



Eixo 1 – Não deixar ninguém para trás

## **Bibliotecários como agentes de mudança: práticas de empreendedorismo social na área da informação**

*Librarians as agents of change: social entrepreneurship practices in the information field*

**Chayan Costa** – Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) –  
c.costa013@edu.udesc.br

**Gabrielle Volutão Lima Ramos da Silva** – Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) – gabrielle.vlrds@edu.udesc.br

**Daniela Spudeit** – Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) –  
daniela.spudeit@udesc.br

**Maurício Coelho da Silva** – Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) –  
mauricio.silva@udesc.br

**Resumo:** Este estudo analisa a produção científica nacional sobre empreendedorismo social nas áreas de Biblioteconomia e de Gestão da Informação. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, com levantamento em bases nacionais, cujos dados foram analisados por meio de análise temática. Foram identificados três eixos principais: gestão de iniciativas sociais, mediação da leitura com o uso de elementos lúdicos e acesso à informação para empoderamento social. Os resultados evidenciam o papel do bibliotecário como agente de transformação, destacando práticas voltadas à inclusão e ao desenvolvimento comunitário. Conclui-se que o campo apresenta potencial de expansão e demanda fortalecimento teórico e prático.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo social. Biblioteconomia. Gestão da informação. Inclusão Social. Mediação da informação.

**Abstract:** This study analyzes Brazilian scientific production on social entrepreneurship in Library and Information Science. It is a qualitative, exploratory, and descriptive study based on a literature review of national databases, with data analyzed through thematic analysis. Three main themes were identified: management of social initiatives, reading mediation using playful elements, and access to information for social empowerment. The results highlight librarians as agents of social transformation, emphasizing practices



aimed at inclusion and community development. It concludes that this field has expansion potential, requiring further theoretical and practical consolidation.

**Keywords:** Social entrepreneurship. Library science. Information management. Social inclusion. Information mediation.

## 1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo tem origem no século XV, na França, conceituado como *entrepreneur*, sendo inicialmente utilizado para designar aquele que se compromete com a realização de algo ou que assume riscos ao executar uma atividade (Landström, 2005). Embora na contemporaneidade seja frequentemente associado ao contexto empresarial, à criação de negócios e ao ambiente corporativo, seu significado é mais amplo. Neste sentido, o empreendedorismo pode ser compreendido como uma cultura e um conjunto de características presentes em indivíduos que atuam em diferentes esferas sociais, culturais, educacionais e econômicas, contribuindo, ao longo do tempo, para o desenvolvimento de diferentes setores da sociedade nos quais estão inseridos.

O empreendedorismo, enquanto conceito historicamente vinculado à iniciativa econômica e à inovação, tem ampliado seu escopo ao longo do tempo. Embora sua origem esteja associada à ideia de risco e à criação de negócios, observa-se, sobretudo nas últimas décadas, a emergência de abordagens que articulam empreendedorismo e transformação social (Landström, 2005). No Brasil, esse movimento ganha força a partir do final do século XX e do início do século XXI, impulsionado tanto por políticas públicas quanto por demandas sociais crescentes, em um contexto marcado por desigualdades estruturais e pela necessidade de soluções inovadoras para problemas sociais complexos.

No campo da Biblioteconomia e da Gestão da Informação, essas transformações também estão presentes. A atuação profissional passa a incorporar práticas voltadas à mediação da informação, à inclusão social, ao acesso ao conhecimento e ao desenvolvimento comunitário, abrindo espaço para iniciativas de empreendedorismo social. Nesse contexto, bibliotecários assumem papéis que extrapolam a lógica mercadológica, atuando na criação de projetos, serviços e ações com impacto social direto, caracterizando-se como empreendedores sociais. Os empreendedores sociais



combinam visão de negócios com impacto social, com foco em soluções sustentáveis para populações vulneráveis. Entre as principais competências incluem-se o comprometimento, a persistência, a busca de oportunidades, a empatia e a orientação para o aprendizado e a inovação (Bittencourt, 2016).

Nesse sentido, o empreendedorismo social pode ser compreendido como uma abordagem que articula inovação, geração de valor social e sustentabilidade, dialogando diretamente com princípios como a democratização do acesso, a mediação informacional e a inclusão, reforçando o papel estratégico da informação como recurso para o desenvolvimento social (Souza; Spudeit, 2019). Iniciativas empreendedoras no campo da informação não apenas criam serviços e produtos informacionais, mas também promovem a cidadania, a autonomia informacional e a redução de desigualdades (Souza; Spudeit, 2019).

Diferentemente das práticas assistencialistas ou das ações culturais pontuais, o empreendedorismo social caracteriza-se pela criação de soluções inovadoras voltadas à resolução de problemas sociais, buscando gerar impacto duradouro, autonomia dos sujeitos e transformação das condições de vida das comunidades atendidas. Nesse sentido, o foco não está apenas na oferta de serviços, mas na produção de valor social por meio de estratégias sustentáveis e capazes de mobilizar diferentes atores sociais.

Assim, este estudo tem como objetivo analisar a produção científica nacional sobre empreendedorismo social nas áreas de Biblioteconomia e Gestão da Informação, buscando compreender como essa perspectiva tem sido teoricamente abordada e operacionalizada na prática profissional.

## 2 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como básica, de abordagem qualitativa, uma vez que busca compreender e sistematizar conhecimentos relacionados ao empreendedorismo social no contexto da Biblioteconomia e da Gestão da Informação. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, com foco na identificação e na análise das características da produção científica nacional sobre o tema.



O levantamento bibliográfico foi realizado em bases de dados nacionais da área, incluindo BRAPCI, BDTD, OASIS (IBICT), BENANCIB, além dos anais dos eventos CBBB e SNBU. Foram considerados diferentes tipos de produção científica, como artigos, trabalhos de eventos, dissertações, teses, TCC, livros e capítulos de livros. Para este recorte, foram priorizados os seguintes termos: empreendedorismo social, iniciativa social, projeto social, inclusão informacional e biblioteconomia social, sempre associados às áreas da Biblioteconomia e da Gestão da Informação.

O recorte temporal compreendeu publicações entre 1980 e 2025, em língua portuguesa, e, para os anais de eventos, foram analisadas as publicações das últimas duas décadas. Como critérios de exclusão, foram descartados trabalhos duplicados, indisponíveis na íntegra, com acesso restrito ou que não apresentavam aderência ao foco social da pesquisa, especialmente aqueles voltados exclusivamente ao empreendedorismo empresarial ou ao intraempreendedorismo.

A coleta de dados foi realizada no período de setembro de 2025 a janeiro de 2026. O processo de análise dos dados ocorreu entre fevereiro e abril de 2026, totalizando 13 trabalhos que cumpriram os critérios de inclusão previamente definidos. Em um primeiro momento, realizou-se uma leitura inicial dos estudos, com a finalidade de reconhecer regularidades e repetições de temas centrais relacionados ao empreendedorismo social no âmbito da Biblioteconomia.

Posteriormente, com o auxílio de planilhas para organizar os dados, deu-se início à etapa de codificação, fundamentada na análise temática proposta por Braun e Clarke (2006). Essa metodologia é amplamente utilizada por ser flexível e estruturada em seis etapas para identificar padrões e significados em dados qualitativos, com foco na interpretação ativa do pesquisador. Ainda, para fins analíticos, considerou-se que uma iniciativa poderia ser compreendida como manifestação de empreendedorismo social quando apresentasse, de forma explícita ou implícita, elementos relacionados à inovação social, geração de valor público, enfrentamento de problemas sociais e promoção da autonomia de indivíduos ou comunidades. Nesse sentido, as seis etapas da análise temática de Braun e Clarke (2006) são:

- a) familiarização: imersão total nos dados, lendo e relendo.
- b) codificação: geração de códigos iniciais para as características relevantes.
- c) busca por temas: agrupamento de códigos em temas potenciais.



- d) revisão de temas: verificação se os temas funcionam com os dados.
- e) definição e nomeação: refinamento dos temas e de suas histórias.
- f) redação: elaboração do relatório final com análises.

As categorias temáticas foram elaboradas de maneira indutiva, com base na frequência dos códigos identificados no material analisado, o que possibilitou a sistematização e a interpretação dos dados de forma estruturada. A análise foi limitada a até seis códigos, que foram agrupados em temas para evitar dispersão e facilitar o tratamento de dados. Após o tratamento, reduziu-se a três temas: a) Gestão de iniciativas sociais e marketing de relacionamento; b) Mediação da leitura como estratégia de empreendedorismo social e inclusão; c) Acesso à informação para empoderamento e fortalecimento da identidade cultural em comunidades vulneráveis. Dessa forma, o processo contribuiu para a organização sistemática das informações e para a construção de uma análise interpretativa consistente.

Além disso, a compreensão adotada neste estudo encontra respaldo em pesquisas anteriores que analisam iniciativas culturais, educacionais e informacionais sob a perspectiva do empreendedorismo social. Souza e Spudeit (2019), ao investigarem a atuação de bibliotecários em ações alinhadas à Agenda 2030, reconhecem como práticas de empreendedorismo social projetos voltados à promoção da leitura, ao acesso à informação, à educação e à inclusão social em comunidades vulneráveis. De forma convergente, Sousa *et al.* (2012) analisam um projeto de desenvolvimento comunitário e demonstram que ações educativas e socioambientais podem ser compreendidas como empreendedorismo social quando promovem autonomia, participação coletiva e melhoria da qualidade de vida das populações atendidas. Complementarmente, Vieira, Oliveira e Miki (2023) destacam que o empreendedorismo social se caracteriza pela criação de soluções para problemas sociais por meio da geração de valor social, da inovação e da transformação das condições de vida de indivíduos e comunidades. Assim, as categorias analisadas neste estudo, relacionadas à mediação da leitura, ao acesso à informação, à gestão de iniciativas sociais e ao fortalecimento comunitário, são interpretadas como manifestações de empreendedorismo social por apresentarem elementos compatíveis com essa tradição teórica e empírica.



### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante dos resultados encontrados para analisar a produção científica nacional sobre empreendedorismo social nas áreas de Biblioteconomia e de Gestão da Informação, e compreender como essa perspectiva tem sido abordada na prática profissional, foi feita a análise de treze estudos nos quais foram identificados padrões de significado que estruturam o debate na temática e no recorte propostos no estudo.

#### 3.1 Gestão de iniciativas sociais e marketing de relacionamento

As diferentes iniciativas sociais encontradas referem-se às ações de incentivo à leitura, à cultura ou a práticas educativas realizadas em bibliotecas ou por bibliotecários em diferentes contextos sociais segundo Nascimento (2014), Lindemann (2019), Amaral e Gomes (2019), Barbosa, Sá e Santa Anna (2019), Souza e Spudeit (2019), Almeida e Siqueira (2019), Silva (2022), Lino *et al.* (2024). Esses autores demonstram que a sustentabilidade e o crescimento de projetos sociais dependem de estratégias de gestão, parcerias sólidas e de um efetivo marketing de relacionamento.

Quando se fala em marketing de relacionamento, Araujo e Freire (2015) explicam que muitas instituições recorrem ao uso dele para melhorar a relação entre comunidade e instituição. Em uma biblioteca, a conquista de usuários acontece por diferentes formas como a qualidade do atendimento e a estrutura oferecida para realização de pesquisas, sejam fisicamente ou por recursos tecnológicos disponibilizados.

A integração entre práticas gerenciais e estratégias relacionais revela-se determinante para a organização do impacto social no campo da Biblioteconomia e da Gestão da Informação; o marketing de relacionamento ultrapassa uma dimensão meramente instrumental, configurando-se como elemento mediador central na construção de vínculos de confiança, pertencimento e participação ativa da comunidade. Ademais, a adoção de práticas de gestão estruturadas, tais como planejamento estratégico, definição de objetivos, organização de recursos e comunicação eficaz, evidencia-se como condição indispensável para o fortalecimento e a consolidação dessas iniciativas.

Quando se fala em empreendedorismo social, o grande desafio está na gestão, pois ela se relaciona à captação de recursos, à busca de manutenção de parcerias para



desenvolver ações em prol de um bem comum de um grupo/comunidade, bem como para promover a sustentabilidade e inovação nas ações. O empreendedor social atua onde o Estado ou o mercado tradicional falham, promovendo mudanças sistêmicas e melhorando a qualidade de vida de populações vulneráveis, como foi citado nos cases de Lindemann (2019), Souza e Spudeit (2019) e também nas ações desenvolvidas por Lino *et al* (2024).

Os estudos analisados convergem ao indicar que o engajamento comunitário não se estabelece espontaneamente, mas é resultado de estratégias intencionais, especialmente por meio do estabelecimento de parcerias institucionais e da valorização do diálogo com os sujeitos sociais, considerando suas demandas informacionais e contextuais. Dessa forma, cabe ao gestor desenvolver um bom marketing de relacionamento para atrair pessoas para contribuir com ações realizadas nesses projetos sociais, culturais e educacionais realizados em bibliotecas e/ou por bibliotecários.

A gestão de iniciativas sociais, articulada ao marketing de relacionamento, constitui um eixo estruturante para a sustentabilidade das ações. Sob a perspectiva do empreendedorismo social, essas práticas ultrapassam a simples administração de projetos. Elas representam mecanismos de mobilização de recursos e articulação comunitária voltados à geração de valor social. A capacidade de estabelecer parcerias, captar apoios institucionais e garantir a continuidade das ações evidencia características típicas do empreendedor social, cuja atuação está orientada menos para a obtenção de lucro e mais para a produção de impacto positivo e sustentável na comunidade.

### **3.2 Mediação da leitura como estratégia de empreendedorismo social e inclusão**

Em ações empreendedoras sociais desenvolvidas em bibliotecas e/ou por bibliotecários em comunidades percebe-se um padrão central com o uso do lúdico para romper a resistência à leitura conforme Siqueira (2019), Lino *et al.* (2024), Lindemann (2019), Nascimento (2014), Pessoa (2004), Barbosa, Sá e Santa Anna (2019), Almeida (2012), Mattos e Marcelino (2024).

O emprego de elementos lúdicos nas práticas bibliotecárias ultrapassa a dimensão do entretenimento, configurando-se como uma experiência de aprendizagem não formal. Ao integrar atividades como musicalização, teatralização e contação de



histórias adaptadas, o profissional bibliotecário estimula a curiosidade e a participação ativa dos usuários, conectando conteúdos informacionais promovendo seu desenvolvimento social e comportamental. A eficácia desse método reside na intencionalidade da mediação, que possibilita identificar vulnerabilidades e intervir pedagogicamente para fomentar o pensamento crítico e o exercício da cidadania.

O diferencial do bibliotecário como empreendedor social reside em sua capacidade de mobilização e gestão estratégica de recursos para a viabilização de projetos de impacto. Diferentemente da mediação tradicional, esse perfil profissional demanda competências relacionadas à captação de recursos por meio de parcerias com o setor privado, leis de incentivo à cultura, editais e organizações da sociedade civil, além do planejamento e execução de ações capazes de alcançar comunidades em situação de vulnerabilidade social ou isolamento geográfico.

Dessa forma, o bibliotecário assume o papel de agente de transformação social, atuando inclusive na interface da responsabilidade social. Ao mediar o diálogo entre organizações, empreendimentos e comunidades, o profissional utiliza a informação para democratizar o acesso à cultura, fortalecer a cidadania e ampliar oportunidades de desenvolvimento humano. Nessa perspectiva, as práticas lúdicas e de incentivo à leitura deixam de ser fins em si mesmas e passam a constituir estratégias de intervenção social capazes de reduzir desigualdades e promover mudanças significativas na sociedade.

Sob a perspectiva do empreendedorismo social, tais práticas não se restringem a ações culturais isoladas. Na Biblioteconomia contemporânea, esse conceito representa o fortalecimento da dimensão social da profissão, funcionando como um contraponto ao tecnicismo e à visão empresarial. Nessa perspectiva, a informação e a leitura são compreendidas como recursos estratégicos voltados à geração de resultados sociais e ambientais positivos, alinhando-se a iniciativas de desenvolvimento sustentável e inclusão social.

Nesse contexto, a mediação da leitura não se limita à experiência de aprendizagem imediata, mas contribui para ampliar oportunidades, fortalecer a participação social e promover a inclusão informacional. A gestão da informação converte-se, assim, em instrumento de empoderamento e desenvolvimento social, auxiliando no enfrentamento das desigualdades educacionais, culturais e informacionais.



### **3.3 Acesso à informação para empoderamento e fortalecimento da identidade cultural em comunidades vulneráveis**

A biblioteca, sob esta ótica, atua como um centro de cidadania, no qual o acesso à informação gera empoderamento, como apontado por Guterres, Rodrigues, Ferreira (2024), Souza e Spudeit (2019), Siqueira (2019); Lindemann (2019), Pessoa (2004), Almeida (2012), Marques e Marçal (2018).

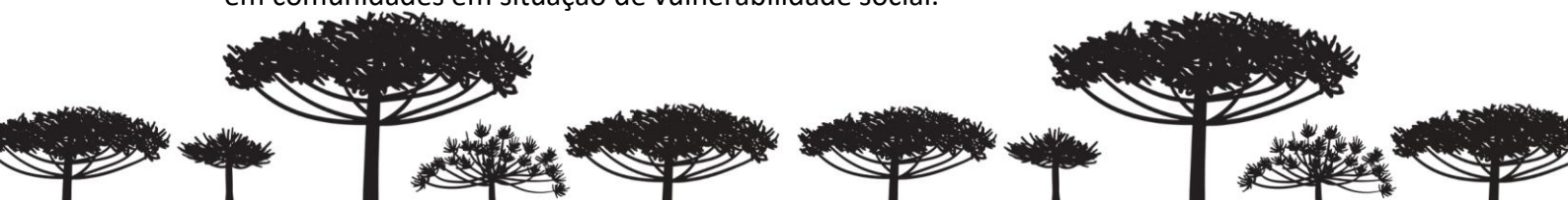
No contexto de vulnerabilidade, a atuação do bibliotecário está diretamente vinculada à democratização do acesso à informação, como forma de inclusão social e de redução das desigualdades. A "competência em informação", discutida pela maioria dos autores, é o que permite ao cidadão em comunidades vulneráveis transitar da condição de receptor passivo para a de agente transformador de sua própria realidade cultural e social.

Observa-se também que iniciativas como as bibliotecas itinerantes emergem como estratégias recorrentes nos estudos, sendo essenciais para ampliar o acesso à informação em regiões de difícil alcance, especialmente aquelas marcadas por limitações estruturais, geográficas e socioeconômicas.

A recorrência dessas iniciativas sugere que o empreendedorismo social, no campo da Biblioteconomia, manifesta-se sobretudo na criação de mecanismos alternativos de acesso à informação em contextos marcados por exclusão social ou territorial. Nesses casos, a inovação não está necessariamente associada ao uso de tecnologias disruptivas, mas à capacidade de adaptar serviços informacionais às necessidades específicas de grupos historicamente marginalizados.

## **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir da análise realizada, conclui-se que a produção científica nacional sobre empreendedorismo social nas áreas de Biblioteconomia e de Gestão da Informação ainda se encontra em processo de consolidação, mas já evidencia um conjunto consistente de práticas, desafios e estratégias que estruturam esse campo de atuação. Os treze estudos examinados demonstram que o empreendedorismo social, nesse contexto, está associado a iniciativas voltadas à promoção da leitura, ao acesso à informação, à valorização cultural e ao desenvolvimento comunitário, especialmente em comunidades em situação de vulnerabilidade social.



Os resultados indicam que as práticas identificadas compartilham características centrais do empreendedorismo social, tais como a mobilização de recursos, o estabelecimento de parcerias, a busca por soluções para problemas sociais e a geração de valor para indivíduos e comunidades. Nesse sentido, as ações desenvolvidas por bibliotecários ultrapassam atividades estritamente técnicas ou assistenciais, configurando-se como iniciativas voltadas à inclusão social, ao fortalecimento da cidadania e à ampliação das oportunidades de acesso ao conhecimento.

Observa-se ainda que a atuação bibliotecária se destaca pela articulação entre gestão, mediação da informação e compromisso social. As iniciativas analisadas demonstram que a informação pode ser utilizada como instrumento de transformação social, seja por meio de ações de incentivo à leitura, da promoção de competências informacionais, da realização de projetos culturais ou da ampliação do acesso à informação em contextos marcados por limitações sociais, econômicas ou geográficas.

Dessa forma, compreende-se que o empreendedorismo social representa uma perspectiva relevante para a Biblioteconomia e para a Gestão da Informação, contribuindo para ampliar a compreensão sobre o papel social dos profissionais da informação e das bibliotecas contemporâneas. As evidências encontradas reforçam a importância de reconhecer e valorizar iniciativas que promovam inclusão, desenvolvimento comunitário e empoderamento social por meio da informação.

Como limitação da pesquisa, destaca-se o reduzido número de estudos identificados no corpus analisado, o que evidencia que a temática ainda possui espaço para amadurecimento teórico e ampliação das investigações no campo. Recomenda-se que pesquisas futuras explorem experiências empíricas desenvolvidas em diferentes contextos sociais, bem como aprofundem as discussões conceituais acerca das relações entre empreendedorismo social, inovação social, responsabilidade social e mediação da informação.

Por fim, conclui-se que o empreendedorismo social na Biblioteconomia e na Gestão da Informação constitui um campo promissor de atuação e pesquisa, capaz de evidenciar o potencial transformador da informação e o papel dos bibliotecários como agentes de mudança social.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, E. M. **Programa de bibliotecas rurais arca das letras no Rio Grande do Norte**. 2012. 54 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/items/f8cb319a-45ff-49bb-ac9a-8fde69ca5583>. Acesso em: 28 abr. 2026.

AMARAL, L. S.; GOMES, T. S. Empreendedorismo social e o marketing de relacionamento: estratégias na captação de novos associados para fidelização na Associação dos Bibliotecários do Estado de Goiás. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, n. esp. FIEB, p. 84-95, 2019. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/109879>. Acesso em: 26 abr. 2026.

ARAUJO, W. S.; FREIRE, G. H. A. Uma reflexão acerca do marketing de relacionamento em bibliotecas: uma ferramenta de comunicação na web para socialização da informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 10, n. 1, 2015. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/240727>. Acesso em: 01 maio. 2026.

BARBOSA, A. G.; SÁ, J. P. S.; SANTA ANNA, J. Participação do bibliotecário na organização de eventos: o caso do lançamento de livros da Associação de Bibliotecários do Estado de Minas Gerais. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, n. esp. Melhores trabalhos CBBBD, p. 218-240, 2019. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/127453>. Acesso em: 26 abr. 2026.

BITTENCOURT, I. *et al.* Revisão sistemática da literatura de empreendedorismo social e desenvolvimento de competências: uma análise dos últimos 10 anos. **International Journal of Innovation: IJI Journal**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 33-45, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5415302>. Acesso em: 01 maio 2026.

BRAUN, V.; CLARKE, V. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, [S.l.], v. 3, N. 2, p. 77-101. Disponível em: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>. Acesso em: 01 mai. 2026.

GUTERRES, J. O. S.; RODRIGUES, K. O.; FERREIRA, V. B. Ações educativas de Competência em Informação em Comunidade Quilombola. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 30., 2024, Recife. **Anais [...]**. São Paulo: FEBAB, 2024. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/cbbd2024/article/view/3511/2936>. Acesso em: 26 abr. 2026.

LANDSTRÖN, H. **Pioneers in entrepreneurship and small business research**. New York: Springer Science, 2005.

LINDEMANN, C. BookTruck: relato de um case de empreendedorismo social por meio de um projeto de leitura em comunidades de vulnerabilidade social. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, p. 57-68, 2019. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br//download/109910>. Acesso em: 26 abr. 2026.

LINO, L. A. S. et al. A biblioteca comunitária A Casa Amarela (BCA): mudança de uma realidade local por meio da realização de um sonho coletivo. In: CONGRESSO



BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 30., 2024, Recife. **Anais [...]**. São Paulo: FEBAB, 2024. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/127453>. Acesso em: 26 abr. 2026.

MARQUES, M. B.; MARÇAL, N. O 'novo' paradigma humanista da Ciência da Informação: estudo do caso da Bibliomóvel de Proença-a-Nova. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 13., 2018. **Anais [...]**. Lisboa: BAD, 2018. Disponível em: <https://publicacoes.bad.pt/revistas/index.php/congressosbad/article/view/1820>. Acesso em: 28 abr. 2026.

MATTOS, E. F.; MARCELINO, S. Parcerias do projeto carro-biblioteca da UFOP com as escolas públicas de Ouro Preto: uma proposta de mediação de leitura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 30., 2024, Recife. **Anais [...]**. São Paulo: FEBAB, 2024. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/cbbd2024/article/view/3359/3081>. Acesso em: 26 abr. 2026.

NASCIMENTO, B. T. C. do. **O papel social do bibliotecário em áreas de influência indireta dos parques eólicos no Rio Grande do Norte: implantação da Biblioteca Comunitária Mar e Terra**. 2014. 59 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/items/ef7e1967-2016-4639-9603-7880330785c0> Acesso em: 28 abr. 2026.

PESSOA, V. O. **O profissional da informação bibliotecário e sua atuação no âmbito da responsabilidade social nos centros de documentação da cidade de Natal/RN**. 2004. 52 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/items/1782d4f5-676f-425d-b296-ec5e9b435081> Acesso em: 28 abr. 2026.

SILVA, R. L. **A contribuição do empreendedorismo social no movimento associativo bibliotecário**: um estudo de caso na Associação Profissional dos Bibliotecários e Documentalistas de Sergipe (APBDSE). 2022. 94 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia e Documentação) – Universidade Federal de Sergipe, 2022. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/17062> .Acesso em: 28 abr. 2026.

SIQUEIRA, T. G. S. Ação cultural de mediação de leitura em comunidades ribeirinhas no estado do Amazonas: relato de experiência da Expedição Barco Biblioteca. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, p. 68-83, 2019. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/109918>. Acesso em: 26 abr. 2026.

SOUSA, A. M. R.; TASSIGNY, M. M.; BARROS, C. S.; FONTENELE, R. E. S. Práticas de empreendedorismo e ações socioambientais na percepção dos atores envolvidos em um projeto social. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 31., 2011, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ABEPRO, 2011. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/41816426.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2026.

SOUZA, C. S; SPUDEIT, D. Empreendedorismo social na Biblioteconomia: análise da atuação bibliotecária em ações com foco na Agenda 2030. **Revista Brasileira de**



**Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, p. 3-22, jan. 2019. Disponível em:  
<https://cip.brapci.inf.br/download/109924>. Acesso em: 26 abr. 2026.

VIEIRA, V. G.; OLIVEIRA, V. M. de; MIKI, A. F. C. Framework de mensuração do empreendedorismo social para países em desenvolvimento. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 27, n. 2, e220017, 2023. DOI: 10.1590/1982-7849rac2023220017. Acesso em: 13 jun. 2026.

