questão

vol. 29, e124641, 2023

Universidade Federal do Rio Grande do Sul,

ISSN: 1807-8893

ISSN-E: 1808-5245

DOI: <https://doi.org/10.19132/1808-5245.29.124641>