



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

**EMPREENDER COM SUCESSO:**  
o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano Bibliotecário

JANIELY SILVA DOS SANTOS

JOÃO PESSOA  
2017

JANIELY SILVA DOS SANTOS

**EMPREENDER COM SUCESSO:**  
o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano Bibliotecário

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Biblioteconomia,  
da Universidade Federal da Paraíba em  
cumprimento às exigências para obtenção do  
título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ms. Geysa Flávia Câmara  
de Lima Nascimento

João Pessoa  
2017

S264e

Santos, Janiely Silva dos.

Empreender com sucesso: o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano bibliotecário./ Janiely Silva dos Santos - João Pessoa, 2017.

54 f.

Orientadora: Ms. Geysa Flávia Câmara de Lima Nascimento

Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal da Paraíba - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

1. Empreendedorismo 2. Redes Sociais. 3. Biblioteconomia I. Título.

CDU 027.8

JANIELY SILVA DOS SANTOS

**EMPREENDER COM SUCESSO:**  
o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano Bibliotecário

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Graduação  
em Biblioteconomia, da Universidade  
Federal da Paraíba em cumprimento às  
exigências para obtenção do título de  
Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovada em 05/12/2017 pela banca examinadora:

Geysa Flávia Câmara de Lima  
Prof.<sup>a</sup> MS. Geysa Flávia Câmara de Lima Nascimento-UFPB  
(Orientadora)

Ana Cláudia Cruz Córdula  
Prof.<sup>a</sup> Ms. Ana Cláudia Cruz Córdula-UFPB  
(Examinadora Interna)

Juliana da Silva Paiva  
Bibliotecária Ms. Juliana da Silva Paiva  
(Examinadora Externa)

Dedico a Deus, meu mestre pelo seu amor incondicional. Aos meus pais pelo incentivo.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, à Deus pela sabedoria, por iluminar minha mente a respeito do que fazer e escrever. Deus foi fiel, obrigada Senhor.

A minha orientadora Geysa Flávia, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções, incentivo, apoio e confiança. Sem a sua dedicação esta pesquisa não teria sido concluída.

À Juliana Paiva pelo incentivo na temática desta pesquisa e por todos os dias que foram dedicados a mim.

A todos os professores que proporcionaram o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo da minha formação profissional. A palavra mestre, nunca fará justiça aos professores dedicados aos quais sem nominar terão os meus eternos agradecimentos.

Agradeço a minha mãe Janete Girão, heroína que me deu apoio, incentivo nas horas difíceis, de desânimo e cansaço.

Ao meu pai Eliezio Cavalcanti, que apesar de todas as dificuldades foi minha fortaleza nos momentos difíceis.

Ao meu noivo Kevin Henrique, pela motivação, palavras de apoio, presença nos momentos de solidão e por acreditar em mim.

À Leandra Lima, pelas palavras de incentivo, por ter me ensinado a vencer meus medos, a ser forte, a nunca desistir.

Aos amigos do SESC Centro - JP, onde realizei meu primeiro estágio e pude aprimorar meus conhecimentos. Em especial a Iraci Gomes, pela excelente supervisão, Jussara por passar seus conhecimentos, Lucia pelos seus momentos de alegrias e a todos os estagiários que ao longo dos anos se tornaram minha família, em especial Mayrane Job e Cecília Valença, irmãs que a Biblioteconomia me presenteou.

“Livros não mudam o mundo, quem muda o mundo são as  
pessoas. Os livros só mudam as pessoas”  
*(Mário Quintana)*

## RESUMO

O presente estudo descreve a importância das ferramentas facilitadoras na web para o cotidiano do bibliotecário empreendedor, cuja utilização é significativa no compartilhamento da informação através das redes sociais e colaboram no desempenho do seu papel como empreendedor de sucesso. Como objetivo pretende-se: explicar conceitos de empreendedorismo e marketing; Identificar as características do bibliotecário empreendedor e apresentar as ferramentas empreendedoras na web que podem contribuir para o compartilhamento da informação. A Metodologia utilizada para a realização desta monografia foi à pesquisa bibliográfica, através da análise de artigos científicos, livros na área e materiais disponíveis na internet que foram selecionados pela relevância do assunto. Com abordagem qualitativa apresentamos ferramentas empreendedoras e como elas podem contribuir para o desenvolvimento das atividades e habilidades no cotidiano do bibliotecário e como ele pode se tornar um empreendedor de sucesso. Nessa perspectiva o bibliotecário que busca empreender tem uma enorme vantagem, pois as ferramentas existentes no mercado online para bibliotecários estão cada vez mais sendo exploradas de maneira que venha a facilitar o uso das ferramentas na vida do usuário, assim facilitando o acesso e a maneira de disseminar a informação para com os demais usuários.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo. Biblioteconomia. Rede social.



## **ABSTRACT**

The object of study approaches the facilitating tools in the daily librarian, whose use is significant in the dissemination of information and through social networks play their role as a successful entrepreneur. The goal is to describe the importance of facilitating tools on the web, for the daily life of the entrepreneurial librarian. In the methodology, bibliographical research was used, through the analysis of scientific articles and materials available on the internet that were selected for the relevance of the subject, highlighting entrepreneurship in librarianship, entrepreneurial characteristics, tools for entrepreneurs, and social networks as a way of disseminating information, with a look at the technologies and trends that the Internet offers for today's librarian. With a qualitative approach we present entrepreneurial tools and how they can contribute to the development of activities and skills in the daily life of the librarian, being able to become a successful entrepreneur.

**Key words:** Entrepreneurship. Librarianship. Social network.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Tela do Trello.....	35
<b>Figura 2</b> - Cartão de tarefa do Trello.....	35
<b>Figura 3</b> - Especificações do cartão de tarefa do Trello.....	36
<b>Figura 4</b> - Aplicativo para sistema iOS do Trello.....	37
<b>Figura 5</b> - Pagina inicial <i>Facebook</i> .....	38
<b>Figura 6</b> - <i>Fanpage</i> .....	39
<b>Figura 7</b> - Empreendemia.....	41
<b>Figura 8</b> -Tela de preenchimento do Empreendemia.....	41
<b>Figura 9</b> - Criação da logo no Empreendemia.....	42
<b>Figura 10</b> - Página do Empreendemia.....	42
<b>Figura 11</b> - Página do painel de controle do Empreendemia.....	43
<b>Figura 12</b> - Passo a passo do painel de controle do Empreendemia.....	43
<b>Figura 13</b> - Passo a passo do painel de controle do Empreendemia.....	44
<b>Figura 14</b> - Passo a passo do painel de controle do Empreendemia.....	44
<b>Figura 15</b> - Apresentação final do Empreendemia.....	45
<b>Figura 16</b> - Mailchimp.....	47
<b>Figura 17</b> - AWeber.....	47
<b>Figura 18</b> - SendinBlue.....	48

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>ASPECTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>O EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA: descortinando caminhos</b>	<b>17</b>
3.1	Características Empreendedoras: foco no bibliotecário.....	22
3.2	Empreendedorismo X Marketing: divergências, convergências e uso na Biblioteconomia.....	27
<b>4</b>	<b>BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR: uso das ferramentas na web.....</b>	<b>31</b>
4.1	Trello.....	34
4.2	Facebook.....	38
4.3	Empreendemia.....	41
4.4	E-mail Marketing.....	46
<b>5</b>	<b>REFLEXÕES PARA USO DAS FERRAMENTAS EMPREENDEDORAS NA WEB.....</b>	<b>50</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho intitulado “EMPREENDER COM SUCESSO: o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano bibliotecário” consiste em descrever a importância e a relevância do uso das ferramentas facilitadoras no fazer bibliotecário de um modo em que o mesmo possa empreender de uma forma eficaz num espaço totalmente virtual em meio às redes sociais. Neste sentido, é importante entendermos que o bibliotecário deve estar em constante atualização às novas tendências que vão surgindo para facilitar o seu fazer bibliotecário.

O empreendedorismo na Biblioteconomia vem ganhando seu espaço em constante crescimento ao longo dos anos, porém em meio acadêmico o empreendedorismo é uma área pouco explorada, mas, contudo vive em constante desenvolvimento.

Os bibliotecários possuem características empreendedoras próprias, estão sempre em busca de inovação e transformação no meio em que atuam, fazendo com que aconteça a união entre os setores, executando suas funções de forma criativa, desenvolvendo projetos, etc.

Com o grande avanço tecnológico as redes sociais podem ser usadas como ferramentas estratégicas para empreendedores, com o passar dos anos foram surgindo novas ferramentas e as redes sociais foram ganhando espaço na vida dos empreendedores, e o bibliotecário foi ganhando espaço dentro desse contexto.

Com a chegada da internet e com as redes sociais ficou mais fácil o compartilhamento de informação através de uma rede de relacionamento *online*, pois o mesmo pode ser utilizado como meio de marketing no centro de informação, utilizando para divulgação dos serviços da biblioteca e para manter o relacionamento com os usuários. Para isso o bibliotecário deve estar preparado para saber lidar com essa mudança.

Cada vez mais as ferramentas facilitadoras vêm trazendo vantagens para a vida do bibliotecário, apenas pelo fato de poder empreender dentro do conforto do seu lar, tendo a facilidade de criar seu próprio escritório online.

Vivemos em um mundo que a cada instante milhares de informações estão sendo compartilhadas em redes sociais, as pessoas estão cada vez mais

informatizadas e com a internet o bibliotecário vai ganhando um papel decisivo para o compartilhamento da informação com seus usuários.

O marketing é uma ferramenta que pode se aliar ao empreendedorismo, cada um com suas especificações, porém o marketing é bastante utilizado pelos empreendedores como forma de divulgação de seus serviços e produtos no meio em que atua, seja ele o meio físico ou virtual, o marketing sempre está presente.

A escolha da temática se deu ao perceber que o bibliotecário não se limita apenas em trabalhar em bibliotecas “guardando livros”, mas podem explorar um campo vasto onde a informação se faz presente, seja de modo físico ou virtual.

O uso das ferramentas desenvolve um papel fundamental na vida do bibliotecário, onde o mesmo desenvolve a função de estar em contínua atualização das tecnologias que vem surgindo com o passar dos anos. Logo, deve estar preparado para assumir novas funções e desenvolver novas habilidades.

A partir destas considerações, visa-se responder a seguinte pergunta: Como o uso de ferramentas empreendedoras colabora no cotidiano do fazer bibliotecário? Não podemos esquecer que as redes sociais podem nos trazer vantagens com sua rapidez na disseminação da informação, assim como o uso das ferramentas disponíveis na web desempenha um papel fundamental para o empreender do bibliotecário em seu cotidiano por sua facilidade de uso e acesso.

O principal objetivo deste trabalho é descrever a importância das ferramentas facilitadoras na web para o cotidiano do bibliotecário empreendedor, neste sentido foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

- Explanar conceitos de empreendedorismos e marketing;

- Identificar as características do bibliotecário empreendedor;

- Apresentar as ferramentas empreendedoras na web que podem contribuir para o compartilhamento da informação.

O procedimento metodológico deste estudo parte de uma pesquisa bibliográfica, onde serão feitas observações tomando como base a abordagem qualitativa sendo a mais apropriada para analisar o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano do bibliotecário, possibilitando o desenvolvimento de ações e características intraempreendedoras em uma unidade de informação.

O trabalho de conclusão de curso está estruturado em cinco capítulos: Primeiro capítulo a introdução, os objetivos divididos em geral e específicos; o

segundo capítulo trará sobre a metodologia utilizada; terceiro capítulo sobre o empreendedorismo na biblioteconomia, as características empreendedoras e empreendedorismo X marketing. O quarto capítulo abordará sobre o uso das ferramentas na web. O quinto capítulo trará reflexões para o uso eficiente e eficaz no uso das ferramentas empreendedoras na web com as considerações finais do trabalho.

## 2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

A importância metodológica de um trabalho pode ser justificada pela necessidade de embasamento científico adequado, pela busca da melhor abordagem para endereçar as questões da pesquisa (MIGUEL, 2010).

Quanto abordagem e aos objetivos, a pesquisa está classificada como qualitativa-bibliográfica.

A pesquisa bibliográfica se fez necessária porque para iniciar a construção da fundamentação teórica foi necessário consultar livros, artigos, monografias, dissertações, teses e sites. Como explica Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 60):

A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca-se conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema.

Para Lakatos e Marconi (2010) a pesquisa bibliográfica “oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas onde os problemas não cristalizaram suficientemente”.

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos. No caso da pesquisa documental, tem-se como fonte documentos no sentido amplo, ou seja, não só de documentos impressos, mas sobretudo de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais. Nestes casos, os conteúdos dos textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico, são ainda matéria prima, a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise (SEVERINO, 2007, p.122-123).

Sendo assim, a pesquisa bibliográfica não é uma repetição do que já foi dito ou escrito sobre um determinado assunto, mas proporciona o interesse de um tema sob novo enfoque, fazendo com que se chegue a conclusões inovadoras (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Quanto à abordagem adotada para o problema apontado por este trabalho, desenvolveu-se através do método qualitativo.

Com relação à abordagem qualitativa, Richardson (2010, p. 80), expõe que:

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

O estudo qualitativo é o fato de não ter como objetivo principal números e ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumentos estatístico na análise de dados. Ao contrário, o estudo envolve obtenção de dados descritos por pessoas, a análise de lugares e processo interativos por contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando atender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos (GODOY 1995).

Dentro de tal conceito amplo, os dados qualitativos incluem também informações não expressas em palavras, tais como pinturas, fotografias, desenhos, filmes, vídeo tapes, trilhas sonoras entre outros.

Neste sentido, a metodologia apresentada é a mais apropriada para analisar o uso de ferramentas facilitadoras no cotidiano Bibliotecário, possibilitando o desenvolvimento de ações e características intraempreendedoras em uma unidade de informação.



### **3 O EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA:** descortinando caminhos

O termo empreendedor surgiu por volta de 1800 pelo Frances Jean Baptist Say, um economista, com o objetivo de diferenciar o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada e com maiores rendimentos (DRUCKER, 1987).

O empreendedor é aquele que acredita em sua capacidade de buscar inovar no mercado de trabalho, através de suas ações buscando ser proativo, ter visão e buscar através dos desafios novas oportunidades de mudança.

Segundo Drucker (1987, p. 45) “Os empreendedores bem sucedidos, qualquer que seja a sua motivação pessoal, seja dinheiro, poder, curiosidade, desejo de fama, ou reconhecimento, tentam criar valor e fazer uma contribuição”.

Há pessoas que já nascem com o espírito empreendedor, nascem mais criativos, audaciosos, no entanto estas características necessitam de um tempo para serem desenvolvidas, precisam se aperfeiçoar para se tornarem de fato um empreendedor de sucesso.

O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, que tem visão futura da sociedade. É aquele que insiste pela introdução de serviços e produtos e pela exploração de novos recursos.

A literatura sobre empreendedorismo na área de Biblioteconomia ainda é bastante reduzida, pois segundo Dalpian, Fragoso e Rozados (2007) é uma área que não tem por tradição buscar o lucro e nem cobrar por seus serviços e produtos. Warner (1990) aponta que a formação bibliotecária dá maior importância ao serviço do que ao lucro e os alunos aprendem que o dinheiro vem da parte da instituição que controla o orçamento. Juntando isto e mais o fato de que o conceito de empreendedorismo é frequentemente associado apenas com administração e economia, a constatação dos autores Dalpian, Fragoso e Rozados (2007) quase 30 anos depois do estudo de Warner, ainda é válida.

Em outra perspectiva, a profissão do bibliotecário muitas vezes está atrelada somente com a biblioteca e com aquela instituição. Segundo Conti, Davok e Pinto (2009), o bibliotecário pode inserir-se na terceirização de serviços e empregos autônomos, para se tornar um empreendedor ele precisa estar preparado e disposto a enfrentar as mudanças de cenário e observar as oportunidades. Os locais com necessidade de informação são cada vez mais abundantes e há quase que uma

urgência em se organizar a informação, pois existem documentos que são importantes para tomada de decisão e controle administrativo, que nem sempre estão organizados de maneira a recuperá-los com facilidade. Se o mercado precisa de profissionais para organizar e recuperar informação, o bibliotecário é o profissional certo para isso.

A contribuição do empreendedorismo para a formação do bibliotecário reside na possibilidade de capacitá-lo através das suas práticas didáticas para que ele possa conhecer bem a sua área de atuação e, então, tenha condições de aproveitar as oportunidades de inserção no mercado, de desenvolver ou aperfeiçoar algum produto, serviço, projeto, etc., colaborando para a sociedade e para a divulgação do seu trabalho. Como destacam Sales e Silva (2012, p. 401), o mercado de trabalho do bibliotecário é amplo por que:

Hoje sua atuação não está restrita somente a bibliotecas, mas a qualquer ambiente onde a informação é entendida como um insumo essencial para o desenvolvimento das atividades. E também para fornecer melhores serviços aos seus clientes, ganhando assim, destaque no mercado.

Parafraseando Belluzzo (2011), as transformações econômicas nos levaram a uma nova cultura informacional, onde os objetos tangíveis têm cada vez menos valor, em comparação com o acesso e uso da informação de forma inteligente, fazendo com que este inédito cenário de valorização da informação abra inúmeras oportunidades para o profissional da informação.

O bibliotecário empreendedor precisa está em alerta e em contínua atualização para as modificações que acontecem de forma cada vez mais repentina. Necessita gostar do que faz e saber quais as atribuições que deve ou que poderá vir exercer. O bibliotecário, além de ter outras características, deve levar em conta que sua prática consiste em trabalho árduo, pois no mundo do empreendedorismo se manter em vantagem competitiva com o mercado necessita esforço, atualização continua e qualidade dos serviços oferecidos (LEITE, 2013).

O Bibliotecário é o profissional da informação que é responsável e preparado para organizar, manter e administrar bibliotecas e fazer o processamento técnico da informação de maneira que possa ser recuperada pelo usuário, para ser bibliotecário este profissional necessita de algumas características: atender bem o público em geral, conhecer novas técnicas de pesquisas, ter um bom conhecimento cultural,

como também conhecimentos gerais, está bem informado e se manter bem informado, entre outras coisas. A informação por ser bastante dinâmica, exige que o profissional bibliotecário esteja sempre em constante atualização e atento as mudanças que ela é capaz de causar.

A literatura vem mostrando que em qualquer ambiente que tenha tomadores de decisão com necessidade de informação e desordem documental este será um ambiente cheio de oportunidades para os bibliotecários, o que auxilia para que o profissional possa fazer um serviço de recuperação autônoma da informação, o que vai ao encontro da conduta empreendedora. (CONTI; DAVOK; PINTO, 2009).

Empreender é um exercício que não é específico de quem trabalha de forma autônoma. Bibliotecários, assim como os colaboradores das demais organizações podem ser empreendedores, mesmo não sendo dono de seu próprio negócio. Alves e Davok (2009, p. 313) afirmam que:

Empreender não significa somente criar novas empresas, significa também o indivíduo colocar em prática habilidades e competências na realização de algo novo na organização em que trabalha, tornando-se um intraempreendedor.

Para Dornelas (2008) é importante salientar que para ser empreendedor não é necessário ser empresário. E o contrário também deve ser ressaltado: nem todo empresário pode ser considerado um empreendedor.

Uma das grandes diferenças em relação ao empreendedor e intraempreendedor dizem respeito aos riscos envolvidos. No caso de empreendedores eles gostam de riscos moderados e investem pesado, pois espera obter sucesso. Os intraempreendedores gostam de riscos moderados, mas em geral temem a demissão e por isso veem pouco risco pessoal.

Algumas organizações adotam características do empreendedorismo, visando ao melhor uso das potencialidades de seus colaboradores, para obterem inovação e, conseqüentemente, vantagem competitiva. Para que os intraempreendedores tenham sucesso naquilo em que almejam dentro da organização, devem ter seu total apoio, mesmo que haja erros ao longo do processo.

Conti, Pinto e Davok (2009, p.41) afirmam que o bibliotecário pode ser intraempreendedor de várias formas, tais como:

- Facilitando a comunicação e interação na organização em que atua, fazendo com que aconteça a união/cooperação entre os setores;

- Executando suas funções de forma criativa com os, geralmente, poucos recursos disponíveis;
- Desenvolvendo projetos para captar mais recursos para a unidade de informação;
- Fazendo estudos, para identificar e conhecer seus clientes e adequar os produtos e serviços às expectativas e necessidades deles;
- Disponibilizando informações estratégicas para a organização em que está inserido, visando facilitar a tomada de decisão em todos os níveis hierárquicos;
- Antecipando-se às tendências e realizando mudanças nos produtos e serviços que oferece antes que eles fiquem obsoletos e caiam em desuso.

Para que o bibliotecário possa ter a mentalidade empreendedora, o empreendedorismo deve ser uma realidade pertencente ao seu meio. Embora Mintzberg (2006) afirme que não se cria um empreendedor com a realização de cursos ou em uma sala de aula, um ambiente em que o tema seja discutido, ensinado, e leve a pensar de forma crítica pode contribuir de forma satisfatória para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras.

Se o papel do empreendedor é utilizar a inovação para introduzir mudanças em sua unidade ou organização, então os gerentes precisam estar cientes da necessidade da existência de empreendedores. Figueiredo (1989, p. 93) salienta que “não havendo inovação, os bibliotecários poderão tornar-se apenas guardiões do tesouro que pode se tornar obsoleto pelos serviços alternativos já existentes”. As pessoas em todo o mundo estão transformando as informações em lucros e um dos princípios da revolução da informação é o fazer mais por menos. Isso significa fazer mais trabalho, a um custo menor, usando menos recursos para fornecer um serviço melhor, acelerando a circulação das informações para satisfazer os clientes, abrindo vantagem competitiva. O cenário da revolução da informação, com um grande número de fábricas e seus processos automatizados, produzindo quantidades de produtos de qualidade, estão deixando milhares de pessoas desempregadas. “Os infopreneurs, motivados por um espírito de aventura, criam tecnologias novas, novos tipos de informação e novos meios de fazer negócios” (WEITZEN, 1991, p.4, 160).

Está em tempo dos bibliotecários assumirem uma postura empreendedora para fazer algo melhor do que já está sendo feito, buscar novos serviços e produtos

para prover as necessidades dos seus clientes, pois estes esperam das bibliotecas as mesmas mudanças que a sociedade está exigindo de todos os outros setores. Logo, a grande essência da Biblioteconomia empreendedora fica em o bibliotecário determinar como os serviços de informação oferecidos por ele afeta a vida de seus clientes.

Neste trabalho, a palavra empreendedor, de emprego amplo, é utilizada para designar as atividades daquele que se dedica a transformar cada desafio em uma oportunidade, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços ou na inovação na área em que atua. Incluem-se aqui os profissionais na área da informação atuantes nas bibliotecas em que a medida de avaliação não está baseada na abertura do próprio negócio, mas na agregação de valor gerados ou propagados por inovações implantadas nos serviços de informação executados nas bibliotecas (intraempreendedores).

### 3.1 Características Empreendedoras: foco no bibliotecário

Para Dornelas (2008), é um mito que empreendedores nasçam com o dom de conseguirem o seu sucesso. A inteligência de ter visão e empreender vai depender da busca por oportunidades e do estímulo. Um conhecimento cumulativo sobre a área de interesse, que com o passar dos tempos, estudos centralizados proporciona habilidades e prática ao profissional.

Para ele, os empreendedores necessitam ter visão futura de seus negócios, devem saber tomar medidas certas na hora certa, sem medo de errar. Precisam ser aptos para colocar o plano de negócios em prática de uma forma que só venha a somar valor ao serviço em questão, pesquisando ao máximo qualquer oportunidade de crescimento que venha a aparecer. O empreendedor tem a capacidade de detectar em coisas pequenas a chance de crescer, progredir e alcançar suas metas e objetivos.

De acordo com Fillion (1991), o empreendedor é um indivíduo criativo, reconhecido pela sua capacidade de estabelecer e atingir finalidades e que mantém um maior nível de conhecimento do meio em que vive utilizando para transformar ideias em negócios.

São características empreendedoras:

- Visão empreendedora: o empreendedor está sempre em alerta, em busca de oportunidades.
- Capacidade de planejamento: ter visão de onde se quer chegar é essencial, o empreendedor se planeja de forma eficiente para atingir os seus objetivos
- Networking: ter uma rede de contatos vasta é fundamental, o empreendedor consegue ser muito comunicativo, sempre trabalhando para aumentar seus clientela e colaboradores.
- Perseverança: o empreendedor não desanima porque uma coisa não deu certo, ele continua sem desistir, para alcançar seus objetivos, pois são persistentes;
- Assumir riscos: o empreendedor se põe no mercado de forma firme, tem coragem para assumir riscos, no entanto o faz de forma planejada.
- Liderança: o empreendedor é o líder de sua equipe, a sua capacidade de influenciar os outros que estão ao seu redor é excelente.

Segundo Drucker (1987), os empreendedores sempre estão em busca de inovações, resiste a ela e a analisam como sendo uma oportunidade, que nem sempre são vistas pelos demais. São indivíduos que criam algo novo, distinto, mudam ou transformam padrões, não limitando o seu empreendimento a instituições exclusivamente econômicas. São, inovadores, com capacidade para conviver com riscos e incertezas envolvidas nas decisões. Logo, o espírito empreendedor não é característica da personalidade uma vez que afirma que qualquer indivíduo que necessite tomar uma decisão pode aprender a se comportar de forma empreendedora.

Segundo Farrel (1993), o empreendedor é um indivíduo que aprende a usar uma técnica de fazer as coisas de forma simples, sucinta, mas sem nunca deixar de fazê-las. Além do mais, mostra que os empreendedores são movidos pela visão focada em produtos e clientes, o que dá ao verdadeiro empreendedor uma linhagem de orgulho pessoal por aquilo que faz. Expõe também que, a necessidade estaria na origem do espírito empreendedor, levando à criação de algo novo, à elevação de um negócio, ou a um comportamento competitivo, mesmo por parte de um subordinado.

O empreendedorismo está ligado com a necessidade de cada indivíduo e com a disposição de desenvolver algo novo, sem medo de errar, sofrer riscos e explorar o inexplorado.

Empreendedores não nascem feitos, não são fabricados e nem são pequenos gênios. Eles acontecem em função das circunstâncias. Seu objetivo final não é tornar-se milionário, as realizações são suas metas. Não possuem um caráter indefinido, não estão prontos a passar por cima das leis, nem estão à espreita de um trouxa para tirara vantagem. Sua análise de risco é relativa; eles consideram mais arriscado deixar seu futuro nas mãos de outras pessoas. Ser empreendedor não significa abrir um negócio, mas se tornar competitivo (FARREL, 1993 p. 166).

Diante disso, torna-se necessário o indivíduo investir em sua educação continuada, qualificação e aperfeiçoamento constantes para que possa atuar efetivamente como agente de mudança e inovação e como parceiro na criação de novas possibilidades para a organização em que atua. Todavia, a recíproca também é verdadeira. As organizações hodiernas, para se manterem competitivas, também precisam investir no seu capital humano para não perdê-lo para a concorrência.

O empreendedor é uma pessoa social, produto do meio em que vive, ou seja, existem cidades regiões e países mais empreendedores que outros. Desta forma, desfaz-se a ideia de que empreendedorismo é resultado de herança genética, ou seja, é possível que as pessoas possam aprender a serem empreendedoras. O empreendedorismo pode ser considerado também um fenômeno cultural, isto é, fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas. Pesquisas apontam que as famílias de empreendedores têm maiores chances de gerar novos empreendedores e que empreendedores de sucesso quase sempre têm um modelo, alguém a quem admiram e imitam (FILION, 1991).

O empreendedorismo é um campo muito recente em termos acadêmico, o que faz com tenha muitas diferenças a respeito das exatas definições. No entanto, pode-se perceber que há concordância entre os estudiosos de que, o que distingue o empreendedor das outras pessoas é o modo como este percebe a mudança e lida com as oportunidades, a presença da iniciativa para criar um negócio novo, paixão pelo que faz aliada a utilização de recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive e finalmente a presença de uma grande facilidade para assumir riscos e possibilidade de fracasso.

Para se tornar um empreendedor, o bibliotecário deve estar preparado e disposto a enfrentar essas mudanças que vêm ocorrendo no mercado de trabalho. Todavia, problemas são encontrados na formação do bibliotecário com o perfil requerido. Um desses problemas parece ser a atual estrutura dos cursos de biblioteconomia do país. Segundo Alves (2006, p. 22),

É certo que para haver mudanças é preciso mudar a formação dos profissionais. A forma como se ensina precisa acompanhar as mudanças por que passa a sociedade e dar maior importância à formação empreendedora, influenciando nas competências e dando maior capacidade autônoma aos profissionais da informação.

Segundo Cardozo e Barbosa (2004, p. 17) “[...] o bibliotecário-empendedor deve ser criativo, flexível, inovador e ter visão do negócio em que atua, além de estar sempre sensibilizado para a necessidade de atualização permanente, no que tange ao conhecimento e às técnicas e métodos de trabalho”. Nessa mesma linha de pensamento Dalpian, Fragoso e Rozados (2007, p. 3) complementam que “[...] é fundamental agregar-se valor e, de modo especial, deve-se sempre aprender a aprender, a aprender a empreender”. Além do conhecimento técnico o bibliotecário,



na atual conjuntura da sociedade da informação e do conhecimento, precisa de habilidades e competências empreendedoras. Para Dalpian, Fragoso e Rozados (2007, p. 5) as competências necessárias, além das citadas por Cardozo e Barbosa (2004) são: polivalência, liderança, poder de negociação, excelência na comunicação, participação em redes além de visão empreendedora.

O empreendedor não é um ser mágico, é uma pessoa como qualquer outra, porém apresenta algumas características que o diferem dos demais, por exemplo, o senso de oportunidade, a capacidade de lidar com pessoas, a persistência e a criatividade. Isso é muito bom uma vez que todas estas características são passivas de se adquirir com a vivência, busca de instrução em instituições de ensino e com a força de vontade.

Portanto ser empreendedor não diz respeito somente a uma habilidade nata, depende muito mais de esforço, o retorno monetário é quase que consequência, ser empreendedor não significa gerar rios de dinheiro, mas sim realizar projetos, e principalmente ter atitude.

O bibliotecário pode ser empreendedor de várias formas, como:

- Facilitando a comunicação e interação na organização em que atua, fazendo com que aconteça a união/cooperação entre os setores;
- Executando suas funções de forma criativa com os, geralmente, poucos recursos disponíveis;
- Desenvolvendo projetos para captar mais recursos para a unidade de informação;
- Fazendo estudos, para identificar e conhecer seus clientes e adequar os produtos e serviços às expectativas e necessidades deles;
- Disponibilizando informações estratégicas para a organização em que está inserido, visando facilitar a tomada de decisão em todos os níveis hierárquicos;
- Antecipando-se às tendências e realizando mudanças nos produtos e serviços que oferece antes que eles fiquem obsoletos e caiam em desuso;
- Em suma, o bibliotecário para diferenciar-se de outros profissionais denominados profissionais da informação, precisa enfatizar a sua capacidade empreendedora encontrando soluções para os problemas informacionais de

indivíduos e organizações, recuperando e disseminando informações que exibam utilidade, propriedade e exatidão para suprir as necessidades desses clientes.

### 3.2 Empreendedorismos X Marketing: divergências, convergências e uso na Biblioteconomia.

Kotler (2003, p. 11) descreve o marketing como “a arte e a ciência de escolher os mercados-alvo e de conquistar, reter e cultivar clientes por meio da criação, comunicação e fornecimento de valor superior para os clientes”. É a função que representa as necessidades e desejos do público e busca maneiras de atendê-lo de forma efetiva. É um processo que não se limita a um único departamento da empresa ou a um único meio de veiculação.

Kotler (2003, p. 12) afirma que é um processo que busca:

[...]determinar de maneira sistemática o que produzir, como chamar a atenção dos clientes para o produto ou serviço, como facilitar o acesso ao produto ou serviço e como reter o interesse do cliente pelo produto ou serviço, de modo que sempre queira comprar mais.

Porém, o empreendedorismo, segundo Dolabela (1999), é o termo que compreende o estudo do empreendedor, suas origens, sistema de atividades e campo de atuação. O empreendedor ao encontrar uma oportunidade assume os riscos existentes para torná-la um negócio. De acordo com Dornelas (2001, p. 29), todas as definições concordam que o empreendedor possui:

1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive;
3. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Por meio dessas exposições é que se pode afirmar que o marketing nasce para satisfazer e atender as grandes empresas, enquanto o empreendedorismo nasce do empreendedor, que por sua vez pode não ter qualquer conhecimento de estudo de mercado, pesquisa, etc. Portanto:

A diferença entre eles é que o marketing tradicional opera em um ambiente consistente, em que as condições de mercado são contínuas e a empresa está claramente satisfazendo as necessidades do público-alvo enquanto o empreendedorismo puro opera em um ambiente incerto, em que as condições do mercado e as necessidades do mercado são descontínuas e obscuras. (COLLINSON; SHAW, 2001, p. 2)

No entanto, apesar de se mostrarem aparentemente em mundos diferentes:

Muitas das ações tomadas por empreendedores são conceitos chave na teoria de marketing, que sugerem que o marketing de sucesso é realizado por empresas que identificam novas oportunidades, aplicam técnicas inovadoras para trazer o produto/serviço para o mercado e encontram com sucesso as necessidades do seu público alvo. (COLLINSON; SHAW, 2001, p.2)

Nota-se assim que o conceito de marketing empreendedor não chega apenas para unir duas áreas de estudo, mas sim, de forma geral, para nomear uma ação que a muito já era realizada por empreendedores nas suas empresas.

O empreendedorismo não é o simples fato de montar um negócio. Quem monta um simples negócio é um empresário. Empreendedorismo é a capacidade de montar ou aperfeiçoar um negócio com grande diferencial, que seja destacado entre os demais, que chegue no mercado quando antes ninguém pensou em tal. Enquanto o marketing é a forma de apresentar a empresa ao público, nem só a empresa, mas o produto, o serviço, a marca e etc.

Se o indivíduo tem a capacidade de montar um empreendimento espetacular, também terá que fornecer boas estratégias de marketing para convencer o público de sua magnitude. Empreendedorismo e marketing andam juntos e um depende do outro.

O marketing pode oferecer meios para a área de serviços de informação. As ferramentas desenvolvidas para o domínio lucrativo serão úteis para desenvolver produtos e serviços com base em necessidades de informação reais e identificadas, para divulgar ou esclarecer a clientela sobre novos produtos e serviços.

As ferramentas de marketing são de extrema importância nos serviços de informação e ajudam a criar imagens poderosas e um sentido de credibilidade, confiança e tranquilidade. Através das ferramentas de marketing os bibliotecários podem explorar e divulgar seus serviços/produtos de maneira rápida, simples e eficaz.

Cada vez mais as instituições estão reconhecendo a importância da internet como uma ferramenta não somente para obter informações, porém também como um meio utilizado para disseminar informações com outras pessoas através de uma rede de relacionamentos.

A disponibilização e divulgação dos produtos e serviços aos usuários por meio da internet estão cada vez mais necessárias como uma maneira de promover a biblioteca, seus produtos e serviços. E, se o marketing, via internet, for utilizado de forma eficiente pelas bibliotecas e bibliotecários, essas estarão melhores preparadas para enfrentar o futuro e oferecer serviços de alta qualidade, e assim atingir seus objetivos.

O Marketing é “qualquer coisa que basicamente envolve o relacionamento entre necessidades e os desejos do mercado com fornecimento de produtos e serviços que geram transferências de propriedade.” (CUNDIFF et al., 1981, p. 17). Para complementar Stevens et al. (2001, p. 5) diz “o marketing envolve tanto criação quanto a distribuição de bens e serviços, [...] o marketing deve desempenhar papel vital na criação bem como na distribuição de bens e serviços.”

O Marketing é um grande aliado ao bibliotecário dentro de um centro de informação, na biblioteca o marketing oferecerá uma melhor divulgação de suas atividades, do serviço prestado aos usuários, da qualidade do produto ofertado e a real situação entre usuários reais e possíveis.

Baptista, Costa e Viana Neta (2009), citam algumas razões para utilizar o marketing:

- a) Marketing oferece um conjunto de métodos e instrumentos que podem diferenciar necessidades, desejos e preferências dos usuários;
- b) marketing força um questionário sobre como a instituição tem sido afetivo aos problemas de busca de informação de seus usuários reais e potenciais, podendo causar uma mudança de ação dentro da biblioteca;
- c) marketing abraça uma administração prática de relação de troca entre a biblioteca e seu público. Ao ofertar um produto ou serviço de informação, baseado nas necessidades identificadas, atinge o reconhecimento por meio do aumento da busca por seus serviços;
- d) marketing proporciona a comunicação, que é importante para captar a atenção dos não usuários e assim mantendo seus usuários reais fidelizados. A comunicação ajuda a destruir as barreiras geradas pelo desconhecimento sobre os produtos e serviços ofertados e,

- e) marketing por meio da promoção poderá promover um maior uso dos serviços e produtos da biblioteca, como também atrair mais investimentos para o aprimoramento e oferta de novos produtos e serviços.

Nesta perspectiva, podemos observar a importância que o marketing desenvolve dentro da Biblioteconomia. O marketing pode ser desenvolvido através de simples divulgação utilizando as ferramentas disponíveis na web, as mesmas podem ser desenvolvidas pelos próprios bibliotecários da instituição onde estão inseridos como forma de atrair, divulgar e mostrar os serviços e produtos ofertados pela biblioteca.

O bibliotecário tradicional, preocupado com os serviços internos por vezes não percebe o que existe à sua volta. Não está motivado para mudar a postura, não vende bem a sua imagem perante aos seus dirigentes e conseqüentemente não consegue o retorno desejado, pois não aplica conhecimentos de marketing, negociação e planejamento, entendendo a biblioteca como uma subunidade dentro de uma organização, e que precisa estar integrada com o todo.

Pessoas inovadoras transformam a sua unidade de informação em espaços culturais vivos difundindo além da cultura, a conscientização da necessidade de leitura para o desenvolvimento pessoal. Além disso, o profissional bibliotecário deve se preocupar com o destino da informação, a função desta e para quem será útil.

#### **4 BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR: uso das ferramentas na web**

Nos dias de hoje, a internet, também conhecida como web, possui vários serviços de infraestrutura tecnológica gratuita ou com custos muito baixos quando comparados aos serviços oferecidos pelas empresas tradicionais de tecnologia. Estes serviços fazem parte da geração de serviços online designada de web 2.0. Esta é caracterizada por desenvolver as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. (PRIMO, 2006).

Com a dinâmica social a cada momento a sociedade propicia novas tecnologias de informação e comunicação. Vivemos em uma época que muitos chamam de era da informação, sociedade do conhecimento, sociedade conectada, entre outras. Atualmente, tem-se o surgimento de uma nova geração Y, os quais constantemente se caracterizam pelo uso de uma variedade de dispositivos tecnológicos e redes sociais para intercambiar informação, realizar comunicação e se socializarem.

A sociedade está cada vez mais informatizada e as redes sociais estão muito mais presentes na vida dos usuários da web. Com a internet as redes sociais passam a exercer um papel mais decisivo para disseminar a informação para seus usuários.

A nova geração relaciona-se com computadores, tablets, celulares, Smartphones, internet desde o seu nascimento, por isso a tecnologia não é novidade. As crianças de hoje já demonstram uma intimidade e facilidade com as tecnologias, com computadores e outros equipamentos. Por causa da internet percebemos que os adolescentes têm acesso a mais informações do que as gerações anteriores, até mesmo as científicas.

Redes sociais são, sobretudo, feitas de relacionamentos entre pessoas e a comunicação estará sempre em primeiro lugar. Empresas familiares, pequenos negócios e profissionais autônomos, por exemplo, podem se aproveitar ainda mais dessa enunciação já que é comum e aceitável que apenas uma pessoa cuide de todos os seus aspectos gerenciando o perfil pessoal/corporativo adequadamente. Um perfil pessoal que equilibra identidade profissional, níveis de privacidade devidamente definidos, a possibilidade de interagir com consumidores e colegas de

trabalho e ainda construir relacionamentos significativos para os negócios, é insubstituível. Por isso, devem ser tomados certos cuidados em sua administração.

Atualmente, com o avanço da tecnologia, surgiram no mundo virtual diversas ferramentas que podem contribuir com eficiência a vida dos usuários, assim como a dos bibliotecários empreendedores, que buscam um meio de inovação dentro de um ambiente totalmente virtual, novas ferramentas foram descobertas para atender as necessidades de quem procura empreender na web, de forma simples, prática e bastante eficaz.

No que se refere ao universo mercadológico, várias empresas já estão investindo em formas de ganhar dinheiro com o que ficou conhecido como “Empreendimento 2.0” ou “Social-commerce”, que significa em trazer as ideias e tecnologias das redes sociais para o mundo empresarial, estabelecendo um novo e poderoso canal de comunicação e vendas com clientes.

As micro e as pequenas empresas, na disputa por um espaço no mercado e por destaque entre os maiores negócios, têm oportunidade única de usar os recursos disponíveis das redes sociais para buscar e conquistar novos clientes/usuários. Nesse momento, uma conta no Twitter, Instagram, Google+, Pinterest ou Facebook, por exemplo, podem ser as melhores aliadas do pequeno empreendedor: são gratuitas, custo zero de investimento em publicidade; intuitivas, redução no custo de contratação de profissionais especializados; além de ter um grande alcance, atinge um público imenso de consumidores. As ferramentas são peça fundamental para alavancar os negócios do empreendedor quando se pensa em realizar um empreendimento na web, seja elas de venda, divulgação de cursos, etc.

O uso das tecnologias de informação está cada vez mais presente no dia a dia da vida das pessoas. A facilidade e agilidade no manuseio de smartphones, notebooks e das próprias mídias e redes sociais fazem com que muitas pessoas estejam conectadas ao mesmo tempo, em diferentes espaços, trocando informações e conhecimento mutuamente, de forma dinâmica e veloz. Devido ao surgimento da internet, as pessoas podem disseminar informações de forma mais rápida e interativa. Sobre o tema, Recuero (2009, p. 136) complementa afirmando que:



Através do advento da comunicação mediada pelo computador e sua influência na sociedade e na vida cotidiana, as pessoas estariam buscando novas formas de conectar-se, estabelecer relações e formar comunidades já que, por conta da violência e do ritmo de vida, não conseguem encontrar espaços de interação social.

Para a autora, as pessoas vão à busca dos meios de comunicação, assim como as mídias sociais, para interagir com outras pessoas, criando redes sociais na internet e proporcionando a disseminação da informação dentro da web.

Percebe-se que com o amadurecimento das mídias sociais, vão surgindo novas tecnologias e novas ferramentas para empreendedores vão surgindo para o benefício da vida de quem procura uma nova oportunidade de empreender na web, assim o bibliotecário que tem visão futura pode amadurecer a ideia de um novo plano de negocio dentro do mundo digital, trabalhando com comodidade e eficiência dentro de um espaço totalmente virtual e com baixo custo benefício.

Diante do exposto, Maness (2006) aponta as mudanças paradigmáticas nas bibliotecas, às quais os bibliotecários precisam estar atentos. Exemplifica que o início das mudanças está apenas começando, como a "biblioblogosphere", ou seja os weblogs escritos por bibliotecários; a substituição dos tutoriais da Web 1.0 (estáticos) para a possibilidade dinâmica de interação ou no uso de animação programada com dados solicitados especificamente pelo usuário.

Ao incorporarem tecnologias da web, os bibliotecários precisam conhecer as tecnologias disponíveis, suas vantagens e possíveis inconveniências. Será necessário conhecer e estudar as ferramentas simples, fáceis de usar, eficazes, de baixo custo e alto retorno para dinamizar o fluxo da informação.

Neste sentido, apresentaremos a seguir, um novo espaço para acessar, organizar, gerenciar, tratar e disseminar a informação, conhecimentos e saberes. Como as demais ferramentas do cotidiano, cabe estudar, experimentar, explorar tecnologias da Web para facilitar o acesso e ampliar o uso da informação.

## 4.1 Trello

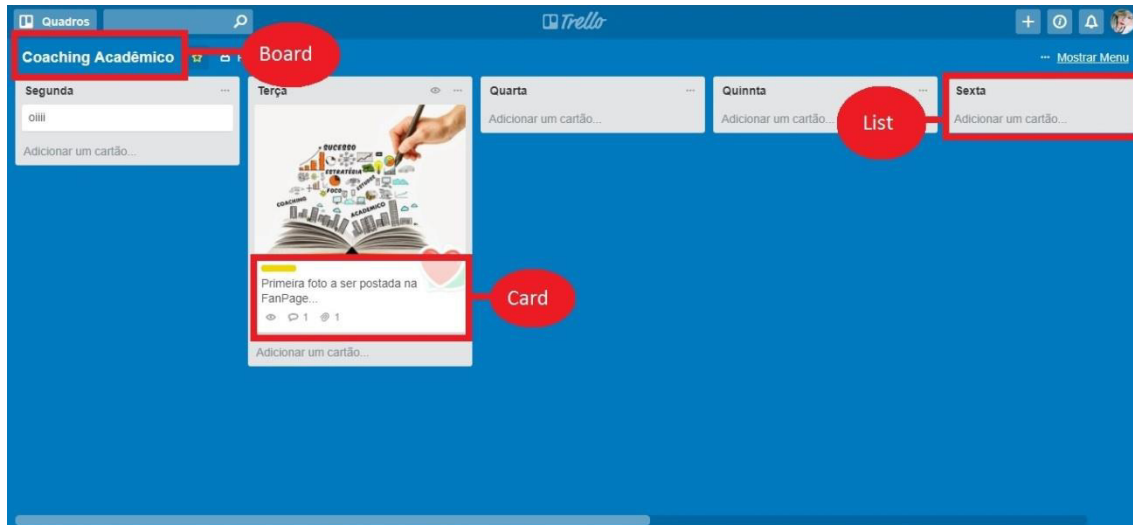
A ferramenta Trello é um organizador de tarefas e eventos bastante dinâmico e funcional. Sua organização pode ser feita da maneira que o usuário desejar, podendo englobar o período inteiro de um projeto. Essa ferramenta é gratuita e o processo de criação de uma conta é extremamente simples, que não levará mais do que alguns segundos. Aos interessados, há ainda uma versão GOLD.

O trello é uma ferramenta muito útil e de fácil manuseio para quem deseja organizar suas tarefas, ou até mesmo para quem quer organizar as tarefas de uma equipe. O trello não é apenas útil no trabalho; mas em qualquer outra área da sua vida onde se deseja organizar suas tarefas diárias, fica bem mais fácil e dinâmico com o trello. Um grande fluxo de trabalho, por exemplo, pode ser facilmente organizado e monitorado por uma única pessoa ou por toda a equipe, permitindo que as pessoas saibam exatamente o quanto falta para cada uma determinada tarefa ser concluída. Bastante funcional para bibliotecários que desejam trabalhar em equipe em uma plataforma digital sem precisar sair de casa.

O programa é composto de uma grande tela azul chamada quadro (board), onde as listas (lists) serão exibidas. Cada lista define os passos de uma ação específica; como no caso utilizamos o trello para distribuir e monitorar tarefas semanais, onde nomeamos as listas com os dias da semana no exemplo do coaching acadêmico onde a partir de cada dia teremos uma base do que será feito naquele determinado dia.

Utilizar o Trello como organizador semanal é algo bastante prático e fácil de ser feito. Ao separar as colunas de listas por dias, você pode estabelecer prazos para as tarefas do dia a dia e não se perder em meio aos seus compromissos, seja eles profissionais ou pessoais.

Figura 1- Tela do Trello



**Fonte:** <https://trello.com/>

Em cada lista ficam agrupados os cartões (cards). Cada cartão representa uma tarefa específica, no exemplo usamos dias da semana para ter uma base de cada postagem a ser colocada diariamente em uma Fanpage

Nos cartões podemos colocar o responsável – ou responsáveis – por uma tarefa, o limite para que ela seja feita e algum comentário para a pessoa que fará aquela tarefa. Assim que uma tarefa é concluída, o cartão correspondente pode ser movido de uma lista para a outra e futuramente arquivado. Abaixo vemos exatamente como é um cartão:

Figura 2 - Cartão de tarefa do Trello



**Fonte:** <https://trello.com/>

Quando clicamos em um cartão, uma nova janela é aberta e nela podemos ver os detalhes daquele cartão. Ali é exibido o histórico dele, como as listas em que ele esteve, e uma descrição feita pela pessoa responsável pela ação que ele representa. Abaixo podemos ver melhor como seriam os detalhes do meu cartão “Primeira foto a ser postada na Fanpage”:

Figura 3 - Especificações do cartão de tarefa do Trello



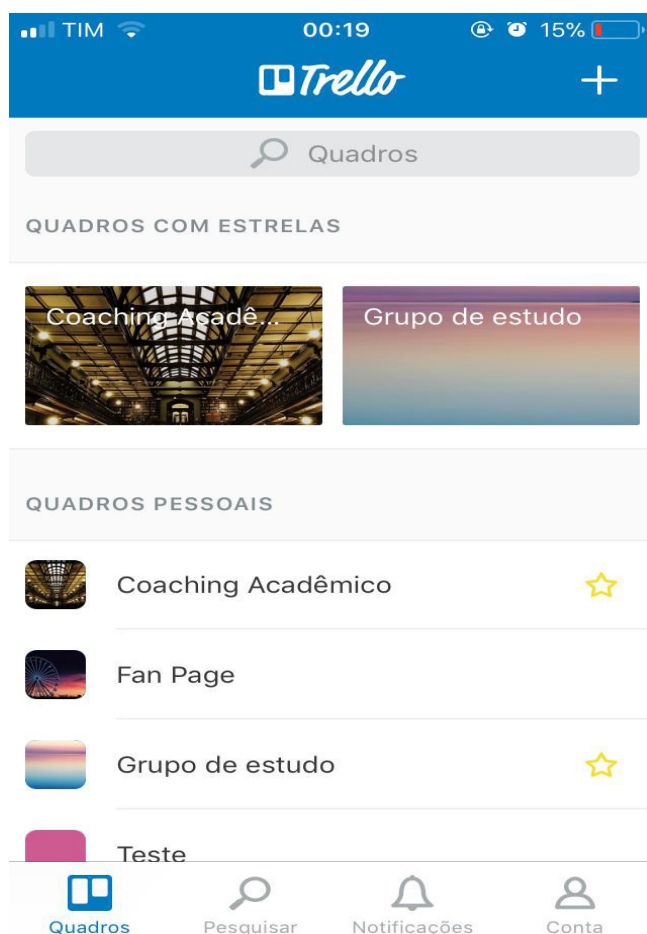
Fonte: <https://trello.com/>

É possível criar seus próprios cartões e os cartões destinados a outras pessoas, podendo colocar vários membros em um mesmo cartão. Além de que, uma pessoa pode “se adicionar” em um cartão que não tenha ninguém ou que já tenha outros responsáveis.

Outro recurso para diferenciar tarefas ou prioridades é a adição de etiquetas (labels) coloridas, onde cada cor pode significar um estágio ou dar uma importância diferente à ação do cartão.

Além da comodidade de podermos utilizar o Trello em nosso computador na comodidade da nossa casa, o aplicativo também permite ficar fora do seu escritório. Um aplicativo do Trello para sistema IOS foi desenvolvido para aqueles que trabalham até na hora do almoço, no ônibus ou na fila do cinema. Abaixo podemos ver um exemplo de como é a interface do programa em um celular

Figura 4 - Aplicativo para sistema iOS do Trello



Fonte: <https://trello.com/>

A dinâmica do aplicativo é a mesma do programa normal; quadro, listas e cartões. O trello é uma ferramenta essencial na vida do bibliotecário, por ter uma poderosa função de organização de tarefas diárias. O trello pode ser usado em vários aspectos na vida do bibliotecário, o mesmo pode usar o trello como uma ferramenta de gerenciamento de imagens de uma *fanpage*, por exemplo, determinando cada dia da semana e suas respectivas postagens diárias como uma forma de controle da página. O trello também pode ser um escritório virtual onde se podem trabalhar várias pessoas ao mesmo tempo, onde cada integrante fica responsável por uma tarefa, sem que atrapalhe a tarefa do outro e com uma comodidade de poder está trabalhando de casa, apenas conectado na plataforma trello, onde também pode ser levada em seu smartphone.

## 4.2 Facebook

O *Facebook* é considerado a maior rede social do mundo, lançado em 2014, pelos estudantes de computação da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, como uso especialmente para os alunos da Universidade. Logo, com a grande aceitação que teve a ferramenta, em um espaço de dois meses já estava sendo utilizadas em outras universidades, e hoje está sendo utilizado por cerca de 800 milhões de usuários, considerando-se como a maior rede social do mundo.

De acordo com Teixeira (2012) A missão do *Facebook* é servir como mapa onde o usuário pode se mover pela rede e fazer novas descobertas com base nas outras pessoas que vai encontrando, e no que as outras pessoas vão seguindo e curtindo.

Nessa perspectiva, pode-se concluir que o *Facebook* é uma rede social que permite aos usuários se conectarem e criarem grupos de discussões, como também compartilhar ideias e conteúdos em comum. Essa ferramenta possui diversas utilidades interessantes e agrega vários serviços e aplicativos.

Para utilizar os serviços do site, é necessária uma conta pessoal, pois até o momento o sistema não permite a criação de uma conta empresarial. Se existe a necessidade de um novo registro na plataforma, este ocorre por meio de sua página inicial.

Figura 5 - Pagina inicial *Facebook*



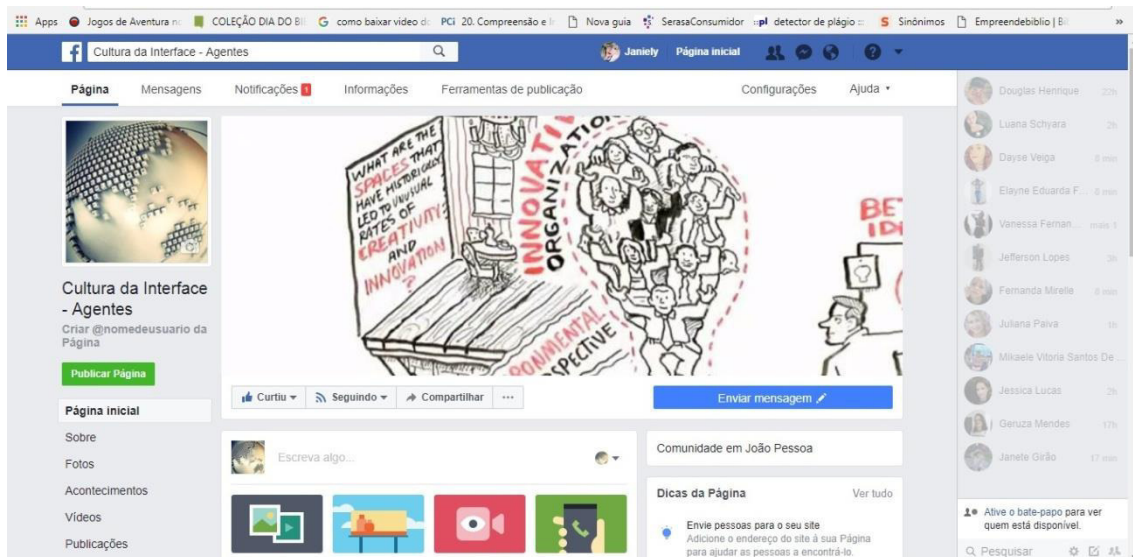
Fonte: <https://www.facebook.com/>

O *Facebook* está cada vez mais presente na vida das pessoas. A plataforma pode ser um poderoso meio para divulgar serviços e produtos, trazer novos clientes e fidelizar os que já existem, enfim, designar um diálogo com todas as partes interessadas. Em geral, o desafio é utilizar de forma eficiente e eficaz os recursos disponibilizados para alavancar os negócios.

Existem várias formas de se atuar nesta rede social, através de anúncios que apontam para seu *website* (links patrocinados); perfis pessoais dos responsáveis pela empresa, grupos de discussão entre usuários do serviço/produto oferecido, ou através de *fanpages*.

Entre todas as opções disponíveis na ferramenta, a forma mais comum de atuação é através da criação de *fanpages*, que são bastante fáceis de serem criadas. Em questão de minutos um usuário pode escolher um nome, definir o tipo de negócio, ramo de atuação e criá-la. Depois de criada, é necessário que as pessoas entrem nela e decidam “curtir” a página.

Figura 6 - *Fanpage*



**Fonte:** <https://www.facebook.com/Cultura-da-Interface-Agentes-561642867232463/>

As *fanpage* funcionam como um perfil pessoal para empresas. dispõem praticamente todas as categorias dos perfis pessoais tais como: foto de perfil, foto para capa, capacidade de criar álbuns de fotos e vídeos, enviar mensagens e um mural. Uma diferença é que ao invés de se “adicionar como amigo”, o usuário pode “curtir” uma página - “*Like*”, no original em inglês. Uma vez que o usuário “curte” a

página, não é preciso que o administrador dela dê autorização para que ele seja adicionado na lista de seguidores, passando então a receber todas as notificações de publicações postadas na página, assim como recebe as atualizações dos perfis de seus amigos em sua página pessoal.

O *Facebook* permite que seus usuários escolham que tipo de informação pode ser acessada por qual tipo de pessoa, através da criação de listas de amigos (*friend lists*). Essa ferramenta é bastante útil para profissionais como médicos, assistentes sociais, empregados do governo, militares e professores, manter o anonimato pode ser fundamental para se manter em segurança. Para esses indivíduos, o desejável é manter a privacidade da rede social o mais restrita possível, prevenindo assim que seu perfil pessoal apareça em sistemas de busca. Segmentar o acesso as informações publicadas é importante, pois nem tudo é apropriado para ser exposto a todas as pessoas, tendo em vista que crianças também acessam ao facebook sem o acompanhamento de seus pais.

O sistema de anúncios do *Facebook* também pode ser configurado como opção de presença das empresas nessa rede social, no entanto tem um custo de investimento. Este permite que os cliques sejam direcionados para uma loja virtual, *website* ou para a própria *fanpage* da empresa, por exemplo. Esta última opção mantém o usuário numa interface familiar, diminuindo consideravelmente as taxas de rejeição - o ato de o usuário entrar em um site e sair rapidamente, sem explorar os *links* oferecidos.

O *facebook* por ser a rede social mais utilizada no mundo, está atingindo uma grande quantidade de pessoas que deseja empreender com sucesso através das redes sociais. O bibliotecário pode usar esta ferramenta como forma de divulgação de seu produto e serviço, criando uma *fanpage* e atingindo um retorno imediato, devido a grande quantidade de pessoas que se encontram conectadas compartilhando toneladas de informações a todo instante. O bibliotecário pode utilizar o espaço do facebook dentro de uma unidade de informação como forma de marketing da biblioteca, criando o seu próprio perfil, para divulgação de serviços e produtos oferecidos pela mesma, como também avisos sobre novas aquisições, podendo também criar enquetes para avaliar o perfil dos usuários, podendo de forma virtual manter o relacionamento com eles e ao mesmo tempo compartilhar informações pertinentes com milhares de pessoas que muitas vezes estão no *facebook* em busca de informação.



### 4.3 Empreendemia

A rede social Empreendemia é voltada para empresas e empreendedores, é uma opção atual bem interessante para implantação do mundo virtual.

Figura 7 - Empreendemia



Fonte: <http://empreendemia.com.br/>

Como podemos observar na imagem acima a tela inicial do empreedemia é bastante dinâmica, nela podemos encontrar informações sobre as ultimas empresas que foram cadastradas ultimamente e podemos visitar a lista de empresas numa busca rápida antes mesmo de fazer o cadastro que é totalmente gratuito.

Figura 8 - Tela de preenchimento do Empreendemia

Fonte: <http://empreendemia.com.br>

Na imagem acima observamos a primeira página para o preenchimento do cadastro, onde iremos preencher os dados do usuário e os dados da empresa. Criamos um perfil usado como teste para realização desta pesquisa, onde se trata de uma consultoria a trabalhos acadêmicos, onde nomeamos o nome da empresa como coaching acadêmico.

Ao lado direito da tela, o empreendemia disponibiliza um fórum com perguntas e respostas frequentes para melhor atender e tirar as duvidas do usuário que está realizando o cadastro na rede social.

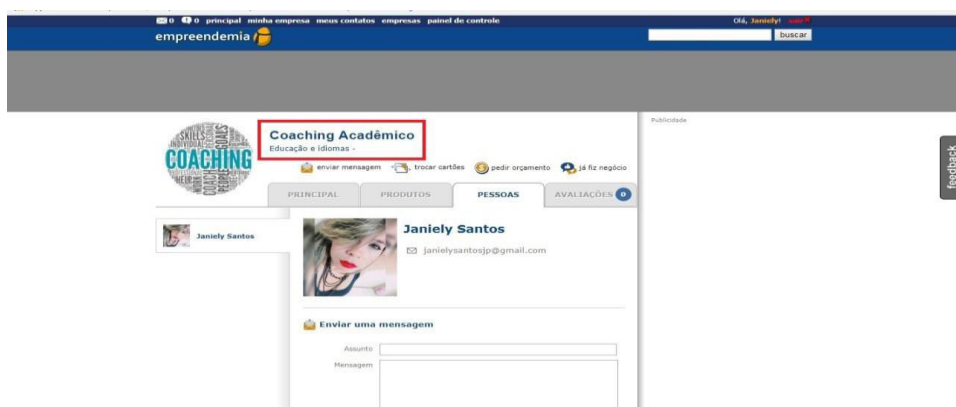
Figura 9 - Criação da *logo* no Empreendemia



Fonte: <http://empreendemia.com.br>

O primeiro passo após a realização do cadastro será a criação do logotipo da empresa como ilustra a imagem acima, foto de perfil, atualizar dados, conhecer novos clientes, etc.

Figura 10 - Página do Empreendemia



Fonte: <http://empreendemia.com.br>

Após termos inserido a foto do perfil e o logotipo da empresa, temos uma visão de como ficará visível a página da empresa para os visitantes da rede social.

Figura 11 - Página do painel de controle do Empreendemia

Fonte: <http://empreendemia.com.br/>

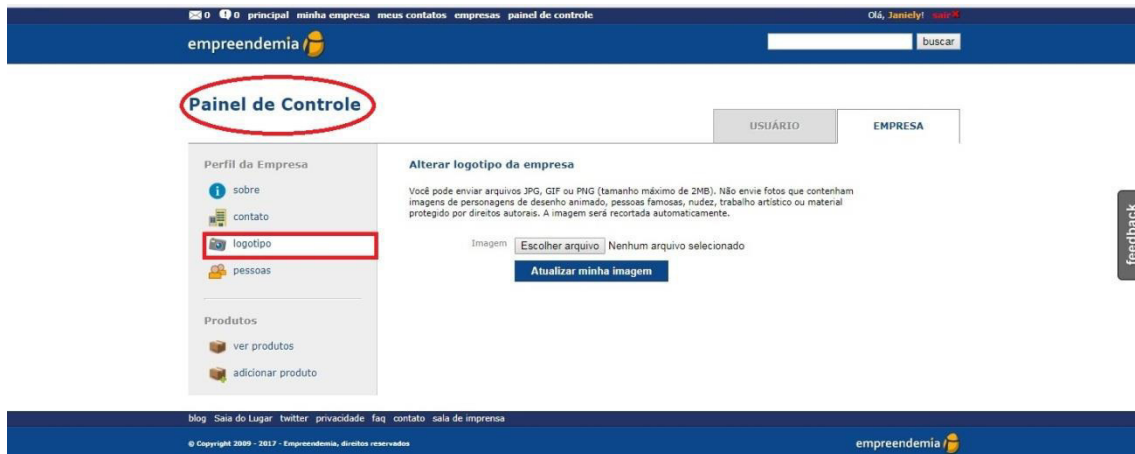
Depois de inserido todas as informações da página da empresa, podemos ir para o painel de controle, onde encontraremos na sessão sobre o perfil da empresa com vários campos, na imagem acima podemos observar o campo “sobre”, onde podemos alterar o nome, o tipo da empresa ou adicionar uma descrição.

Figura 12 - Passo a passo do painel de controle do Empreendemia

Fonte: <http://empreendemia.com.br/>

Abaixo do campo “sobre” temos o campo “contato”, onde podemos alterar os dados para contatos, endereço, mensagens, listas de interesse, etc.

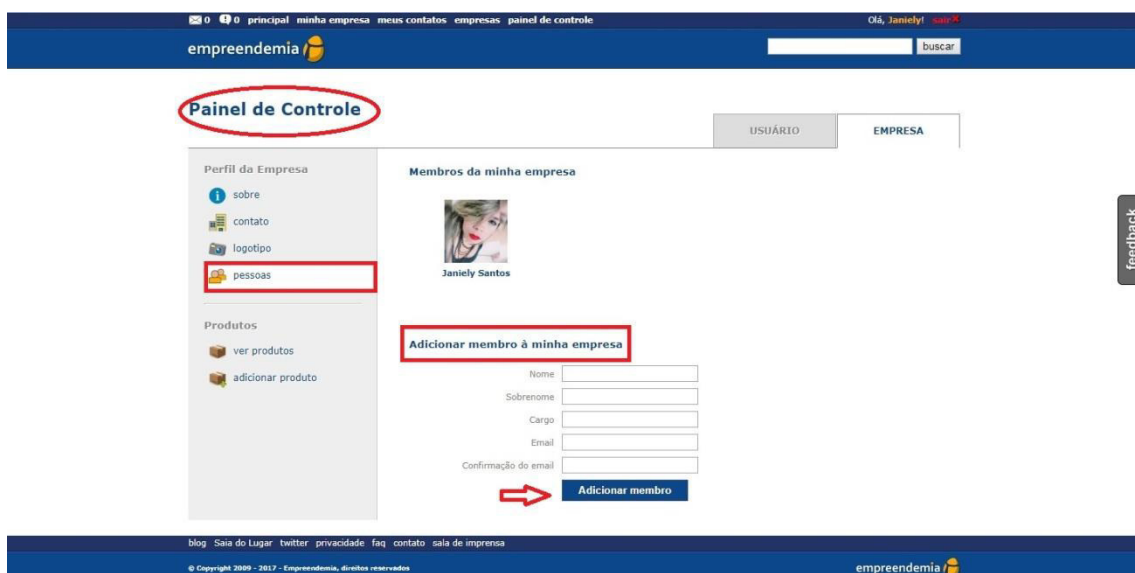
Figura 13 - Passo a passo do painel de controle do Empreendemia



Fonte: <http://empreendemia.com.br/>

Abaixo do campo “contato” tem o campo “logotipo”, onde temos a opção para alterar a logotipo da empresa.

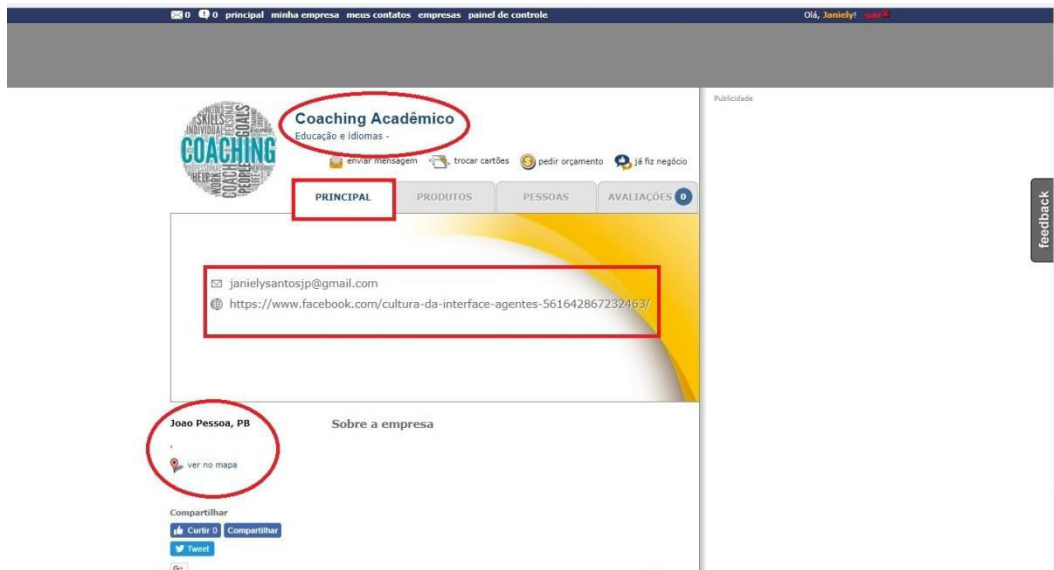
Figura 14 - Passo a passo do painel de controle do Empreendemia



Fonte: <http://empreendemia.com.br/>

Por fim, na sessão perfil da empresa, abaixo do campo “logotipo” tem o campo “pessoas”, onde temos a opção de adicionar membros a minha empresa.

Figura 15 - Apresentação final do Empreendemia



Fonte: <http://empreendemia.com.br/>

Enfim está feita a nossa empresa, dentro da rede social empreendemia, ferramenta desenvolvida para o publico empreendedor, pois ela tem a capacidade e a visibilidade de está em sintonia com outras empresas em um campo online diariamente vendendo e compartilhando seu produto ou serviço.

O empreendemia é uma rede social poderosa que pode ser usada pelo bibliotecário que deseja divulgar seu serviço/produto através de uma rede online de pessoas com o mesmo objetivo. Através da rede social empreendemia o bibliotecário pode criar sua própria vitrine *online*, oferecer e divulgar seu trabalho ou produtos de uma forma ágil, prática e com um retorno produtivo. Através desta rede social que por sua vez é totalmente voltada para empreendedores na web, o bibliotecário pode divulgar a sua página com pessoas de todo o Brasil, onde as outras pessoas podem através de um filtro de busca avançada procurar o que se deseja encontrar dentro da rede *online*.

#### 4.4 E-mail Marketing

O email marketing é a comunicação entre uma empresa e seus consumidores ou potenciais clientes, via email.

Alguns exemplos comuns de email marketing que você já deve ter recebido na sua caixa de entrada são:

- Oferta de passagem aérea
- Promoções
- Confirmação de uma compra online
- Newsletter

No início do uso do email como ferramenta de marketing, ele era visto como uma versão digital de propagandas enviadas via correspondência (também conhecidas como “mala direta”). Assim, o email era visto como um canal de comunicação em massa e as mensagens enviadas estavam longe de ser relevantes para quem as recebia. Na maioria das vezes essa mensagem chegava como spam em sua caixa de entrada. Por essa razão, durante muitos anos o email marketing era visto como uma comunicação invasiva. Mas ele evoluiu, e hoje os melhores profissionais de marketing enxergam que o email é uma das maneiras mais pessoais de se comunicar com consumidores, através de uma troca direta de mensagens (BORGES, 2016).

Nesta perspectiva existem várias ferramentas de envios automático de email marketing para ajudar na divulgação de sua empresa, com o intuito de fidelizar o seu cliente, através de mensagens que são enviadas ao destinatário automaticamente.

Exemplos de ferramentas disponíveis na web que podem ser utilizadas como email marketing:

Figura 16 - Mailchimp



### Comece com uma conta gratuita

Crie uma conta gratuita do MailChimp para enviar bons e-mails para clientes, contribuidores e fãs. Já tem uma conta MailChimp? [Entre aqui](#)

O email

Nome de usuário

Senha exposição

- Um personagem em minúscula
- Um personagem em maiúscula
- Um número
- Um personagem especial
- Mínimo de 8 caracteres


[Iniciar!](#)

Ao clicar neste botão, você concorda com a [Política](#) e os [Termos de Uso](#) do MailChimp.

Fonte: <https://mailchimp.com/>

A mais conhecida entre as ferramentas de email marketing. O Mailchimp também é uma das mais completas, com uma ampla gama de funcionalidades. Entre elas, podemos destacar a facilidade no uso e o design intuitivo, tornando o aprendizado simples. A principal vantagem de usar o MailChimp, porém, está na possibilidade de ter uma conta totalmente gratuita, ideal para negócios que estão começando agora.

Figura 17 - AWeber



Características Preços Blog Assinar em **Teste grátis** Menu

### Comece sua versão gratuita agora

Seu nome de login deve ter entre 3 e 15 caracteres. Você pode incluir letras minúsculas (az), números, hífens ("-") e sublinhados ("\_"), mas **devem conter pelo menos uma letra**.

NOME DE ACESSO  
Janiely Santos

PRIMEIRO NOME  
Janiely

ÚLTIMO NOME  
Santos

ENDEREÇO DE E-MAIL

NÚMERO DE TELEFONE

### Digite Informações de faturamento

ENDEREÇO DE COBRANÇA 1

ENDEREÇO DE COBRANÇA 2 (OPCIONAL)

### Vencedor do prêmio Stevie



- 2016: vencedor do ouro em vendas e atendimento ao cliente
- 2017: vencedor de bronze duplo em atendimento ao cliente e inovação

“Eu escolhi o AWeber porque simplesmente não consegui encontrar nenhum outro fornecedor que ofereceu todas as ferramentas que eu precisava debaixo de uma plataforma, como a resposta automática, os formulários de inscrição autônomos e a integração com aplicativos de terceiros.”



Fonte: <https://www.aweber.com/>

Esta ferramenta também é voltada para pequenos e médios negócios, o AWeber é uma das ferramentas de e-mail marketing mais acessíveis do mercado. Assim como o MailChimp, ele permite integrações com quase todos os aplicativos e plataformas como o WordPress. O software disponibiliza aos seus usuários modelos de email para usar em suas campanhas, gerenciamento da lista de email e respostas automáticas, entre outros.

Figura 18 - SendinBlue

**Fonte:** <https://pt.sendinblue.com/>

Uma ferramenta que une e-mail marketing e emails transacionais, ou seja, emails utilizados para transações, como um email de confirmação do pedido. O SendinBlue é uma das poucas plataformas que conta com ambas as funcionalidades. O serviço não chega a contar com nenhum tipo de funcionalidade única em relação aos serviços de e-mail marketing, oferecendo o básico, mas facilitando unir ambos tipos de correio eletrônico comuns em seu negócio.

Nos dias de hoje, o email marketing deixou de ser visto como mensagens de spam e se transformou em uma poderosa maneira eficiente de fidelizar os clientes a partir do envio de mensagens eletrônicas enviadas com a permissão do cliente com novidades e promoções a cerca do produto/serviço ofertado, como meio de divulgação de sua empresa, com baixo custo benefício e atingindo o máximo de clientes possíveis através de apenas um clique.

Todas as ferramentas citadas acima tem importância na vida do bibliotecário empreendedor, todas com o mesmo objetivo. O bibliotecário empreendedor por sua



vez, irá precisar fazer a divulgação de sua loja virtual, site, blogger, etc. Estas ferramentas de email marketing foram desenvolvidas para fazer a divulgação automática através do email do cliente/usuário, o mesmo com a autorização do cliente, programa a ferramenta para que ela envie emails para os clientes várias vezes ao mês, quem determina a quantidade de emails que a ferramenta irá enviar é o dono do negocio que deseja fazer o marketing de sua empresa. Com o uso do email marketing o bibliotecário fideliza seus usuários/clientes, pois é uma maneira de não esquecer o usuário/cliente e ao mesmo tempo fazer com o que o mesmo fique atualizado de tudo que está acontecendo através do email.

## **5 REFLEXÕES PARA USO DAS FERRAMENTAS EMPREENDEDORAS NA WEB**

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como as ferramentas empreendedoras podem contribuir para o cotidiano da vida do bibliotecário.

Ao fazer uma análise sobre as ferramentas disponíveis na web, podemos constatar a importância do uso das ferramentas e das redes sociais na vida do bibliotecário que deseja empreender com sucesso.

Considerando os termos ressaltados nesta pesquisa, podemos perceber a importância das redes sociais em meio a sociedade em que vivemos hoje, pois com o avanço tecnológico, novas tendências foram surgindo para atender as necessidades dos usuários, neste contexto o bibliotecário vêm se adaptando as novas realidades em termos tecnológicos para se adequar ao que a nova realidade informacional existente na atualidade.

Percebe-se que nos dias atuais com o avanço da tecnologia e com a chegada da web, novas tendências e novas ferramentas vão sendo exploradas para atender as necessidades de quem procura empreender na web de forma eficiente e de maneira simples em questão de segundos, apenas por um clique podemos está conectados e compartilhando informações com várias pessoas ao mesmo tempo.

Cada vez mais as ferramentas existentes na web estão sendo atualizadas de forma que se adéquem a realidade de pessoas que buscam de forma pratica abrir seu próprio negocio na web.

Nessa perspectiva o bibliotecário que busca empreender tem uma enorme vantagem, pois as ferramentas existentes no mercado online para bibliotecários estão cada vez mais sendo exploradas de maneira que venha a facilitar o uso das ferramentas na vida do usuário, assim facilitando o acesso e a maneira de disseminar a informação para com os demais usuários.

Dada a importância do assunto, torna-se relevante a importância das ferramentas facilitadoras na web para o cotidiano do bibliotecário empreendedor.

Com a facilidade que temos visto no uso das ferramentas, o bibliotecário tem a facilidade de utilizá-la para melhor desenvolver suas atividades e habilidades empreendedoras em seu dia a dia, atingindo os objetivos específicos desta pesquisa apresentando as ferramentas empreendedoras na web que podem contribuir para o

compartilhamento da informação, podendo assim identificar as características do bibliotecário empreendedor.

As tecnologias e ferramentas discutidas nesta pesquisa trarão benefícios para a vida dos bibliotecários que buscam uma maneira ágil de empreender com sucesso, pois através das ferramentas e das novas tecnologias existentes atualmente no mercado, o comércio eletrônico está cada vez mais se alastrando e cada vez mais dominando o mundo do empreendedorismo.

Notamos também que as ferramentas e as redes sociais são de extrema importância para divulgar produtos/serviços e compartilhar a informação.

Nesse sentido, a utilização de recursos digitais permite aos bibliotecários realizarem seu trabalho de forma mais rápida e eficiente, permitindo que o mesmo empreenda com sucesso.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Luciano Antônio; DAVOK, Delsi Fries. Empreendedorismo na área de biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na UDESC. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 313-330, mar. 2009.

ANDRADE, Douglas Felipe; ROMEIRO; Nathalia Lima; SOARES; Victor Rosa. **Empreendendo na biblioteconomia: oportunidades de negócios e novos cenários para o mercado na área de informação para bibliotecários empreenderem**. Disponível em: < <http://empreendebiblio.com/empreendedorismo/>> Acesso em: 04 out. 2017.

BAPTISTA, Sofia Galvão; COSTA, Maíra Murrieta; VIANA NETA, Maria Altair Vilanova. Marketing para promoção de produtos e serviços de informação: estudo de caso da Biblioteca da Presidência da República. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 6, n. 2, p. 83-104, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/424>>. Acesso em: 23 nov. 2017.

BELLUZZO, R. C. B. As competências do profissional da informação nas organizações contemporâneas. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v.7, n.1, p. 58-73, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://rbbd.febab.org.br/rbbd/issue/view/11>>. Acesso em: 28 nov. 2017.

CERVO, Amando L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson, 2007.

COLLINSON, E. M.; SHAW, E. **Entrepreneurial marketing: a historical perspective on development and practice**. Management Decision, 39(2). 2001.

CONTI, Daiana Lindaura; PINTO, Maria Carolina Carlos; DAVOK, Delsi Fries. O perfil do bibliotecário empreendedor. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 27-46, mar. 2009.

CUNDIFF, Edward William et al. **Marketing básico: fundamentos**. São Paulo: Atlas, 1981

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. Uma ideia, uma, paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 2006.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship: Fundamentos das organizações empreendedoras**. São Paulo: Saraiva, 1993.

FILION, L. J. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, jul/set. 1991, p. 63-71.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.35, n.2, p. 57-63, abr. 1995.

GOMES FILHO, Antonio Costa et al. Desafio aos gestores de unidades de informação para implementar o intraempreendedorismo e o empowerment. **Informação & Informação**, Londrina, v. 16, n. 3, p. 118-141, 2011.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z: 80 Conceitos que todo profissional precisa saber**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa**. 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, Wesley Oliveira. **Importância do empreendedorismo para bibliotecas e unidades de informação**. 2013. 69 f. TCC (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: atlas 2003.

MIGUEL, P. A. C. (org.). **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

PRIMO, A. **O aspecto relacional das interações na web 2.0**. In XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006. Brasília. Anais, 2006. Universidade Federal do Rio Grande do Sul

POPPER, Karl. A Ciência da Informação e a teoria do Conhecimento Objetivo: um relacionamento necessário. In: MIRANDA, Antônio (Org.). **Ciência da Informação: teoria e metodologia de uma área em expansão**. Brasília, DF: Thesaurus, 2003, p. 173-188.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

RICHARDSON, Robert Jarry. **PESQUISA SOCIAL: Métodos e Técnicas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SALES, F. de; SILVA, L. S. O bibliotecário: atuação profissional em empresas da grande Florianópolis. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.17, n.2, p.400-421, jul./dez., 2012. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistaacb.emnuvens.com.br%2Fracb%2Farticle%2Fview%2F798&ei=GZagU4GzAurhsATyq4KwBQ&usg=AFQjCNHODA2ZZaVhPvaLI7uV5EiZ\\_aMq3w&bvm=bv.68911936,d.b2U](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistaacb.emnuvens.com.br%2Fracb%2Farticle%2Fview%2F798&ei=GZagU4GzAurhsATyq4KwBQ&usg=AFQjCNHODA2ZZaVhPvaLI7uV5EiZ_aMq3w&bvm=bv.68911936,d.b2U)>. Acesso em: 28 nov. 2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

STEVENS, Robert et al. **Planejamento de marketing básico**. São Paulo: Makron Books, 2001.

TEIXEIRA, Carlos Alberto. **A origem do Facebook**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/a-origem-do-facebook-4934191>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

WARNER, Alice Sizer. **Librarians as money makers: the bottom line**. American Libraries . [s. l.], nov. 1990. Disponível em: <<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA9059426&v=2.1&u=capes&it=r&p=AON E&sw=w&asid=ce6f0bef149215ea6de2f945e9ada7cb>> Acesso em: 20 jun. 2015.

WEITZEN, H. S. **Poder da informação: como transformar a informação que você domina em um negócio lucrativo**. São Paulo: Makron Books, 1991. 243p.

VALENCIANO SENTANIN, Luis Henrique; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, v. 6, n. 4, p. 685-693, 2005.