

A Economia Criativa na Biblioteconomia

Diego Leonardo de Souza Fonseca (IFAM) - diego.fonseca@ifam.edu.br

Merabe Carvalho Ferreira da Gama (UFRA) - merabecarvalho@yahoo.com.br

CARLA DANIELLA TEIXEIRA GIRARD (UFRA) - carlinhagirard@yahoo.com.br

Resumo:

Este artigo tem como temática a economia criativa voltada à área da Biblioteconomia. Sendo assim, o objetivo deste estudo visa apresentar alguns empreendimentos na área da Biblioteconomia que se inserem no cenário da economia criativa. Para nortear a concretização do objetivo proposto foi utilizada uma pesquisa bibliográfica, empírica, descritiva e exploratória a partir de quatro negócios que aplicam a economia criativa na Biblioteconomia. As informações coletadas sobre cada empreendimento foram apresentadas em uma tabela, na qual teve o objetivo de identificar os nichos de atuação no mercado, período de atividade, serviços e produtos, foco de criatividade e os seus canais de comunicação. Conclui-se, diante disto, que esta pesquisa fomenta outros estudos sobre este tema e permitam que outros profissionais da informação reflitam sobre a economia criativa na Biblioteconomia como uma nova alternativa de atuação do mercado atual.

Palavras-chave: *Economia criativa. Biblioteconomia. Empreendedorismo*

Eixo temático: *Eixo 8: Advocacy, Inovação e Empreendedorismo.*

INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial, ocorrida nos séculos XVII e XVIII, é caracterizada pela mudança na forma de produção, pois houve uma transição da manufatura, cujo insumo básico era a mão de obra e as matérias-primas, para a produção por máquinas em larga escala. No decorrer dos anos, mais precisamente no século XXI, a economia passou a sofrer novas concepções de produção, bem mais alinhadas com a sociedade da informação (MIGUEZ, 2007).

Carvalho e Muzzio (2015) abordam uma nova forma de produção, baseada no chamado *capital intelectual*, denominada de economia criativa. Esses autores a conceituam como um conjunto distinto de atividades pautadas na propriedade intelectual, cujos serviços e produtos, gerados em seus processos, potencializam as atividades assentadas na criatividade.

Nicolaci-da-Costa (2014) afirma que a economia criativa pode ser compreendida como uma área em expansão pautada nas inovações. São exemplos de nichos de mercado da economia criativa: moda, jogos eletrônicos, consultoria em negócios na *web*, *design*, mercado audiovisual, dentre outros.

Galuk *et al* (2016) mencionam que a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTD), realizada em 2008, destacou o crescimento do lucro no mercado da economia criativa em \$595 bilhões no mesmo ano, com uma projeção de crescimento dobrada para os próximos 5 anos.

Nesse contexto, a Biblioteconomia pode ser compreendida como uma área de atuação propensa ao desenvolvimento de serviços e produtos dentro do mercado da economia criativa. Desse modo, esse artigo tem por objetivo apresentar alguns empreendimentos na área da Biblioteconomia que se inserem no cenário da economia criativa.

MÉTODO DA PESQUISA

Quanto aos procedimentos metodológicos, o estudo aplicou uma pesquisa bibliográfica a fim de realizar o levantamento bibliográfico da pesquisa pautado na

revisão de literatura sobre: economia criativa e empreendedorismo. A pesquisa pode ser considerada empírica, descritiva e exploratória.

Quanto aos objetivos, é uma pesquisa observacional. Seu recorte é direcionado aos empreendimentos na biblioteconomia que desenvolvem atividades de expertise pautadas na economia criativa.

Foi feito um levantamento dos empreendimentos na área da Biblioteconomia que mais estão inseridas no mercado da economia criativa. Os dados sobre os serviços, produtos e tipologias de nicho de mercado dos empreendimentos foram coletados através de pesquisas em suas redes sociais e nos seus respectivos *sites*.

RESULTADOS

No âmbito da Biblioteconomia, alguns nichos de mercado vêm ganhando cada vez mais espaço no desenvolvimento de empreendimentos e na proposição de novas ideias de negócio no campo da economia criativa.

Dentre estes, podem ser citados os seguintes: *blog*, com o oferecimento de cursos preparatórios para concursos públicos, agência de publicações, como veículo de informações sobre a área, produtos de moda, *designer* de uma marca profissional e uma empresa que oferece cursos de capacitação e qualificação profissional (tabela 1). Todas as informações apresentadas foram coletadas em suas respectivas páginas na internet.

Tabela 1: Economia criativa na Biblioteconomia

	Santa Biblioteconomia	Class Cursos	Agência Biblio Publicações e Comunicação	T-Shirts Mural
Nicho de mercado	<i>Blog</i> com o oferecimento de cursos preparatórios para concursos públicos	Cursos de capacitação e qualificação profissional	Agência de publicações sobre a área de Biblioteconomia	Loja <i>online</i> de produtos de moda e <i>designer</i> da marca profissional (Biblioteconomia)
Serviços e produtos	Apostilas para estudo; Cursos preparatórios para concursos públicos na área de Biblioteconomia	Cursos in company Cursos preparatórios específicos para Biblioteconomia	Publicações; Suporte de organização, cobertura e divulgação de eventos; Desenvolvimento de websites; Criação de logotipos, banners, folders, diagramações etc.	T-shirts especializadas Canecas Sandálias Livros
Período de atuação no mercado	Desde 2013	Não localizado	Desde 2011	Desde 2014
Foco de criatividade	Concursos públicos	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial	Comunicação social	Identidade e marca profissional
Canais de comunicação	https://santabiblioteconomia.com/ Facebook: Santa Biblioteconomia	http://www.classcursos.com/ Facebook: Class Cursos	http://agencia.biblio.info/ Facebook: Biblio	http://www.t-shirtsmural.com.br/ Facebook: T-shirts MURAL

Fonte: Os autores (2017).

A partir dos empreendimentos acima, pode-se observar que a Biblioteconomia é uma área que oferece múltiplos campos de atuação. Nota-se que os nichos de mercado são variados e atendem a áreas de atuação distintas, tendo a Biblioteconomia como foco de criatividade.

Os focos de criatividade foram compreendidos no estudo como a oportunidade de mercado para empreender uma ideia, ou seja, o chamado *feeling*¹ do investimento. O período de atuação no mercado também denota uma recente iniciativa de implantação dos negócios, o que tende a ser mais presente nos próximos anos devido às oportunidades de mercado e ao desenvolvimento do empreendedorismo na Biblioteconomia.

¹ Termo utilizado no ramo dos negócios para representar uma oportunidade antevista no mercado (MIGUEZ, 2007).

DISCUSSÃO

O empreendedorismo é definido como a habilidade de conceber e estabelecer algo partindo de muito pouco ou quase nada, ou seja, é um processo de criação e desenvolvimento a partir de um negócio e que trará resultados a médio e longo prazo (BARRETO, 1998). Na Biblioteconomia, as ações empreendedoras estão cada vez mais presentes, assim como as discussões sobre novas ideias de empreendimentos no mercado atual (SPUDEIT, 2016).

A economia criativa vem estabelecendo vários caminhos promissores no mercado direcionado ao campo da Biblioteconomia. É importante ressaltar que os aspectos de inovação estão sendo inseridos aos poucos no perfil dos novos profissionais da informação, trazendo à luz da construção dos currículos acadêmicos a importância de estabelecer um perfil mais empreendedor na formação dos bibliotecários.

Gonçalves (2009) traça o perfil do profissional da informação, o bibliotecário, como um agente de transformação que possui as características de empreendedor e gestor. Essa característica traz ao bibliotecário uma *expertise* fundamental no campo do desenvolvimento de ideias, na criação de novos negócios, tendo a informação como matéria-prima.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada tratou sobre o tema “Economia criativa e Biblioteconomia”, a qual teve o seu desenvolvimento concretizado de forma contundente. Pretendeu apresentar alguns empreendimentos na área da Biblioteconomia que fazem parte do universo da economia criativa.

Portanto, pode-se entender que as modificações advindas da sociedade da informação proporcionaram uma nova maneira de visualizar o mercado, o que possibilitou que áreas como a Biblioteconomia pudessem desenvolver diversos ramos, como o empreendedorismo. Por isso, a economia criativa se faz presente nesse campo, já que favoreceu aos bibliotecários um novo olhar sobre seus bens

e serviços advindos do seu conhecimento profissional e que estão ganhando espaço no mercado.

Sendo assim, para mostrar esta aplicabilidade da economia criativa na Biblioteconomia, analisaram-se quatro negócios referentes à área, que investiram na economia criativa. Nessas análises, buscou-se compreender seus nichos de mercado, serviços e produtos, período de atuação no mercado, foco de criatividade e canais de comunicação.

Por fim, espera-se que esta pesquisa proporcione outros estudos sobre esta temática. Acredita-se, por fim, que seria relevante, que outros profissionais da informação vislumbrem uma reflexão sobre a economia criativa na área, como uma nova possibilidade de atuação no mercado atual.

REFERÊNCIAS

BARRETO, L.P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador, 1998.

CARVALHO, Felipe; MUZZIO, Henrique. Economia criativa e liderança criativa: uma Associação (IM) possível? **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v.21, n.3, p.659-688, 2015.

GALUK, Mariana Bianchini et al. Inovação em microempresas da economia criativa: um estudo de múltiplos casos. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie [online]**, v.17, n.5, p.166-187, 2016.

GONÇALVES, Pammella Emanuelle Camatini. **Bibliotecário empreendedor**. 57f. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2009.

MIGUEZ, Paulo. **Economia criativa**: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2007. Coleção CULT, 1. p. 96-112.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Economia criativa, a Web 2.0 e o Vírus da exposição de talentos. **Psicologia: ciência e profissão**, v.34, n.4, p. 955-970, 2014.

SPUDEIT, Daniela (Org). **Empreendedorismo na biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016.