

O EMPREENDEDORISMO E O MERCADO INFORMACIONAL BRASILEIRO: perspectivas de atuação para o bibliotecário empreendedor

**ENTREPRENEURSHIP AND THE BRAZILIAN INFORMATION MARKET:
performance perspectives for the entrepreneurial librarian**

Arysa Cabral Barros

arysa.cb@gmail.com

<http://lattes.cnpq.br/7321170256563198>

<https://orcid.org/0000-0002-7149-4322>

Bacharela em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Cariri (UFCA).

Dra. Maria Cleide Rodrigues Bernardino

cleide.rodriques@ufca.edu.br

<http://lattes.cnpq.br/5619979866984830>

<https://orcid.org/0000-0002-3812-3167>

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestra em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Especialista em Gerenciamento de Bibliotecas Públicas e Escolares pela UnB e em Literatura Brasileira pela Universidade Regional do Cariri (URCA). Bacharela em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professora do curso de Biblioteconomia e do Mestrado Profissional em Biblioteconomia (MPB) da Universidade Federal do Cariri (UFCA).

Submetido: 30 nov. 2020

Publicado: 15 jun. 2021

RESUMO

Traz recorte de pesquisa de mestrado em Biblioteconomia sobre o mercado de trabalho do bibliotecário e as mudanças ocorridas a partir das oportunidades empreendedoras da área. Entende-se que empreender significa pôr em prática habilidades e competências para a criação de produtos e serviços inovadores. Ampara-se na problemática: como o bibliotecário empreendedor pode atuar no mercado informacional? Tem como objetivo geral: descrever as práticas de atuação do bibliotecário empreendedor no mercado informacional brasileiro. E como objetivos específicos: a) refletir sobre o empreendedorismo no Brasil; b) compreender os aspectos aplicacionais do empreendedorismo no mercado informacional; e c) identificar as possibilidades de atuação do bibliotecário empreendedor. Baseia-se no método indutivo como abordagem para uma pesquisa exploratória e descritiva com análise qualitativa. O levantamento do quadro teórico é desenhado a partir de uma pesquisa bibliográfica, que teve como fonte os variados canais de informação e repositórios de teses e dissertações, artigos científicos e livros. Conclui-se, a partir dos dados coletados, que o bibliotecário possui um amplo campo de exercício biblioteconômico no mercado informacional, contudo, este precisa ampliar os paradigmas e a percepção da *praxe* bibliotecária, e desse modo, aproveitar as oportunidades existentes.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo na Biblioteconomia; bibliotecário empreendedor; prática empreendedora.

ABSTRACT

It brings a clipping of Master's research in Librarianship on the librarian's job market and the changes that have occurred from the entrepreneurial opportunities in the area. It believes that to undertake means to put into practice skills and competences for the creation of innovative products and services. It is supported by the problem: how can the

entrepreneurial librarian act in the information market? Its general objective: to describe the practices of the entrepreneurial librarian in the Brazilian information market. And as specific objectives: a) reflect on entrepreneurship in Brazil; b) understand the application aspects of entrepreneurship in the information market; and c) to identify the possibilities of action of the entrepreneurial librarian. It is based on the inductive method as an approach to exploratory and descriptive research with qualitative analysis. The survey of the theoretical framework is drawn from a bibliographic research, which had as source the varied information channels and repositories of theses and dissertations, scientific articles, and books. It is concluded, from the data collected, that the librarian has a broad field of biblioeconomic exercise in the information market, however, this needs to broaden the paradigms and perception of the librarian practice, and thus take advantage of the existing opportunities.

KEYWORDS: entrepreneurship in librarianship; enterprising librarian; entrepreneurial practice.

1 INTRODUÇÃO

As mudanças estruturais econômicas do século XXI vêm exigindo cada vez mais dos profissionais que buscam uma oportunidade no mercado de trabalho. Além de lidar com o alto índice das taxas de desemprego, eles devem acompanhar constantemente a crescente demanda de informação e conhecimento especializado como consequência das recentes tecnologias de informação. É aqui que o cenário começa a se modificar.

Cansados de esperar um contrato firmado por empresas ou concurso públicos, decidem gerir seu próprio negócio, tornando-se assim empreendedores. O empreendedor desafia o *status quo* predominante no mercado e provoca uma ruptura nos paradigmas das relações empregatícias tradicionais, explorando ao máximo as oportunidades de crescimento, este consolida propostas alternativas obtidas com o exercício da criatividade e da inovação voltadas para organização e fortalecimento de uma cultura gerencial baseada no empreendedorismo.

A partir dessas reflexões, compreende-se que as profundas mudanças na área da tecnologia e da comunicação, com o início da Sociedade da Informação em 1960, vem transfigurando o papel da informação como peça-chave de todos os modelos econômicos, sociais, políticos e culturais que ocorreram depois desse período (SANTOS; BERNARDINO, 2012). Sendo assim, essa realidade transformadora que permeia as práticas profissionais, reflete diretamente nas demandas mercadológicas informacionais.

Dessa forma, pode-se observar claramente a viabilidade do bibliotecário atuar como um empreendedor, criando outras condições de trabalhos em diferentes ambientes, aplicando seus conhecimentos e habilidades para constituir sua empresa, prestando serviços na área da informação e em projetos inovadores frente essa nova realidade mercadológica, e assim, promovendo a construção de conhecimentos, resolução de problemas e satisfação das necessidades do usuário, ou melhor, do seu cliente.

Mediante esse novo paradigma de atuação, despertou-se o interesse em pesquisar as mudanças do mercado biblioteconômico e como o empreendedorismo pode contribuir para o campo em questão. E, tendo em vista que existe uma inópia na produção acadêmica sobre a temática, e assim, pensa-se no fomento à prática de pesquisas que estejam pautadas na proposta do mercado empreendedor para os

bibliotecários. Isto posto, atentando a essa conjunção de fatores, surge a subsecutiva indagação: como o bibliotecário empreendedor pode atuar no mercado informacional?

Trazer o questionamento do empreendedorismo para a Biblioteconomia, significa exercer seus postulados, principalmente no que se refere ao setor de serviços e produtos de informação, os quais propiciam a dinamização e flexibilização do *modus operandi* das práticas informacionais neste campo de atuação. Dessa forma, a pesquisa tem como objetivo geral: descrever as práticas de atuação do bibliotecário empreendedor no mercado informacional brasileiro. Para atingir essa finalidade, traçou-se os seguintes objetivos específicos: a) refletir sobre o empreendedorismo no Brasil; b) compreender os aspectos aplicativos do empreendedorismo no mercado informacional; c) identificar as possibilidades de atuação do bibliotecário empreendedor.

2 METODOLOGIA

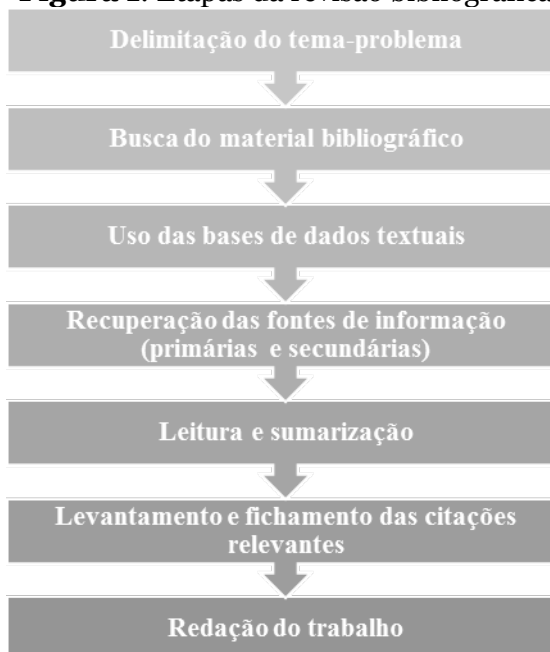
Na investigação no escopo das Ciências Sociais traça-se o caminho metodológico a partir do método indutivo, que consiste em um “[...] processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 68). Nesta conjuntura de fatos, considerando o rigor metodológico na elaboração e desenvolvimento das pesquisas acadêmicas, pretende-se delinear, neste capítulo, a caracterização dos aspectos que nortearam o polo técnico e avaliativo do trabalho em tela.

No que concerne à finalidade, caracteriza-se como exploratória e descritiva. Tendo por base a problematização exposta, estabeleceu-se como escopo a pesquisa exploratória, devido à escassez de produção acadêmica voltada para as contribuições do empreendedorismo na Biblioteconomia. Entendendo que a pesquisa exploratória é aquela que “[...] têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2012, p. 27).

Isto posto, será apresentado no referencial teórico essa nova perspectiva de atuação bibliotecária e as relações potenciais com o mercado empreendedor no setor de serviços, considerando as vertentes multidisciplinares indispensáveis para atender as necessidades informacionais dos clientes, por isso, a pesquisa é considerada descritiva, uma vez que, tem como objetivo “[...] a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2012, p. 28).

Com relação ao levantamento das informações teórico-conceituais, optou-se pela pesquisa bibliográfica, que proporcionou uma visão geral do que já se publicou sobre o bibliotecário empreendedor e o mercado informacional brasileiro. No que concerne o processo de desenvolvimento dessa estratégia, utilizou-se, dentre os tipos de canais de informações, os periódicos eletrônicos e os portais de informação científica (monografias, dissertações e teses).

Figura 1: Etapas da revisão bibliográfica



Fonte: Adaptado de Pizzani *et al.* (2012).

Na construção da inferência analítica, empregou-se a abordagem qualitativa. Segundo Martins e Theóphilo (2016), nesse tipo de pesquisa predomina-se a descrição de pessoas, situações, acontecimentos etc., uma vez que se preocupa em compreender o comportamento do objeto diante de um quadro de referência. Dessa forma, após a recuperação das fontes de informação, como: Valentim (2000), Milano (2007), Rosa *et al.* (2016), Spudeit (2018), Madalena (2018), dentre outros autores, buscou-se delinear o repertório teórico da atuação do bibliotecário, a fim de descrevê-los com base na compreensão, interpretação e análise das informações.

3 O PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Para iniciar essa discussão, faz-se necessário abordar algumas considerações históricas e teórico-conceituais sobre o empreendedorismo. Conforme a literatura econômica, o embaixador veneziano Marco Polo (1252-1324), é considerado o primeiro exemplo de empreendedor, ao estabelecer uma rota comercial para o Oriente, aventurando-se pelo mar para vender suas mercadorias. Posteriormente, na França renascentista, tem-se o uso do termo ‘empreendedor’ (*entrepreneur*) para designar o indivíduo que contratava soldados mercenários com o fim de servir a realeza em troca de um pagamento financeiro (ALMEIDA; ZOUAIN, 2016; DORNELAS 2018).

A princípio, a palavra foi empregada pela primeira vez através do escritor e economista franco-irlandês, Richard Cantillon (1680-1734), no início do século XVI, quando diferenciou o empreendedor (aquele que assume riscos) do capitalista (aquele que fornecia o capital). Essa expressão teve ascensão com o livro ‘Tratado de Economia Política’ (1803) a partir da abordagem empresarial do economista francês Jean-Baptiste Say (1767-1832) (DRUCKER, 1987; NATSUME, 2004).

É preciso observar que no século XII, este termo era usado para referir-se ‘àquele que incentiva brigas’. Já no século XVII,

representado pela era econômica, o empreendedor estava ligado à pessoa que ‘tomava a responsabilidade e coordenava uma operação militar’, e no fim deste século e início do século XVIII, o termo foi usado como referência à pessoa que ‘criava e conduzia empreendimentos’ (VERGA; SILVA, 2014, p. 5-6).

Quanto à sua etimologia, ‘empreendedor’ deriva do francês *entrepreneur* e diz respeito a aquele indivíduo que assume riscos e começa algo novo (PAZ, 2016). Em contrapartida, autores afirmam que a palavra empreender (*imprehendere*) teve origem do latim medieval, antes do século XV e significa tentar gerenciar uma empresa laboriosa e difícil, ou ainda, “pôr em execução”. Duarte (2011, p. 484) em seu dicionário, descreve a palavra empreendedorismo como um “Neologismo derivado do verbo empreender, também designado por competência empreendedora, significando a ação deliberada de realizar ou de tentar realizar algo”.

Haja visto estas explicações, percebe-se que desde os primórdios europeus até as definições mais recentes, o ‘empreendedor’ ou o ato de ‘empreender’ remete ao indivíduo que vai além das padrões estabelecidos pela a sociedade, aquele que busca alcançar melhores condições e sucesso através de práticas inovadoras e criativas, isto é, toma a dianteira da situação e dar o primeiro passo pelo desconhecido, seja incentivando brigas, descobrindo rotas, liderando soldados em batalhas ou gerenciando negócios.

Desse modo, é pertinente abarcar as concepções epistemológicas do termo, o qual vem sendo abundantemente discutido nas diversas áreas do conhecimento. Assim, a fim de elucidar suas perspectivas conceituais sob ótica holística conceitual, destaca-se as seguintes concepções teórico-conceituais sobre o empreendedorismo:

Quadro 1: Quadro teórico-conceitual

Autor	Conceito
Schumpeter (1998)	Processo de ‘destruição criativa’, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novo
Barreto (1998)	Habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada
Hisrich e Peter (2004)	Processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal
Dornelas (2005)	Envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a uma transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso
Dolabela (2008, 2010)	Fenômeno cultural, fruto de habilidades, práticas e valores das pessoas. Implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relaciona. Processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza
SEBRAE (2018)	Capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Salienta-se que sociólogo Karl Marx¹ (1818-1883), já comentava sobre a destruição criativa do qual fala Schumpeter (1998) em sua obra: ‘Capitalismo, Socialismo e Democracia’, publicado em 1942, em que trazia à tona reflexões sobre empreendedorismo, chamando de destruição criativa ou destruição criadora. Para ele, a renovação dos produtos no capitalismo dá-se através da destruição do velho e da criação do novo, impulsionando a economia. A diferença na visão de Marx e Schumpeter é que enquanto o primeiro era um crítico do capitalismo o segundo um entusiasta e baseou-se nas ideias de Marx para construir suas ideias de inovação e vanguarda como salvadora da crise econômica.

Não obstante, diante da fundamentação teórica exposta no Quadro 1, depreende-se que existe um diálogo entre os autores apontados, onde o conceito de empreendedorismo é atrelado à criação e transformação de serviços e produtos, tendo a finalidade de atender às necessidades do mercado e da sociedade, sejam elas tecnológicas ou organizacionais, onde o processo de inovação é definido como algo inédito ou uma nova visão de emprego de elementos já existentes e “[...] resulta da criatividade colocada em prática, objetivada em resultados positivos para o negócio e para as pessoas” (ALMEIDA *et al.* 2016, p. 20).

À vista disso, constata-se que o ato de empreender remete a capacidade humana de tomar a iniciativa e romper as resistências em meio às mudanças. O empreendedorismo é um novo paradigma técnico-econômico que transfigura o modelo de produção tradicional, um estudo das fontes das oportunidades para criar algo novo (produtos ou serviços, mercados, processos de produção ou matérias-primas e formas de organizar as técnicas existentes), criando um espaço de valorização do profissional criativo, inovador e capaz de trabalhar para si mesmo (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; SANTIAGO, 2009).

Com efeito dessa crescente discussão, nos últimos anos o termo vem sendo utilizado com frequência no ambiente acadêmico, buscando respaldo em abordagens sociológicas, psicológicas, antropológicas e econômicas. Natsume (2004) faz alusão à um evento que impulsionou o crescimento do empreendedorismo enquanto campo de estudo. Diz respeito a primeira grande conferência dedicada à pesquisa neste campo em 1981, a *Babson Conference*², ocorrida anualmente, sendo a última edição realizada em maio de 1988 em Calgary, Canadá. Desde então, muitos estudos são realizados objetivando aprofundar os seus aspectos teóricos, assim como, determinar o perfil do empreendedor, suas motivações e as razões de sucesso.

3.1 A EXPANSÃO DO EMPREENDEDORISMO NO MERCADO BRASILEIRO

Desde o final do século XX, o empreendedorismo vem se configurando mundialmente como uma forma de alavancar a economia, gerando emprego e renda, sobretudo através dos startups. Galvan (2014) reconhece que o brasileiro é detentor de um perfil empreendedor, sendo inclusive uma opção de carreira. Mediante tais assertivas, baseado na queda da empregabilidade no país, considera-se que as iniciativas empreendedoras têm obtido um aumento significativo e, portanto, a abertura de negócios torna-se uma alternativa para ocupação econômica e sobrevivência do trabalhador.

¹ Ver Capítulo 25: A Lei geral da acumulação capitalista, do livro ‘O Capital’, de Karla Marx, de 1867.

² A conferência do *Babson College* sobre novos negócios iniciou com 39 trabalhos apresentados. Enquanto a última fora apresentada 106 *papers* em 36 seções de trabalho, com 185 autores e coautores. Em oito anos de duração desta conferência, cerca de 430 pesquisadores apresentaram trabalhos científicos (LIMA, 1988).

O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo. Descontextualizada, esta frase pode criar uma ilusão aos observadores (nacionais e estrangeiros) mais devastados. No entanto, quando avaliamos alguns dados relativos a importância das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) na produção nacional, vemos que o papel do empreendedor é fundamental na economia brasileira (NATSUME, 2004, p. 7).

Segundo Dornelas (2018), a consolidação do tema e sua relevância para o país ocorreu a partir do ano 2000, após o surgimento de entidades, na década de 1990, como: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC); e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (*Softex*)³, cujas pretendiam implementar políticas e programas de apoio ao empreendedorismo nacional.

As principais razões para a constituição dessas organizações correspondem à preocupação com o crescimento de pequenas e médias empresas e à necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos. Motivos pelos quais popularizaram o termo no cenário econômico brasileiro, e por isso, nos últimos anos, tem recebido atenção especial por parte do governo, e assim, proporcionando, por intermédio da legislação empresarial brasileira, algumas facilidades para a formalização de novos negócios (ROSA; SILVA; ADÃO, 2016; DORNELAS, 2018).

O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)⁴, sob a coordenação do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e do SEBRAE, é o responsável por mensurar as taxas, estimativas e demais dados referentes às práticas empreendedoras no Brasil. Nesse relatório executivo anual, o GEM estabelece como taxas gerais (siglas em inglês): a) Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA); b) Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE); e c) Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) (INSTITUTO..., 2018).

Tabela 1: Taxas e estimativas de empreendedores no Brasil

Estágio	Taxas (%)	Estimativa (unid.)
TEA	17,9	24.456.016
TEE	20,2	27.697.118
TTE	38,0	51.972.100

Fonte: GEM Brasil (INSTITUTO..., 2018).

Em 2018, foram entrevistados 2000 empreendedores, na faixa etária de 18 a 64 anos, distribuídos por todo o território nacional. No que concerne os dados obtidos, inferiu-se que, aproximadamente, em cada cinco brasileiros, dois eram empreendedores, outrossim, o percentual de empreendedores totais alcançado nesse ano foi o segundo maior registro em toda a história do GEM Brasil, ficando a abaixo apenas da taxa registrado em 2015 (39%) (INSTITUTO..., 2018).

Por conseguinte, o SEBRAE (2020), ao analisar o cenário macroeconômico e os potenciais impactos dos novos empreendimentos, complementa essa realidade

³ Softex é uma Organização Social Civil de Interesse Público (OSCIP), sem fins lucrativos, que desenvolve ações para promover a melhoria da competitividade da Indústria Brasileiro de *Software* e Serviços de TI (IBSS).

⁴ O projeto GEM fora idealizado em 1999 a partir de uma parceria entre a *London Business School* (Inglaterra) e a *Babson College* (Estados Unidos), com a finalidade de estudar os empreendedores e seus empreendimentos pelo mundo. O Brasil passou a fazer parte dessa pesquisa cooperativa em 2000, apresentando um retrato, ainda que parcial, do fenômeno multifacetado e complexo do empreendedorismo nacional (INSTITUTO..., 2018).

quando assegura que o ritmo de expansão do número desses pequenos negócios e/ou suas atividades tendem a apresentar um melhor desempenho em 2020, devido a “[...] recuperação do mercado de trabalho, por conta dos juros mais baixas, melhora da confiança dos empresários e aumento do consumo das famílias” (p. 11).

Tabela 2: Quantidade de empreendimentos brasileiros com vínculos ativos

Setores	2019	2020	Fração
Serviços	10.668.585	11.175.931	54,39%
Comércio	6.375.014	6.569.515	31,97%
Indústria	1.366.721	1.417.763	6,9%
Agronegócio	985.404	1.008.775	4,9%
Financeiro	315.487	320.145	1,56%
Serviços Públicos	57.390	57.424	0,28%
Total	19.768.601	20.549.553	100%

Fonte: Empresômetro⁵ (2020).

Dentre os 20 milhões de empreendimentos brasileiros, cerca de que 54,39% predominam o setor de serviços (Tabela 2). Isso evidencia o que Bridges (1995) salientou em sua obra, ao afirmar que as oportunidades de trabalho cresceram em contrapartida ao desaparecimento do emprego formal e o setor de serviços é o mais propício para crescimento. Logo, a tendência desses números é aumentar exponencialmente, visto que, em comparação a 2019, têm-se até hoje mais de 500 empresas iniciais no segmento de prestação de serviços.

As atividades do setor de serviços são descritas pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), a qual foi idealizada em 1998 com o fim de padronizar os códigos de identificação das unidades produtivas do Brasil nos cadastros e registros da administração pública. A CNAE 2.0, implantada em 2007 pela Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), é composta por cinco níveis hierárquicos: seção, divisão, grupo, classe e subclasse⁶. Para compreender essa conjectura, apresenta-se a seguir as seções do setor de serviços da CNAE 2.0 (BRASIL, 2006):

- a) H - Transporte, armazenagem e correio;
- b) I - Alojamento e alimentação;
- c) J - Informação e comunicação;
- d) L - Atividades imobiliárias;
- e) M - Atividades profissionais, científicas e técnicas;
- f) N - Atividades administrativas e serviços complementares; parte da seção
- g) R - Artes, cultura, esporte e recreação; e
- h) S - Outras atividades de serviços.

Considerando as informações fornecidas, quanto ao crescimento das atividades empreendedoras no segmento de prestação de serviços e as oportunidades nos diferentes tipos de mercado, vale ainda ressaltar aquele que vem ganhando destaque no cenário econômico nacional e nos possíveis negócios potenciais de expansão no país: o Microempreendedor Individual (MEI).

Em geral, a legislação⁷ estabelece que para se tornar um MEI, o profissional não pode faturar mais do que R\$ 60.000,00 por ano com vendas dentro do país, da

⁵ O Empresômetro: inteligência de mercado, nasceu de um projeto sócio tecnológico do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT) e vem atuando desde 2006 construindo projetos com base na arrecadação tributária nacional.

⁶ O quinto nível, o de subclasse é definido para uso exclusivo dos órgãos governamentais.

⁷ Ver Lei Complementar nº128/2008.

mesma forma, não possuia mais de um estabelecimento ou vínculo empregatício com outra empresa (BRASIL, 2008). Dessa forma, o programa MEI surge como um dos caminhos para solucionar o crescimento da informalidade na economia, o qual gerou uma inquietação governamental com a produção das riquezas não documentadas (MARIA, 2014).

Devido à elevada carga tributária, a única saída para os menos favorecidos é a informalidade. O fato de não possuir o capital necessário, o conhecimento básico para a abertura do negócio e o apoio maior por parte do Estado, a informalidade configura-se como a única alternativa de sobrevivência (NATSUME, 2002, p. 9).

Entretanto, Maria (2014) declara o MEI uma nova oportunidade dos microempresários formalizarem seu trabalho de maneira autônoma, efetuando suas obrigações fiscais legalmente, para garantir uma futura aposentadoria, aquilo que o emprego informal não garante. Por isso, como mostra o gráfico abaixo, a criação de MEI vem crescendo, principalmente, nos segmentos que atendem as necessidades básicas da população.

Gráfico 1: Criação anual da figura jurídica MEI (em milhões)



Fonte: Adaptado do Portal do Empreendedor (2020).

O Gráfico 1 apresenta uma expansão significativa dos novos MEI entre 2010 e 2019⁸. É notório que esse aumento permanece elevado em 1 milhão de empreendimentos por ano. Baseado nisto, pode-se ponderar que esse fato está relacionado à constituição da Lei da REDESIM nº 11.598/2007 que simplifica o processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, bem como, a implementação da Lei do Microempreendedor Individual (MEI), nº 128/2008, que alterou o limite de faturamento da Lei do Simples Nacional nº 123/2006.

Com base nos dados do Portal do Empreendedor (2020), em 2019, foram criados mais de 1,7 milhões de MEI, o maior número já registrado no Brasil. Atualmente, tem-se a estimativa 9,8 milhões optantes pelo Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional (SIMEI)⁹, ou seja, dos 20 milhões empreendimentos com vínculos ativos (Tabela 2), aproximadamente 48% desses negócios são de microempreendedores individuais.

⁸ Em 2018, a variação líquida foi próxima de zero devido às exclusões de MEI inativos realizados pela Receita Federal.

⁹ O Inova Simples é um regime simplificado que concede os startups ou empresas de inovação tratamento diferenciado visando estimular a sua criação, formalização, desenvolvimento, assim como consolidação como agentes indutores de avanços tecnológicos, geração de emprego e renda.

Em termos de setores econômicos, os dados destacam o de serviço e o do comércio, os quais são atividades ligadas a economia interna.

À vista disso, os fatores que podem ter favorecido o processo de formalização são: a) baixo o custo para a criação/manutenção do MEI; b) redução a burocracia envolvida no registro do MEI; e c) elevado estoque de indivíduos que ainda possui um negócio na informalidade. Logo, “O fato de o ritmo de formalizações ter seguido forte em um momento de economia aquecida demonstra que o empreendedor individual é mais do que o resultado do desemprego, é uma alternativa de ganho de renda” (PRADO *et al.*, 2014, p. 72).

No início de seu lançamento, a criação da figura jurídica MEI esteve associada ao processo de formalização de empreendimentos informais. Atualmente, porém, além desse tipo de empreendedor, também aparecem com expressão pessoas que antes eram empregados (com e sem carteira), donas de casa e estudantes que passaram a ver no MEI a chance de se arriscarem criando o seu próprio empreendimento, realizando seu sonho empreendedor (SEBRAE, 2020, online).

No que tange a taxa de sobrevivência/mortalidade das empresas brasileiras, o relatório do SEBRAE (2016)¹⁰, cujo identifica que a taxa de sobrevivência (2008-2014) das empresas com até 2 anos, passou de 54% para 77%. Uma grande influência para essa melhoria se deve à ampliação do número de MEI, pois, caso sejam excluídos da análise, a taxa de sobrevivência cresce apenas 4 pontos percentuais, passando de 54% para 58%, ou seja, o MEI proporciona um impacto positivo no cálculo da taxa de sobrevivência dessas empresas.

Em relação à taxa de mortalidade, o estudo apresenta uma queda de 46% para 23% (2008-2014). Frente esse panorama, fora determina quatro grandes fatores que podem contribuir para o aumento desse percentual: a situação do empresário antes da abertura; o planejamento dos negócios; a capacitação em gestão empresarial; e a gestão do negócio em si. Concisamente, está explícito que a mortalidade das empresas brasileiras se remete a insuficiência de planejamento, capacitação e gestão.

Os dados fornecidos justificam o discurso dos especialistas¹¹ entrevistados pelo GEM Brasil (2018), que a capacidade empreendedora e a abertura de mercado são os principais fatores intervenientes para o nascedouro e manutenção dessas novas empresas. Enquanto o fator educação e capacitação pode restringir as possibilidades de se alcançar um empreendedorismo inovador com mais impacto econômico e social, por motivo da formação geral e técnica que os empreendedores recebem, dificultar a continuidade desses negócios (INSTITUTO..., 2018).

Assim, torna-se necessário trazer à tona os ecossistemas de inovação e os mecanismos de geração de empreendimentos. Iniciativas lideradas por profissionais especializados, que vêm possibilitando cada vez mais benefícios e facilidades para os empreendedores iniciais, em especial aqueles que buscam fundar e gerenciar um startup, muitas delas idealizadas por universitários, que estão ganhando espaço no

¹⁰ Pesquisa realizada com 2.006 empresas, ativas e inativas, com o objetivo de identificar os fatores determinantes da sobrevivência/ mortalidade desses empreendimentos (SEBRAE, 2016).

¹¹ Foram entrevistados 41 especialistas “[...] do setor público ou privado, acadêmicos estudiosos, ou mesmo empreendedores que possuem elevado grau de experiência ou conhecimento acerca de determinadas condições que afetam o empreendedorismo” (INSTITUTO..., 2018, p. 21).

mercado de produtos e serviços inovadores, a partir de negócios estratégicos e tecnológicos.

4 PERSPECTIVAS DE ATUAÇÃO PARA O BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR NO MERCADO INFORMACIONAL

Santos e Bernardino (2012) consideram que a evolução do mercado de trabalho e as transfigurações oriundas da Sociedade da Informação¹² (a datar na década de 1960), gerou novas formas de organização e de produção do conhecimento, e com isso, o bibliotecário requisita um novo olhar sobre suas práticas, acarretando a necessidade de interpretações mais precisas, ativas e dinâmicas para lidar com os fluxos informacionais existentes. Sendo assim, torna-se fundamental identificar as oportunidades no ramo trabalhistas e as novas perspectivas de atuação para além dos ambientes tradicionais.

No final do século XX, alguns pesquisadores já defendiam o discurso teórico de transfigurar a visão técnica tradicionalista da comunidade profissional. Lancaster (1983) assegurou que “[...] a biblioteconomia se desinstitucionalizou - transferiu-se a importância da biblioteca e dos documentos para a própria informação, esteja ela onde estiver [...]” (PAIVA, 1990, p. 51). Entretanto, a assimilação e a prática desse novo viés do fazer bibliotecário ocorre de forma gradativa, figurando-se um processo árduo e demorado, até um pouco inibido.

Percebe-se que cada vez menos existem empregos com carteira assinada e/ou abertura de concursos públicos, por isso os bibliotecários precisam estar antenados e preparados para oportunidades de trabalho em diferentes espaços, devem sair da zona de conforto e parar de culpar [apenas] a universidade por sua formação já que o profissional é também responsável por sua carreira (ROSA *et al.*, 2016, p. 127).

De fato, os currículos de alguns cursos de Biblioteconomia no Brasil, já contemplam o empreendedorismo como forma de expandir o mercado do bibliotecário, como é o caso da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Universidade Federal do Ceará (UFC), entre outras instituições. Todavia, somente disciplinas eletivas não dialogam com a real necessidade desse novo formato de trabalho.

Nesse sentido, fazendo alusão à educação empreendedora no contexto biblioteconômico, destaca-se aqui o provérbio atribuído ao filósofo chinês fundador do taoísmo Lao Zi, que data o século V a.C., “Se der um peixe a um homem, você o alimenta por um dia. Se ensiná-lo a pescar, você o alimenta por toda a vida” (SILVA, 2020, p. 20). Logo, educar esses profissionais a desenvolverem uma atitude empreendedora, possibilitará uma reação positiva diante as crises e implicará no modo como inovam no mercado informacional.

Além disso, para alcançar essa realidade, é fundamental que o bibliotecário ressignifique suas práticas, saia da comodidade e não culpe o fracasso apenas às circunstâncias externas, pelo contrário, este deve gerar no seu íntimo o interesse em

¹² Iniciou-se nos anos 1960, quando aconteceram profundas mudanças na área da tecnologia e da comunicação, entretanto, a noção de sociedade da informação foi introduzida por volta de 1973 pelo sociólogo estadunidense Daniel Bell. A informação passou a ser a peça-chave de todos os modelos econômicos, sociais, políticos e culturais que ocorreram depois desse período (SANTOS; BERNARDINO, 2012).

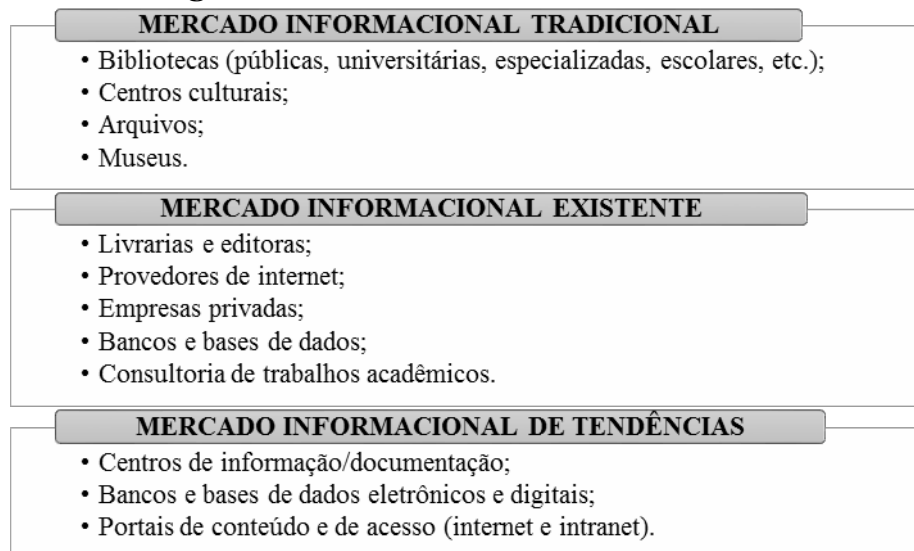
mudar, esforçando-se continuamente para ampliar suas competências e habilidades profissionais, exercendo-as nos diferentes campos informacionais, mas sem dedicação e vontade, essa conjectura de padrões negativos persistirá.

Na Biblioteconomia, o empreendedorismo tem a informação como estratégia competitiva para a tomada de decisão e inovação com a finalidade de suprir as demandas informacionais dos usuários, nesse caso, seus clientes. De fato, essa dimensão de atuação empreendedora configura-se uma excelente estratégia de negócio para os indivíduos buscarem oportunidades no mercado, sob o aspecto de fazer acontecer com criatividade e motivação, aproveitando suas potencialidades integralmente (BAGGIO; BAGGIO, 2014, DUARTE; CARMO; VALADÃO, 2017).

Diante disso, percebe-se a imprescindibilidade do bibliotecário pensar fora da caixa e ir além do seu campo de atuação tradicional, visto que, “Pensar fora da caixa é parar de achar culpados e ser protagonista da sua carreira, da sua profissão e da sua história” (SPUDEIT, 2016, p. 14). Nesse pensamento, em consonância com os autores citados, conclui-se que esse mercado de trabalho possibilita sim espaços favoráveis, dinâmico e fluido para o bibliotecário que deseja empreender, como será explanado a seguir.

A Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) disponibilizada pelo Ministério do Trabalho e Emprego define os bibliotecários como pertencentes da família dos ‘profissionais da informação’, sendo aqueles que “[...] disseminam informação com o objetivo de facilitar o acesso e geração do conhecimento; desenvolvem estudos e pesquisas; realizam difusão cultural; desenvolvem ações educativas. Podem prestar serviços de assessoria e consultoria” (BRASIL, 2010, *online*)

Figura 2: Mercado de trabalho do bibliotecário



Fonte: Adaptado de Valentim (2000 *apud* LEITE; OLIVEIRA, 2005).

Conforme a Figura 2, a autora elenca diferentes oportunidades de atuação para o nicho da Biblioteconomia. Em função disso, infere-se que há uma demanda no mercado informacional existente e de tendências (mercado potencial), mas onde estão os bibliotecários para assumi-la? É uma mudança desafiante. Aquele que deseja ser empreendedor tem que adotar ações concretas, efetivas e sistemáticas, visto que é um resultado de esforços prévios em identificar estas oportunidades inovadoras, definir propósitos, planejar e gerenciar seu potencial.

À vista disso, evidencia-se a urgência do bibliotecário reconhecer o amplo campo de exercício biblioteconômico no mercado, e desse modo, ampliar os paradigmas e a percepção míope da *praxe* bibliotecária, valorizando a informação como matéria-prima mercadológica. Em questão, esse profissional autônomo, tem de abrir os caminhos empreendedores ao estudar as oportunidades e os riscos existentes para gerar insumo estratégico, enfrentando os desafios com um espírito empreendedor.

O bibliotecário está diante de um usuário cada vez mais exigente e autossuficiente na busca e obtenção de informações disponíveis nos variados ambientes. Por isso, a estratégia é aprender a fazer de sua província um diferencial para o mundo empresarial, avaliando as necessidades dos usuários para fornecer serviços e produtos especializados baseados nas exigências do mercado, atuando proativamente na disponibilização destes com base em três vieses primordiais destacados: conhecimentos (o saber), habilidades (o saber fazer) e atitudes (a vontade de fazer).

Nascimento e Freitas (2016) advertem que o perfil empreendedor é um fator determinante no fracasso ou sucesso de um empreendimento, juntamente com as influências internas (planejamento) e externas (excesso de burocracia). No que concerne à atuação do bibliotecário empreendedor como profissional liberal, evidencia-se a substancialidade desses profissionais valorizarem à formação empreendedora, posto que, influência na construção de competências e proporciona uma maior capacidade autônoma.

[...] um bibliotecário empreendedor não é um mero executor de atividades técnicas, ele precisa ter habilidades para lidar com pessoas, disposição para enfrentar riscos, criatividade, curiosidade, aprender a trabalhar em equipe, ter energia, ser flexível, comunicativo, ter visão de médio e longo prazo, saber lidar com pressão, e principalmente possuir conhecimento para ser transformado em oportunidade (ALVES; DAVOK, 2009, p. 324).

Ao analisar estas características, deduz-se que para ser um bibliotecário empreendedor realmente é necessário que haja mudança de atitudes, aperfeiçoamento interdisciplinar e pensar objetivamente naquilo que deseja alcançar. Isto posto, o bibliotecário empreendedor precisa ir além do conhecimento técnico-normativo para ter uma vida profissional progressivamente consistente. Não deve esperar as situações acontecerem ou ‘cair do céu’ o emprego dos sonhos, na verdade, tem que se antecipar para obter um maior controle sobre as dificuldades no mercado de trabalho, enfrentando os desafios do caminho, dentre os quais destaca-se a sua formação extracurricular, que vai além das disciplinas estudadas na graduação em Biblioteconomia. É na atitude e na busca pelo conhecimento que o ato de empreender se concretiza.

Quadro 2: Competências empreendedoras para um bibliotecário

Competências	Descrições
Inovação	Empregar os recursos disponíveis de forma criativa na geração de novos produtos, explorar a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente, e agir na expansão de novos mercados, produtos e técnicas.
Comunicação persuasiva e rede de contatos	Capacidade de comunicação (saber persuadir terceiros, sócios e colaboradores) e a facilidade de relacionamentos interpessoais como fatores básicos e estratégicos a serem desenvolvidos para

	definir o perfil do empreendedor.
Negociação	Criticar, investigar, propor, planejar, executar e avaliar recursos e produtos de informação.
Aprendizagem	Adquirir novas aprendizagens com a possibilidade de refletir acerca do seu cotidiano e assim melhorar a qualidade de suas atividades.
Capacidade gerencial	Interagir e agregar valor ao processo de geração/criação de informações, além de elaborar, coordenar, executar, estabelecer de metas, validar planos, programas e projetos.
Habilidade para pesquisar e utilização e recursos	Conhecer e trabalhar com as mais variadas fontes de informação, assim como realizar pesquisas e obter informações confiáveis para transformar o meio em que ele atua.
Senso de organização e flexibilidade	Processar as informações registradas em diferentes tipos de suporte e de realizar pesquisas relativas a produtos, processamento, transferência e uso da informação

Fonte: Adaptado de Alves e Davok (2009).

Além destas competências ilustradas no quadro acima, orienta-se que suas ações devam ser pautas em preceitos humanos e éticos, a contar o Código de Ética do Bibliotecário (CONSELHO..., 2018) que prescreve normas de contúdo do fazer bibliotecário, em foco: guardar sigilo no desempenho de suas atividades; realizar o seu serviço da melhor maneira, evitando toda e qualquer manifestação que possa comprometer o conceito da profissão ou dos colegas; bem como aplicar todo zelo e recursos ao seu alcance no atendimento ao público, assumindo responsabilidades pelas informações fornecidas, de acordo com os preceitos do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e da Lei de Acesso à Informação (nº12.527/2011).

Como vem sendo acentuado ao logo desse capítulo, nota-se a importância do bibliotecário empreendedor aperfeiçoar suas competências profissionais para atender a atual demanda informacional dos usuários. Não sendo apenas um agente do processo, e sim, o motor que move mudanças (NATSUME, 2004). Exercendo essas competências empreendedoras obtidas com a formação extracurricular, este profissional transformará as dificuldades em oportunidades com planejamento, força de vontade e comprometimento. Tendo em mente que, desenvolvendo essa proposta de formação empreendedora, terá uma probabilidade maior de sua iniciativa ser próspera no mercado informacional.

5 RESULTADOS DA PESQUISA

Em sua pesquisa, Madalena (2018) realizou um mapeamento dos bibliotecários que criaram empresas formais (55 empresas) ou que prestavam serviços de consultoria nas mais diferentes áreas (5 profissionais), com seus empreendimentos constituídos a datar o início dos anos 80 até 2017. A autora constatou um *Top 5* dos serviços, sendo os mais ofertados: 1º Gestão de documentos e arquivos; 2º Consultoria na elaboração de projetos; 3º Organização de bibliotecas (físicas); 4º Normatização de trabalhos e projetos; e 5º Realização de cursos e eventos profissionais.

Seguindo essa premissa de atuação biblioteconômica no mercado, faz-se uma analogia entre a classificação de Milano (2007 *apud* CONTI; PINTO; DAVOK, 2009), no que concerne às atividades empreendedoras dos bibliotecários, e ao referido estudo de Madalena (2018). Conclui-se que os serviços predominantes são:

- a) Disponibilização de informação em qualquer suporte: normalizar trabalhos técnico-científicos; recuperar informações; localizar informações;
- b) Gerenciamento de unidades, redes e sistemas de informação: projetar unidades, redes e sistemas de informação; automatizar unidades de informação; implantar unidades, redes e sistemas de informação;
- c) Gerenciamento de recursos informacionais: conservar e preservar acervos;
- d) Desenvolvimento de estudos e pesquisas: elaborar diagnósticos de unidades de serviço;
- e) Ações educativas: capacitação de usuários e profissionais.

É perceptível que o cenário nacional do empreendedorismo na Biblioteconomia não possui uma diversidade nos serviços ofertados, particularmente serviços direcionados ao contexto digital, na verdade, o *Top 5* supracitado, são atividades associadas ao mercado tradicional descrito por Valentim (2000) dispostas na Figura 2, onde esses profissionais atendem predominantemente as unidades de informação ou atendem demandas de normalização, editoração e capacitação.

O bibliotecário empreendedor pode explorar ainda mais o mercado informacional e culminar novas oportunidades de negócios, uma vez que, de acordo com o levantamento de dados econômicos realizado pela Pesquisa Anual de Serviços (PAS), esse setor cresce a cada ano e envolve serviços financeiros de: informação e comunicação; profissionais, administrativos e complementares; transportes, auxiliares dos transportes e correio; atividades imobiliárias; e manutenção e reparação, além de outras atividades de serviços (IBGE, 2017).

Tabela 3: Empesas de serviços de informação e comunicação no Brasil

Atividades	Nº de empresas
Tecnologia da informação	64.061
Edição e edição integrada à impressão	10.479
Agências de notícias e outros serviços de informação	4.528
Total	79.068

Fonte: Baseado em PAS (IBGE, 2017).

Em 2019, em comparação ao ano anterior, o setor de serviços teve um crescimento influenciado, principalmente, pelo segmento de Informação e Comunicação, o qual acumulou 3,2%, exercendo uma contribuição positiva no setor. Isto se deu, em grande parte, devido ao aumento de empresas de portais, provedores de conteúdo e ferramentas de busca na Internet; desenvolvimento e licenciamento de programas especializado; suporte técnico, manutenção e outros serviços em Tecnologia da Informação (TI); e edição integrada à impressão de livros (INSTITUTO..., 2020).

Nota-se que esse setor possui um grande potencial de inovação para os negócios bibliotecários, devido à sua crescente expansão no mercado. Isto posto, considerando as atividades contidas na seção de Informação e Comunicação do setor de serviços pertencentes a CNAE 2.0, 399 o quadro a seguir salienta as possibilidades de atuação empreendedora.

Quadro 3: Divisões e grupos do setor de serviços

J - INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO		
Divisão	Definição	Grupos
(58) Edição e Edição Integrada à Impressão	Compreende as atividades de edição e de edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas, periódicos, dicionários, enciclopédias, atlas, mapas, listas, cadastros e outras publicações. Estas atividades incluem a aquisição de direitos autorais para a edição e disseminação de produtos com conteúdo de informação, ou seja, para a reprodução e a distribuição desse conteúdo em diferentes formatos.	Edição de livros, jornais, revistas e outras atividades de edição;
		Edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas e outras publicações.
(62) Atividades dos Serviços de Tecnologia da Informação	Inclui um conjunto de atividades e soluções que envolvem banco de dados, <i>hardware</i> , <i>software</i> e banco de redes, todos eles trabalham para auxiliar as análises e no gerenciamento das informações.	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis;
		Consultoria em tecnologia da informação;
		Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação.
(63) Atividades de Prestação de Serviços de Informação	Diz respeito às atividades dos portais de busca na internet, as atividades de tratamento e hospedagem de dados na internet e as demais atividades com a finalidade de permitir o acesso a serviços de informação.	Tratamento de dados, hospedagem na internet e outras atividades relacionadas.
		Demais serviços de informação (ex.: Agências de notícias; Levantamento de informações; etc.).

Fonte: Adaptado da CONCLA (BRASIL, 2006).

As abordagens dispostas no quadro acima, ultrapassam as competências básicas do profissional tradicional. Visto isso, para abarcar essas vertentes multidisciplinares e atender as necessidades informacionais dos clientes, principalmente no que tange as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), o bibliotecário terá que buscar/aperfeiçoar seus conhecimentos para transcender os padrões profissionais e desfrutar das oportunidades do mercado de tendências, como fora explano anteriormente.

O bibliotecário empreendedor deve investir nas competências e habilidades exigidas pelo campo. Madalena (2018) ressalta que, torna-se cada vez mais presente a busca do conhecimento sobre administração, *marketing*, gestão estratégica de negócios, tributação, finanças, entre outras áreas, ou seja, ser interdisciplinar, pelo fato de que estabelecer metas, traçar objetivos, definir planos de ação, gerenciar recursos materiais e financeiros, são fundamentais para a criação e manutenção de um negócio.

Quadro 4: Oportunidades de trabalho para empreender na área de gestão da informação

Serviços/produtos	Características	Conhecimentos e habilidades exigidas
Pesquisa de mercado	Ferramenta utilizada para obter informações precisas sobre um serviço, mercado e público-alvo, por meio dela é possível executar testes que indicam a possibilidade de sucesso de uma estratégia, ao mesmo tempo que, possibilita o patenteamento de novos produtos.	<ul style="list-style-type: none"> • Dinâmica organizacional; • Recuperação e análise da informação; • Fontes gerais e especializadas de informação.
Desenvolver de aplicativos, programas e sistema de informação	Nesse campo, o bibliotecário pode fazer parcerias (ex. analista de sistemas) para ter auxílio e atender as demandas desse nicho, atuando na organização de informações em sistemas empresárias.	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagens documentárias; • Representação temática; • Planejamento e elaboração de bases de dados; • Tecnologias de Informação e Comunicação.
Monitorar de publicações especializadas	Um serviço de inteligência competitiva e pesquisa em fontes de informação ligadas a concorrência, atualização profissional, legislação, entre outras necessidades informacionais.	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagens documentárias; • Recuperação e análise da informação; • Fontes gerais e especializadas de informação.
Consultoria em projetos de memória institucional	A memória institucional refere-se ao registro e preservação das informações de uma instituição, como também, promove a gestão organizacional linear e o fortalecimento de seu mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Fontes gerais e especializadas de informação; • Dinâmica organizacional; • Memória e preservação da informação.
Editoração de publicações eletrônicas	Oportunidades de atuação no campo acadêmico, comercial, técnico e/ou científico. Os bibliotecários poderão prestar serviços de organização, padronização, recuperação e preservação das informações.	<ul style="list-style-type: none"> • Representação temática; • Recuperação e análise da informação; • Editoração eletrônica; • Normalização documentária; • Metodologia do trabalho e da pesquisa científica.
Arquitetura da informação em ambiente <i>web</i>	Serviço que propõe organização e curadoria de informações no formato digital visando gerar um diferencial para as empresas (ex.: comércio eletrônico, sites governamentais, intranet institucionais), bem como facilitar o acesso à informação em geral.	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitetura da informação; • Estudo de comunidades e usuários; • Acessibilidade informacional; • Representação temática e descritiva da informação; • Normas, padrões e protocolos do ambiente <i>web</i>.

<p>Organização de prontuários médicos eletrônicos</p>	<p>Esse ramo exige que o profissional se especialize em informações da área da saúde, e assim, terá como gerenciar esses documentos para facilitar a tomada de decisão pelas equipes médicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fontes de informações especializadas; • Representação temática da informação; • Planejamento e elaboração de bases de dados.
<p>Produção de conteúdo digital</p>	<p>Refere-se à produção de conteúdo digital para os mais diversos canais como, sites, blogs, redes sociais, vídeos, e-books, entre outros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recuperação e análise da informação; • Fontes gerais e especializadas de informação; • Arquitetura da informação.
<p>Organização de coleção audiovisuais</p>	<p>O bibliotecário pode explorar o nicho cinematográfico, além de estúdios musicais e documentos fotográficos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagens documentárias; • Representação temática e descritiva da informação; • Recuperação e análise da informação.

Fonte: adaptado de Rosa *et al.* (2016), Spudeit (2018) e Madalena (2018).

Mediante tais percepções, cabe destacar o amplo campo do mercado informacional que o bibliotecário pode empreender. Dentre as opções direcionadas as instituições públicas, evidencia-se os serviços de consultoria em projetos de memória institucional, editoração de publicações eletrônicas e monitoramento de publicações especializadas que incluem documentos orçamentários, pesquisa sobre distribuição de renda, qualidade de vida da população entre outras informações. Outrossim, tem a possibilidade de atuar selecionando metodologias de coleta de dados mais apropriada para o desenvolvimento de pesquisas como entrevistas pessoais, grupo focal, questionário etc.

É possível perceber a importância da atuação desse profissional na organização e atualização de informações no currículo lattes, em caixas de e-mails ou mesmo para organização de informações para elaborar relatórios de pesquisa, relatórios de viagens de estudos, de memoriais descritivos, de relatórios de estágios probatórios (nicho professores e pesquisadores), entre outras demandas existentes tanto no ramo empresarial quanto educacional (SPUDEIT, 2018, *online*).

Já os bibliotecários que pretendem seguir o eixo judicial, terá de possuir subsídios necessários para obter essas informações com eficiência, usando ferramentas apropriadas e uma análise criteriosa das fontes de informações que podem alavancar os escritórios jurídicos. Além disso, pode-se propor cursos, oficinas e palestras sobre bases de dados jurídicas, direitos autorais, patentes e propriedade intelectual, abordagens inerentes para o acesso e uso da informação de forma confiável e segura.

No campo da saúde, pode-se incluir uma gama de serviços que envolvam a disponibilização de fontes gerais ou especializadas de informação, tais como desenvolvimento de aplicativos; programas e sistema de informação; organização/criação de prontuários eletrônicos para facilitar a tomada de decisão e o acesso remotamente; cursos/treinamentos/oficinas de pesquisa em base de dados;

consultorias na elaboração de projetos sociais/culturais para pacientes em hospitais e clínicas etc.

Quanto aos serviços voltados à negócios, concentram-se na inteligência competitiva a partir do monitoramento de publicações especializadas, como também, tomada de decisão, pesquisa de mercado e de tendências sociais/culturais. Da mesma maneira, este serviço pode ser designado como curadoria digital ou curadoria da informação digital. Segundo Luz (2018), a curadoria digital enfatiza a captação, ajuste, distribuição e gerenciamento dos conteúdos, a fim de apoiar o processo de negócios por meio de ambientes digitais.

O autor evidencia que para se trabalhar com a gestão de conteúdo, precisa atentar-se as seguintes atribuições: criação, edição e armazenamento de conteúdo em diferentes formatos (html, doc, pdf, etc); uso de metadados; controle da qualidade de informação (*workflow* ou fluxo de trabalho); classificação, indexação e busca de conteúdo; gestão da interface com os usuários (arquitetura da informação). Nota-se que estas práticas são diretamente relacionadas com a recuperação, análise e representação da informação, isto é, exige tanto o conhecimento técnico do bibliotecário, quanto à aplicação dos recursos tecnológicos digitais.

No âmbito da **ciência e tecnologia**, o bibliotecário tem o caráter de fornecedor de informações para o embasamento e a consolidação de pesquisas de profissionais de todas as áreas do conhecimento (AIIP, 2004 *apud* LEITE; OLIVEIRA, 2005). Nessa vertente haverá um leque de oportunidades para se empreender no ramo informacional e digital, destacando-se aqui o desenvolvimento de:

- a) aplicativos, programas e sistema de informação;
- b) pesquisas de mercado para patenteamento de novos produtos;
- c) mapeamento de fontes gerais e especializadas de informação;
- d) elaboração de políticas públicas de informação científica e tecnológica;
- e) criação de projetos educativos para analfabetos digitais;
- f) programas de incentivo à pesquisa científica;
- g) criação de repositórios institucionais em universidades;
- h) elaboração de guia e manuais sobre pesquisa científica nas mais diversas áreas do conhecimento, dentre outras propostas.

É nítido que as práticas bibliotecárias com viés empreendedor possuem um vasto campo de atuação no mercado informacional de tendência, no que tange ao campo da ciência e da tecnologia, um contexto mercadológico que só tem a crescer. Desse modo, o profissional deve estar atento aos avanços das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDICs) e aproveitar as oportunidades que o campo possibilita aos profissionais que trabalham a informação como estratégia competitiva nos negócios.

Em suma, para ser reconhecido e diferenciar-se dos demais profissionais, o bibliotecário tem de distinguir-se pelo mérito e valor das suas atividades empreendedoras, porque o valor de um serviço/produto de informação depende do grau de necessidade, enquanto, o mérito se refere à boa realização do serviço, independentemente de seu valor: um serviço é meritório quando é feito com primazia e com eficiência aquilo que se propõe (CONTI; PINTO; DAVOK, 2009).

6 CONCLUSÃO

A pesquisa aponta que o mercado para o bibliotecário empreendedor é amplo, entretanto, as ações empreendedoras ainda são tímidas. É visível, a partir da literatura, que as práticas bibliotecárias com viés empreendedor possuem um vasto campo de atuação no mercado informacional de tendência, no que tange ao campo da ciência e da tecnologia, um contexto mercadológico que só tem a crescer.

Desse modo, o profissional deve estar atento aos avanços das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDICs) e aproveitar as oportunidades que o campo possibilita aos profissionais que trabalham a informação como estratégia competitiva nos negócios. Observar as oportunidades do mercado e desenvolver as competências e habilidades empreendedoras com uma visão crítica e, sobretudo, sem medo de inovar. Estar atento às mudanças da sociedade e confiar em seu talento quanto ao desenvolvimento de novos produtos e serviços informacionais, que resultem em soluções criativas e inovadoras.

Conclui-se que, apesar da literatura apontar poucas ações empreendedoras para o mercado biblioteconômico, o mercado informacional é propício ao desenvolvimento de práticas com este fim, como aponta Valentim (2000). Por isso, os bibliotecários precisam mudar a visão tradicionalista que se tem da *praxes* bibliotecária e entender que, como qualquer outro profissional que lide com informação, do ponto de vista gerencial, é capaz de desenvolver produtos e serviços inovadores. Por fim, deve-se compreender que nem sempre aplicar o novo é empreender, é preciso estar atento às expectativas do mercado e manter-se atualizado quanto às inovações e tendências.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Alivinio *et al.* **Inovação e gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV, 2016. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/58/o/Inovacao_e_gestao_do_conhecimento_-_FGV.pdf. Acesso em: 18 ago. 2020.
- ALVES, Luciano Antônio; DAVOK, Delsi Fries. Empreendedorismo na área de Biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na UDESC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 14, p. 313-330, jan./jun., 2009. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/646>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 3 abr. 2020.
- BARRETO, Luiz Pondé. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF:

Presidência da República, 2006. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 147, de 7 de agosto de 2014**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília, DF: Presidência da República, 2014. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Comissão Nacional de Classificação. **Resolução nº 1, de 4 de setembro de 2006**. Divulga a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0). Brasília: CONCLAN, 2006. Disponível em:

<https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/ResConcla1-2006.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2020.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **Classificação Brasileira de Ocupações**. 3. ed. Brasília: CBO, 2010. Disponível em:

<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>. Acesso em: 16 abr. 2020.

BRIDGES, William. **Um mundo sem empregos**: os desafios da sociedade pós-industrial. São Paulo: Makron Books, 1995.

CONSELHO FEDERAL DE BIBLIOTECONOMIA. **Resolução CFB n.º 207/2018**. Dispõe sobre Código de Ética do Conselho Federal de Biblioteconomia. Brasília: CFB, 2018. Disponível em: <http://crb1.org.br/conselho-federal-de-biblioteconomia-publica-resolucao-com-novo-codigo-de-etica/>. Acesso em: 17 abr. 2020

CONTI, Daiana Lindaura; PINTO, Maria Carolina; DAVOK, Delsi Fries. O perfil do bibliotecário empreendedor. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 27-46, jan./jun. 2009. Disponível em:

<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/650>. Acesso em: 7 jun. 2019.

DOLABELA, Fernando. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, São Paulo, n. 80, p. 128-132, 2010.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**: entrepreneurship: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

DUARTE, Geraldo. **Dicionário de administração e negócios**. [S. l.]: KBR, 2011.

DUARTE, Maiara Natalia Marinho; CARMO, Shaiani de Oliveira; VALADÃO, Renata Sampaio Valadão. Empreendedorismo: estratégia de negócio para tempos de crise. **Revista InterAtividade**, Andradina, SP, v. 5, n. 1, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://www.firb.br/editora/index.php/interatividade/article/view/215/308>. Acesso em: 17 abr. 2020.

EMPRESÔMETRO: inteligência de mercado. **Estatísticas**. Brasília: IBPT, 2020. Disponível em: <https://www.empresometro.com.br/Home/Sobre>. Acesso em: 29 mar. 2020

GALVAN, Luciane. **O cenário do empreendedorismo no Brasil e a atuação dos empreendedores como gestores**. 2014. 38f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) – Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tmPffq4CCpEJ:revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/download/22129/13582+&cd=4&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 21 abr. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HISRICH, Robert; PETER, Michael. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **GEM**: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2018. Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso: 29 mar. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas Econômicas**. Brasília: IBGE, 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26878-setor-de-servicos-varia-o-4-em-dezembro-mas-fecha-2019-em-1-0>. Acesso em: 18 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Anual de Serviços**. Brasília: IBGE, 2017. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9028-pesquisa-anual-de-servicos.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 18 abr. 2020.

LEITE, Francisca Rosaline; OLIVEIRA, Marlene de Mata. Formação e atuação profissional. *In*: OLIVEIRA, Marlene de Mata (org.). **Ciência da Informação e Biblioteconomia**: novos conteúdos e espaços de atuação. Belo Horizonte: UFMG, 2005. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/1808924/ciencia-da-informacao-e-biblioteconomia>. Acesso em: 25 abr. 2020.

LUZ, Charley. Curadoria da Informação Digital: foco no conteúdo. **Blog PPEC**, Campinas, v. 7, n. 1, jul. 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/blog/index.php/2018/07/13/curadoria/>. Acesso em: 20 set. 2020.

MADALENA, Críchyna da Silva. **Competências empreendedoras para prestação de serviços de informação por bibliotecários no Brasil**. 2018. 209 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Unidades de Informação) – Centro de Ciências Humanas e da Educação, Universidade do Estado de Santa, Florianópolis, 2018. Disponível em: http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/3015/crichyna_da_silva_madalen_a.pdf. Acesso em: 16 abr. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARIA, Jeferson Przyvitowski. **Microempresário individual**: empreendedorismo e realidade administrativa atual. 2014. 25 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Santa Catarina, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/2346>. Acesso em: 22 abr. 2020.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEOPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

NASCIMENTO, Bruna Ferreira; FREITAS, Alana Abreu. Empreendedor: perfil, habilidades, comportamento ético e atitudes empreendedoras. *In*: SPUDEIT, Daniela. (org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 28-37.

NATSUME, Alvaro Jim. **Empreendedorismo**: oportunidade ou necessidade?: a crescente importância do empreendedorismo na sociedade moderna. 2004. 95 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004. Disponível em: <https://docplayer.com.br/16053986-Empreendedorismo-oportunidade-ou-necessidade.html>. Acesso em: 27 jan. 2020.

PAIVA, Denise Werneck de. Perspectivas do agente da informação no contexto brasileiro. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 19, n. 1, p. 48-52, jan./jun. 1990. Disponível em: https://www.brapci.inf.br/repositorio/2010/04/pdf_adoaca7033_0009165.pdf. Acesso em: 16 abr. 2020.

PAZ, Anderson Soares da. Análise do crescimento do empreendedorismo no Brasil com suas características. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM

GESTÃO, 12., 2016. Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: Inovarse, 2016. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_M_03.pdf. Acesso em: 3 abr. 2020.

PIZZANI, Luciana *et al.* A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 10, n. 1, p. 53-66, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1896>. Acesso em: 28 out. 2020.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. Brasília: Governo Federal, 2020. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>. Acesso em: 24 mar. 2020.

PRADO, Maria de Lourdes *et al.* Empreendedor individual: uma modalidade de empreendedorismo emergente. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, São Paulo, v. 12, n. 3, set/dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1594>. Acesso em: 27 jan. 2020.

ROSA, Juliana Ribeiro; SILVA, Cinthia Simões; ADÃO, Sebastião Ailton Rosa Cerqueira. Microempreendedorismo e crescimento econômico: uma análise nas cidades que possuem Campus da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA. *In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITÁRIA*, 16., 2016, Arequipa. **Anais** [...] Arequipa: CIGU, 2016. p. 1-16. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/171042/OK%20-%20102_00480.pdf?sequence=1. Acesso em: 20 abr. 2020.

ROSA, Victor Soares. *et al.* Oportunidades de negócios e novos cenários para o mercado na área de informação. *In: SPUDEIT, D. (org.). Empreendedorismo na Biblioteconomia*. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 13-16.

SANTIAGO, Eduardo Girão. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciência Sociais**, Fortaleza, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/488>. Acesso em: 31 mar. 2020.

SANTOS, Silvana de Lima; BERNARDINO, Maria Cleide Rodrigues. O bibliotecário e o mercado de trabalho no Cariri Cearense: implicações oriundas da sociedade da informação. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, Rio Grande - RS, v. 26, n.1, p.65-90, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/2467>. Acesso em: 16 abr. 2020.

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultura, 1998.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2016. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Os negócios promissores em 2018**: relatório especial. Brasília: SEBRAE, 2018.

Disponível em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/\\$File/9950.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/$File/9950.pdf). Acesso em: 24 mar. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Os negócios promissores em 2020**: relatório especial. Brasília: SEBRAE, 2020.

Disponível em:

https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PI/Anexos/Os%20Nego%C%81cios%20Promissores%20em%202020_v2.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, [s.l.], v. 25, n. 1, p. 217-226, jan. 2000. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/259271?seq=1>. Acesso em: 20 mar. 2020.

SILVA, André Luiz Freire. As crises como oportunidades: otimizando processos, custos e produtos. In: FUNDAÇÃO DEMÓCRITO ROCHA. **Gestão e liderança: empreender em tempos de crise**. Fortaleza: UECE, 2020. Disponível em:

https://cursos.fdr.org.br/pluginfile.php/693865/mod_resource/content/3/GESTAO%20E%20LIDERANCA%20-%20F2-compactado.pdf. Acesso em: 28 out. 2020.

SPUDEIT, Daniela. Empreendedorismo na Biblioteconomia. In: SPUDEIT, Daniela. (org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 13-16.

SPUDEIT, Daniela. **Oportunidades para empreender**. [s. l.]: Empreendebiblio, 2018. Disponível em: <http://empreendebiblio.com/634/>. Acesso em: 24 jun. 2019.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em:

<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161>. Acesso em: 22 mar. 2020.