



MICROBLOGS EM BIBLIOTECAS E UNIDADES DE INFORMAÇÃO: uma análise de critérios de qualidade¹

Andréa Vasconcelos Carvalho*

Rafael Silva da Câmara**

Resumo

Aborda a percepção da crescente quantidade de serviços de informação e comunicação em disponibilidade na web para a sociedade contemporânea, formada em especial por usuários da web 2.0. Destaca que a nova geração da internet em meio a web 2.0 transforma comportamentos e idéias com relação ao acesso e uso da informação, baseada em ferramentas colaborativas para os usuários. Relata o uso do microblog como uma ferramenta web 2.0 utilizada para o intercâmbio de informações instantâneas entre os usuários dentro de suas áreas de interesse. Conceitua e caracteriza o microblog. Analisa os recursos disponíveis no microblog twitter. Utiliza como metodologia uma avaliação de perfis de bibliotecas no twitter. Objetiva identificar perfis de bibliotecas no twitter, que utilizam este microblog como uma ferramenta de comunicação e prestação de serviços para os estudantes e profissionais de suas respectivas instituições de ensino. Utiliza uma metodologia de avaliação que tem como base os critérios de avaliação de fontes de informação na internet propostas por Tomaél, Alcará e Silva (2008). Constata que o microblog é uma ferramenta que auxilia as unidades de informação na disseminação da informação e em novas práticas para a prestação de serviços, como também aproxima às unidades de informação aos usuários e melhora seu relacionamento.

Palavras – chave: Microblogs. Web 2.0. Serviços de informação e comunicação.

¹Trabalho científico de comunicação oral apresentado ao GT 5 – Memória, Gestão e Tecnologia da Informação e Comunicação.

*Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professora do Departamento de Biblioteconomia. Email. Andrea@ufrnet.br

**Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduando em Biblioteconomia. Email. rafaelufrnbib@gmail.com



1 INTRODUÇÃO

A crescente gama de serviços de informação e comunicação na web 2.0 vem fazendo da internet um dos principais e mais viáveis meios de comunicação e de transmissão da informação para a sociedade contemporânea. Vemos atualmente uma expansão do acesso e uso de computadores pela população em geral, melhoria gradual das possibilidades de acesso aos ambientes tecnológicos e maior participação em redes sociais na web 2.0.

A nova geração da internet vem transformando comportamentos e idéias com ferramentas interativas para os usuários. Sendo assim, a web 2.0 é uma recente e promissora fase da internet, baseada na construção coletiva do conhecimento.

Isto acontece porque a web 2.0 permite ao usuário colaborar para a geração de conteúdo, tornando-se mais participativo, presente e também agente na disseminação da informação por meio das principais ferramentas da web 2.0 como os blogs, os fóruns, as comunidades virtuais, as plataformas de compartilhamento, as wikis e os microblogs, sendo este último um recurso mais recente e em plena expansão na quantidade de usuários e na circulação de informações de interesse tanto pessoal como coletivo.

O objetivo dessa pesquisa é fazer uma análise do uso dos microblogs em algumas bibliotecas ou unidades de informação do Brasil. A escolha desta pesquisa deve-se ao fato de que o microblog é atualmente uma mídia social cada vez mais valorizada pelos usuários da web 2.0, por permitir uma disseminação rápida e eficaz de informações.

Nesse contexto, algumas empresas, organizações e instituições também aderiram ao uso do microblog, uma vez que o mesmo se mostra um recurso de baixo custo e com alto potencial para a divulgação de produtos e serviços, novidades e atualizações constantes, além de permitir a aproximação dos usuários/clientes que também possuam perfis online no microblog, bem como em outras redes sociais paralelas.

Neste sentido foi escolhido o Twitter² como microblog para buscar perfis de Bibliotecas ou Unidades de Informação que usam e aproveitam os recursos existentes no mesmo, para então fazer uma análise sobre a adesão e participação das bibliotecas nos microblogs com a finalidade de desenvolver estratégias de marketing e disseminação de

² Site: www.twitter.com



informação. Para tanto, será explanado a seguir que é e como funciona o microblog para uma melhor compreensão.

2 OS MICROBLOGS

Rufino, Tabosa e Nunes (2010, sem numero de página) definem:

Os *micro-bloggings* compõem uma nova modalidade de comunicação na internet. Consistem na publicação de postagens de tamanho limitado a 140 caracteres (há serviços de *micro-bloggings* que permitem envio de mensagens sem restrição de tamanho, como serão apresentados mais adiante). Por isso recebem o prefixo micro em sua denominação, pois se caracterizam por sua forma reduzida se comparado ao modelo tradicional de *blog*.

O microblog é um tipo de rede social que permite o relacionamento entre usuários da web através da troca de informações em forma de pequenos textos, sendo feitos de forma rápida e prática.

Outros microblogs permitem a edição de textos mais longos e o compartilhamento de imagens e vídeos, além do envio de *links* para esses conteúdos. Nesse último caso, os *links* são automaticamente encurtados, para que consumam menos caracteres e não tomem muito espaço para um texto que o usuário possa querer agregar ao link.

É importante ressaltar que todo microblog se resume a uma finalidade: o intercâmbio de informações objetivas em tempo real.

3 TWITTER

O Twitter é um servidor para microblogging, que permite aos usuários o envio e recebimento de atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres, por meio do *website* do serviço, por SMS³ de celular e por softwares específicos de gerenciamento, como alguns aplicativos de desktop. As atualizações dos usuários do Twitter são exibidas no perfil do usuário em tempo real e enviadas a outros usuários seguidores

³ Serviço de envio de mensagens curtas disponível em aparelhos celulares.



daquele perfil. Pela internet o serviço é gratuito, basta estar conectado. Já utilizando o recurso de SMS por aparelho celular pode ocorrer a cobrança pela operadora telefônica.

O Twitter foi o microblog selecionado para a realização desta pesquisa, por ser o que mais cresce e se expande em números de usuários. “O microblog vem marcando ótimas posições em propagar notícias em tempo real, ultrapassando a velocidade dos canais oficiais de comunicação e por estimular um voyeurismo típico da web.” (ALBUQUERQUE, 2010, p. 157).

Vaz (2010, p. 434) afirma que:

Uma característica interessante desse público é a de que são formadores de opinião. Isso é evidenciado pelo fato de que a maior parte desses usuários está presente em outras redes sociais, tem seu próprio blog e costumeiramente indica conteúdo e produtos por meio do Twitter, ou seja, mais do que nunca, para esse público a palavra-chave é relevância. (VAZ, 2010, p. 434)

Percebe-se que os usuários estão mais exigentes em relação ao acesso as notícias no momento em que os fatos ocorrem. Com o aumento na produção de informações e a necessidade de acessar as informações ao passo em que elas são produzidas e publicadas, os usuários de internet tem acessado e utilizado o *Twitter* como fonte de informação, pois além de ter acesso ao que é produzido, podem comentar sobre as notícias ou ainda publicar suas próprias notícias. Neste contexto, as Bibliotecas e Unidades de Informação trabalham para atender as demandas informacionais dos usuários e por isso precisam estar próximos dos mesmos para conhecer os seus perfis e as suas necessidades.

4 AVALIAÇÃO DE FONTES DE INFORMAÇÃO

O advento das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), aliado a explosão quantitativa da informação, faz com que seja necessário uma re-organização e controle da informação que circula na rede. Uma grande quantidade de dados e informações é disponibilizada diariamente na Internet em alta velocidade. Por isso, é necessário que cada usuário saiba avaliar e selecionar as melhores fontes disponíveis na web. Segundo Tomaél, Alcará e Silva (2008, p. 6):



A qualidade de uma informação ou de uma fonte de informação está diretamente relacionada ao seu uso, ou seja, ao usuário que dela necessita. Para que uma fonte seja de qualidade, deve atender a propósitos específicos de uma comunidade de usuários e isso requer avaliação. A sobrecarga de informação contínua e crescente, aliada ao descrédito quanto à qualidade e aos processos que a avaliam, desqualificam a informação a que se tem acesso. (TOMAÉL, ALCARÁ E SILVA, 2008, p. 6)

Diante dessa facilidade para se disponibilizar informações, os microblogs são apenas uma das muitas ferramentas na web utilizadas para a circulação de dados e informações importantes ou de interesse para os internautas. Seja em forma de textos, imagens ou vídeos, o fato é que os mesmos dados e informações são disseminados várias vezes por diversos usuários da internet e cada pessoa divulga a informação da sua maneira ou de acordo com a sua opinião própria. Dessa forma, estas mesmas informações podem ser interpretadas de formas diferentes, ou até mesmo mal interpretadas, mal entendidas. Pois não é somente a informação disseminada que pode estar equivocada. Quem dissemina a informação também pode exercer influência para quem a recebe, e nem sempre essa influência é a mais correta.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foram utilizadas diversas fontes de informação para pesquisa bibliográfica, tais como livros, periódicos, artigos científicos, monografias e endereços eletrônicos sobre os microblogs com o fim de compreender e acompanhar as últimas tendências relacionadas ao uso dos microblogs pelas organizações e instituições em estratégias de disseminação da informação e marketing digital.

Após este procedimento foram realizadas algumas buscas no microblog Twitter para encontrar Bibliotecas e Unidades de Informação que tenham perfis, pois esta pesquisa requer uma análise da qualidade, credibilidade e confiabilidade das informações postadas em perfis no microblog Twitter de determinadas bibliotecas. Para tanto, os critérios escolhidos para esta avaliação são baseados em um estudo realizado por Tomaél, Alcará e Silva (2008) para definir os parâmetros de avaliação para as fontes de informação disponíveis na Internet.



Para esta avaliação os critérios foram escolhidos pensando especialmente nos usuários internautas que possivelmente encontrarão utilidade em receber as informações disponibilizadas nestes perfis das Bibliotecas e o que os mesmos poderão absorver de proveitoso. Tomaél, Alcará e Silva (2008, p. 15) alertam que:

Cabe lembrar que a necessidade de informação de uma dada comunidade deve ser sempre levada em consideração quando da aplicação dos indicadores e critérios de avaliação, isso porque os indicadores e critérios, propostos neste estudo, se utilizados desvinculados do usuário final, podem perder sua função – de representar parâmetros para avaliação – e se tornam arbitrários. (TOMAÉL, ALCARÁ E SILVA, 2008, p. 15)

Assim, para esta pesquisa foram escolhidos os seguintes indicadores e critérios dos que foram estabelecidos pelos autores do texto base, conforme o Quadro 1 especificado logo abaixo.

Quadro 1: critérios de qualidade selecionados para avaliação dos microblogs.

Indicadores	Critérios	3	2	1	0
Arquitetura da Informação	Acessibilidade				
	Usabilidade				
	Navegação				
Aspectos intrínsecos	Precisão				
	Objetividade				
	Atualização				
Credibilidade	Autoridade/confiabilidade				
	Responsabilidade				
Contextuais	Conveniência				
	Adequação				
	Facilidade de manuseio				
Representação	Adequação da representação do assunto				
	Clareza da definição e precisão de domínios				
	Representação concisa e consistente				
Aspectos de compartilhamento	Arquitetura de participação				
	Produtor e consumidor				
	Folksonomia (Tagging)				
Total					
Score Geral					

Fonte: Elaboração própria.

Os parâmetros de avaliação estão divididos em seis indicadores: Arquitetura da Informação, que se constitui no estudo e aplicação de princípios e técnicas que propicia o



desenvolvimento e a estruturação de recursos eficientes de informação; Aspectos intrínsecos, este indicador refere-se aos conteúdos disponibilizados pelas fontes de informação na internet; o indicador de Credibilidade, que está relacionado à valorização de uma fonte de informação e utilização por parte dos usuários que dela necessitem; Contextuais, é um indicador que se refere aos aspectos que cercam o usuário da informação; Representação, este indicador ressalta a importância da função dos sistemas de informação e dos recursos que contribui para a qualidade da descrição, análise de assunto e categorização das fontes de informação na internet; o último indicador, aspectos de compartilhamento, que relaciona a interação e participação do usuário para a manutenção e proliferação dos recursos web.

Para cada critério escolhido para a pesquisa será atribuída uma nota numa escala de 0 a 3, em que 0 corresponderá a “Ruim”; 1 valerá como “Bom”; 2 corresponderá a “Ótimo” e por fim a nota 3 será “Excelente”, o conceito máximo. Para os 5 microblogs que foram avaliados, foram escolhidos os critérios citados no Quadro acima, cujas características principais podem ser vistas no Quadro abaixo:

Quadro 2: Características dos critérios de qualidade escolhidos para avaliação nesta pesquisa.

Critérios	Características
Acessibilidade	Condições de uso para atingir o maior número possível de usuários
Usabilidade	Recursos para aprimorar e facilitar o uso da informação
Navegação	Uso da informação de forma contínua, comunicação com a fonte e links
Precisão	Informação correta, confiável e objetiva
Objetividade	Visão imparcial das informações, objetividade, baseada em fatos
Atualização	Informações e datas atuais, manutenção periódica e links ativos
Autoridade/confiabilidade	Informações sobre o autor ou organizador; credibilidade da autoria; identificação do domínio
Responsabilidade	Entidade ou pessoa física que disponibiliza ou mantém a fonte; explicitação dos objetivos da fonte
Conveniência	Disponibilidade da informação; atualizada e objetiva
Facilidade de manuseio	Uso fácil perante uma necessidade específica, integração ou combinação com outras informações
Adequação	Equilíbrio e coerência na linguagem, nas necessidades dos usuários e no conteúdo
Adequação da representação do assunto	Tipo de linguagem; utilização de tesouros, cabeçalhos de assunto, descritores e palavras-chave
Clareza da definição e precisão de domínios	Naturalidade; representação apropriada; portabilidade; armazenagem e uso eficiente
Representação concisa e consistente	Elementos que representam ou referenciam o documento
Arquitetura de participação	Recursos que permitem a participação do usuário e inteligência coletiva
Produtor e consumidor	Distinção entre produtor e consumidor da informação; uso da informação pelos usuários
Folksonomia (Tagging)	Uso livre e pessoal de etiquetas para encontrar informações; recuperação consistente por meio de palavras-chave; indexação

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.



6 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir serão apresentados os perfis de quatro bibliotecas no Twitter, sendo cada uma destas unidades de informação com as suas finalidades e características próprias.

6.1 BIBLIOTECA DA UNB

Figura 1: Perfil da Biblioteca Central da Universidade de Brasília no Twitter.

The screenshot shows the Twitter profile for 'Biblioteca da UnB' (@bceunb). The profile header includes the name, handle, location, and bio. The bio mentions the official website. Below the header is a 'Seguir' button and a note about following. The main content area shows a tweet from @bceunb dated December 16, 2011, announcing the library's closure. To the right, there is a sign-up form for Twitter and a section for 'Sobre @bceunb' with statistics: 762 Tweets, 106 Seguindo, 1.992 Seguidores, and 96 Listas.

Fonte: Biblioteca Central da Universidade de Brasília

Este é o perfil da Biblioteca Central da Universidade de Brasília no Twitter. A única informação que consta na descrição deste perfil é o link que direciona para o site oficial da Biblioteca. O resultado da avaliação de critérios de qualidade para este perfil como uma fonte de informação para os internautas pode ser conferida no Quadro abaixo.



Quadro 3: Avaliação de critérios de qualidade para o perfil da Biblioteca Central da Universidade de Brasília no Twitter.

Indicadores	Critérios	3	2	1	0
Arquitetura da Informação	Acessibilidade	X			
	Usabilidade		X		
	Navegação		X		
Aspectos intrínsecos	Precisão		X		
	Objetividade	X			
	Atualização			X	
Credibilidade	Autoridade/confiabilidade	X			
	Responsabilidade		X		
Contextuais	Conveniência	X			
	Adequação		X		
	Facilidade de manuseio		X		
Representação	Adequação da representação do assunto	X			
	Clareza da definição e precisão de domínios	X			
	Representação concisa e consistente	X			
Aspectos de compartilhamento	Arquitetura de participação	X			
	Produtor e consumidor		X		
	Folksonomia (Tagging)		X		
Total		24	16	1	0
Escore Geral					41

0 = Ruim; 1 = Bom; 2 = Ótimo; 3 = Excelente

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para seguir este perfil deve-se acessar o link <http://twitter.com/#!/bceunb> ou buscar por @bceunb no Twitter.

6.2 SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA PUC-RIO

Figura 2: Perfil do Sistema de Bibliotecas da PUC-Rio no Twitter.

Fonte: Biblioteca Central da PUC-RIO



Este é perfil oficial do Sistema de Bibliotecas da PUC-Rio no Twitter. Apresenta-se como um perfil que oferece informações, notícias e novidades sobre as Bibliotecas, além do link que direciona para o site oficial da Divisão de Bibliotecas e Documentação - DBD - unidade coordenadora do Sistema de Bibliotecas da PUC-Rio. O resultado da avaliação de critérios de qualidade para este perfil como uma fonte de informação para os internautas pode ser conferida no Quadro abaixo.

Quadro 4: Avaliação de critérios de qualidade para o perfil do Sistema de Bibliotecas da PUC-Rio no Twitter.

Indicadores	Critérios	3	2	1	0
Arquitetura da Informação	Acessibilidade	X			
	Usabilidade		X		
	Navegação		X		
Aspectos intrínsecos	Precisão	X			
	Objetividade	X			
	Atualização	X			
Credibilidade	Autoridade/confiabilidade		X		
	Responsabilidade		X		
Contextuais	Conveniência	X			
	Adequação	X			
	Facilidade de manuseio		X		
Representação	Adequação da representação do assunto	X			
	Clareza da definição e precisão de domínios	X			
	Representação concisa e consistente	X			
Aspectos de compartilhamento	Arquitetura de participação	X			
	Produtor e consumidor		X		
	Folksonomia (Tagging)			X	
Total		30	12	1	0
Escore Geral					43
0 = Ruim; 1 = Bom; 2 = Ótimo; 3 = Excelente					

Fonte: Elaboração do autor.

Para seguir este perfil deve-se acessar o link http://twitter.com/#!/Biblio_PUCRIO ou buscar por @Biblio_PUCRIO no Twitter.



6.3 BIBLIOTECA DA FMUP

Figura 3: Biblioteca da Faculdade de Medicina da Universidade do Porto no Twitter



Fonte: Elaboração do autor.

Este é o perfil da Biblioteca da Faculdade de Medicina da Universidade do Porto no Twitter. A descrição informa apenas um e-mail para contato e o link para o site oficial. O resultado da avaliação de critérios de qualidade para este perfil como uma fonte de informação pode ser conferida na Tabela abaixo.

Quadro 5: Avaliação de critérios de qualidade para o perfil da Biblioteca da Faculdade de Medicina da Universidade do Porto no Twitter

Indicadores	Crítérios	3	2	1	0
Arquitetura da Informação	Acessibilidade	X			
	Usabilidade		X		
	Navegação		X		
Aspectos intrínsecos	Precisão		X		
	Objetividade		X		
	Atualização	X			
Credibilidade	Autoridade/confiabilidade		X		
	Responsabilidade		X		
Contextuais	Conveniência		X		
	Adequação		X		
	Facilidade de manuseio		X		
Representação	Adequação da representação do assunto		X		
	Clareza da definição e precisão de domínios		X		
	Representação concisa e consistente	X			
Aspectos de compartilhamento	Arquitetura de participação	X			
	Produtor e consumidor		X		
	Folksonomia (Tagging)			X	
Total		12	24	1	0
Escore Geral					37
0 = Ruim; 1 = Bom; 2 = Ótimo; 3 = Excelente					

Fonte: Elaboração do autor.



Para seguir este perfil deve-se acessar o link http://twitter.com/#!/Biblioteca_FMUP ou buscar por *@Biblioteca_FMUP* no Twitter.

6.4 BIBLIOTECA NACIONAL

Figura 4: Perfil da Fundação Biblioteca Nacional no Twitter.



Fonte: Biblioteca Nacional.

Este é o perfil da Biblioteca Nacional do Brasil - Fundação Biblioteca Nacional no Twitter. A descrição informa apenas um link para o site oficial. O resultado da avaliação de critérios de qualidade para este perfil como uma fonte de informação pode ser conferida no Quadro abaixo.

Quadro 6: Avaliação de critérios de qualidade para o perfil da Fundação Biblioteca Nacional no Twitter

Indicadores	Critérios	3	2	1	0
Arquitetura da Informação	Acessibilidade	X			
	Usabilidade		X		
	Navegação		X		
Aspectos intrínsecos	Precisão	X			
	Objetividade	X			
	Atualização	X			
Credibilidade	Autoridade/confiabilidade		X		
	Responsabilidade		X		
Contextuais	Conveniência	X			
	Adequação	X			
	Facilidade de manuseio		X		
Representação	Adequação da representação do assunto	X			
	Clareza da definição e precisão de domínios		X		
	Representação concisa e consistente	X			
Aspectos de compartilhamento	Arquitetura de participação	X			
	Produtor e consumidor		X		
	Folksonomia (Tagging)			X	
Total		27	14	1	0
Escore Geral					42
0 = Ruim; 1 = Bom; 2 = Ótimo; 3 = Excelente					

Fonte: Elaboração do autor



Para seguir este perfil deve-se acessar o link <http://twitter.com/#!/FBN> ou buscar por @FBN no Twitter.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dessa pequena amostra de Bibliotecas que possuem perfis no Twitter, foi possível perceber que todos estes perfis, em relação a esta pesquisa, receberam boas pontuações na maioria dos critérios escolhidos para avaliação de critérios de qualidade. Os critérios também não foram escolhidos por acaso. Foram selecionados os critérios considerados mais pertinentes para a avaliação de perfis de Bibliotecas no Twitter como fonte de informação na internet.

Porém, também é necessário ressaltar que alguns perfis possuem pontuações bem equilibradas quando se junta todos os critérios avaliados, entre as pontuações 3 “Excelente” e 2 “Ótimo”. Já outros perfis mostraram um desequilíbrio nestas pontuações, em que alguns receberam mais a pontuação 3 “Excelente”, o que é muito satisfatório, e outros perfis receberam mais a pontuação 2 “Ótimo”. Essas diferenças ocorrem principalmente pelo modo com que estes perfis são usados pelas Bibliotecas, pelos seus responsáveis. Por sinal, o termo “Responsabilidade” foi um dos critérios pesquisados na avaliação, em que todos os perfis pesquisados receberam a pontuação 2 “Ótimo”, não recebendo a pontuação máxima porque nenhum deles informa especificamente quem posta as informações nos perfis.

É através da forma como os perfis das Bibliotecas nos Microblogs, principalmente o Twitter, são utilizados pelo gestor ou por outros colaboradores da equipe de trabalho dessas Bibliotecas, é que será possível avaliar bem ou não os critérios de Usabilidade, Precisão, Objetividade, Atualização, Autoridade/Confiabilidade, Responsabilidade, Conveniência, Adequação da representação do assunto, Clareza da definição e representação de domínios, Representação concisa e consistente e Produtor e consumidor. Já os outros critérios como Acessibilidade, Navegação, Adequação, Facilidade de manuseio, Arquitetura de participação e Folksonomia dependem não somente das informações postadas em si, mas também dos recursos disponíveis nos Microblogs que podem permitir essa facilidade de uso para melhor aproveitar a ferramenta Microblog.



A metodologia empregada para a realização desta pesquisa foi a utilização de alguns dos critérios de qualidade para fontes de informação na internet estabelecidos por Tomaél, Alcará e Silva(2008). Para tanto, foram escolhidos a quantidade de três critérios em cada indicador de qualidade considerados mais relevantes para avaliar os microblogs, em especial o Twitter, como fonte de informação. Para o Indicador de Credibilidade não foram escolhidos três critérios, uma vez que este Indicador possui apenas dois critérios, sendo assim, foram utilizados estes dois na pesquisa. Os cinco perfis de Bibliotecas no Twitter apresentados foram escolhidos aleatoriamente. Porém, procurou-se escolher unidades não muito parecidas, com características particulares em que pudesse ser visível as diferenças entre as mesmas.

Diante deste trabalho, pode ser concluído que as pessoas estão a todo momento se relacionando e compartilhando opiniões nas redes sociais por meio do uso das ferramentas da web 2.0. As redes sociais são um fenômeno em plena expansão, transformando a forma como as pessoas se relacionam, trabalham e se divertem. É através desta motivação que as empresas, comunidades e instituições vem se inserindo nesse universo para interagir com as pessoas, saber e entender as opiniões alheias, além de reforçar e melhorar o relacionamento com o seu público-alvo. Dessa forma, o microblog é um recurso a mais para ser utilizado no marketing das Unidades de Informação para interagir com o usuário, bem como informar sobre todos os projetos, atividades e novidades.

Os microblogs são uma nova ferramenta de comunicação e disseminação rápida da informação em crescimento tanto em recursos, bem como na quantidade de usuários da internet. Os usuários da internet são conscientes e que a web é uma plataforma de conversação e não somente de recepção de informações. Nos microblogs isto fica bem evidente pela forma como esses sites funcionam. Assim, as empresas e os profissionais aproveitam as ferramentas web 2.0 em ações de marketing e relacionamento com os clientes, e nesse contexto, as Unidades de Informação também se inserem. Dessa forma, os Bibliotecários podem utilizar os microblogs em suas ações de marketing para complementar os serviços das Unidades de Informação, se aproximar dos usuários e melhorar o relacionamento.

No entanto, é importante ressaltar que o Bibliotecário gestor de uma unidade de informação deve primeiramente conhecer a internet, conhecer a web, pesquisar como os internautas se comportam diante de conversas sobre produtos e serviços e pesquisar os



usuários clientes de suas respectivas unidades de informação para ver as possibilidades de sucesso com a utilização do microblog. Pois é entendendo a dinâmica das mídias sociais e conhecendo o seu público-alvo que o Bibliotecário estará mais seguro e confiante para estabelecer, renovar e colocar em prática as suas estratégias para utilizar os microblogs como uma nova ferramenta na web para disseminar a informação, tornando o microblog um aliado na realização dos serviços e marketing da Biblioteca.

REFERÊNCIAS

AGNES, Luciana. Caia na rede. **Empresas e mercado**. Natal, n. 17, ano 14, p. 102-110, 2010.

ALBUQUERQUE, Lina de. O twitter mora ao lado. **Claudia**. São Paulo, n. 5, ano 49, p. 156-161, maio 2010.

JONES, BRADLEY L. **Web 2.0 Heroes**. [S.l.]: Digerati, 2009.

LEAL, Renata. Direto do Twitter. **Info**. São Paulo, n. 294, p. 32-38, ago. 2010.

RUFINO, Airtiane; TABOSA, Hamilton Rodrigues; NUNES, Jefferson Veras. **Redes sociais: surgimento e desenvolvimento dos micro-bloggins**. Disponível em: <<http://www.infobrasil.inf.br/userfiles/26-05-S1-3-68061-Redes%20Sociais%281%29.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2010.

TWITTER. Disponível em: <http://twitter.com/> Acesso em: 18 maio 2010.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google marketing: o guia definitivo de marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2010.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; SILVA, Terezinha Elisabeth da. Fontes de informação na Internet: Critérios de qualidade. In: TOMAÉL, Maria Inês. **Fontes de informação na Internet**. Londrina: Eduel, 2008. Cap. 1, p. 03-28.