

Impossível não estar no Facebook!

O nascimento das bibliotecas portuguesas na rede social

LUÍSA ALVIM

RESUMO

A rede Facebook passou a dominar o palco das redes sociais e converteu-se na rede mais utilizada em todo o mundo. Em Portugal, o seu uso é exponencial, o crescimento é muito evidente e permite cada vez mais interação com os seus subscritores. O Facebook é um excelente exemplo de um serviço 2.0, implementa a maioria das características e princípios pertinentes da Web 2.0: criação de perfis pessoais públicos, escrita e leitura online, participação online, visualização e descarregamento de fotografias, criação de grupos de interesse, criação e administração de eventos, integração de blogues, partilha de media, entre muitas outras possibilidades. As bibliotecas portuguesas vão criando posição nas redes sociais, sobretudo no Facebook, com objetivos muito pragmáticos de se aproximar dos jovens e adolescentes, para obter uma proximidade maior com novos utilizadores, para uma maior visibilidade na Web, para promover atividades, dinamizar eventos, implementar novos serviços... na realidade para estabelecer mais contactos com a comunidade. A comunicação é a palavra-chave desta plataforma aberta na rede.

ABSTRACT

The Facebook network is currently dominating the stage of social networks and became the most widely used network in the world. In Portugal, its exponential growth is manifest, and it allows for more and more interaction to its subscribers. Facebook is a good example of a 2.0 service, implementing the most relevant features and principles of Web 2.0: creation of public personal profiles, online reading and writing, online participation, visualization and download of pictures, creation of interest groups, event creation and management, blog integration, media sharing, among many other possibilities. The Portuguese libraries are building a position in social networks, especially Facebook, with the very pragmatic objectives of approaching young people and teenagers, to gain a proximity with new users, to achieve greater visibility on the Web, to promote activities and streamline events, to implement new services, to establish more contacts with the community. Communication is the key word of this open platform on the Web.

INTRODUÇÃO

No contexto da sociedade do conhecimento, as tecnologias Web 2.0 são uma oportunidade para as bibliotecas. Será necessário conhecer e aproveitar o conjunto das ferramentas sociais, assim como as teorias de comunicação subjacentes, que abrem potencialidades para melhorar a comunicação entre os utilizadores e as bibliotecas. O intercâmbio e a cooperação são valores que compensam nos usos produtivos e educativos das bibliotecas e que se traduzem em ações de gerar e partilhar conteúdos com e entre os pares.

O termo Web 2.0 nasceu em meados de 2004, pela energia criadora de O'Reilly e sua equipa, e cresceu para ser capa dos principais meios de comunicação no Natal de 2006. Rapidamente se desenvolveram aplicações e ferramentas tornando a Web 2.0 cada vez mais social e tecnológica, popularizada a partir das aplicações sociais, como a Wikipedia¹, o YouTube², o Flickr³, o Twitter⁴ e o Facebook⁵, entre muitas outras (Musser, O'Reilly e O'Reilly Radar Team, 2006).

São sete os princípios constitutivos desta nova Web, segundo Tim O'Reilly (2005): a World Wide Web como uma plataforma de trabalho, o reforço da inteligência coletiva, a gestão de bases de dados como uma competência essencial, o fim do ciclo de *upgrades* de software, os modelos leves de programação e a procura de simplicidade, a não limitação do software a um único dispositivo e a valorização das experiências enriquecedoras dos utilizadores. Uma plataforma aberta, que não se reduz a um conjunto de ferramentas e a ser um expositor de conteúdos multimédia, construída sobre a arquitetura de participação pelos utilizadores (Cobo Romaní e Pardo Kuklinski, 2007).

Para a análise desta manifestação social e tecnológica é relevante mencionar vários autores que têm estudado o princípio da coletivização do saber e a gestão do conhecimento e que têm desenvolvido conceitos em torno do ideal de conhecimento aberto: Tim Berners-Lee e o conceito de *Intercriatividade*, Pierre Lévy e a *Inteligência Coletiva*, Howard Rheingold e *Multidões Inteligentes*, J. Surowiecki e a *Sabedoria das Multidões* e Tim O'Reilly com a *Arquitetura da Participação*. Todos estes conceitos são fulcrais e subjacentes ao desenvolvimento da Web social.

O conceito de *Intercriatividade*, desenvolvido por Berners-Lee é apresentado como a confluência de duas palavras associadas ao fenómeno evolutivo da Internet: a interatividade mais a criatividade, a ideia de que deveríamos encontrar qualquer tipo

1 Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal

2 Disponível em <http://www.youtube.com>

3 Disponível em <http://www.flickr.com>

4 Disponível em <http://twitter.com>

5 Disponível em <http://www.facebook.com>

de documento na Web, assim como criar qualquer documento facilmente, interatuar e criar com os outros. No uso das tecnologias na rede existe subjacente uma força da cooperação recíproca que pode ser aproveitada no ciberespaço, lugar de partilha de conhecimento. A *intercriatividade* é o assumir que o grau cooperativo de conhecimento obtido através de uma metodologia criativa irá contribuir para o benefício de todos os que nela participam (Berners-Lee, 1996).

A *Inteligência Coletiva* foi um conceito desenvolvido por Pierre Lévy, que exprime a ideia de que as tecnologias, na sociedade, são mediadoras entre as inteligências individuais e potenciam as suas capacidades criativas. Um grupo de indivíduos que colabora com o seu conhecimento, com as suas conversações, vai contribuir na sociedade para esta alcançar um nível superior de inteligência, um saber coletivo que transcende as inteligências individuais que a conformam. Esta teoria centra-se na ideia de que o conhecimento absoluto só é possível incluindo a participação do conhecimento de cada pessoa (Lévy, 2004).

Em 2002, o autor Howard Rheingold estabeleceu o conceito de *Multidões Inteligentes*, que emerge das tecnologias de comunicação, na rede social, e amplia os talentos humanos de cooperação. Os indivíduos, utilizando ferramentas na Web que adotam formatos de interação e cooperação, permitem o aparecimento da *Multidão Inteligente*, conhecimentos coletivos apoiados na rede (Rheingold, 2002).

Após Rheingold, o autor James Surowiecki desenvolveu a teoria da *Sabedoria das Multidões*, que nos faz chegar novas contribuições à ideia de valor que tem o intercâmbio e integração de conhecimentos individuais. Nas palavras do autor, “cem é melhor que um”: a diversidade de opiniões de um grupo de pessoas, a sabedoria coletiva, no seu conjunto, é mais inteligente que a sabedoria dos peritos individuais (Surowiecki, 2004).

Tal como disse Tim O’Reilly (2005), a Web 2.0 é uma atitude e não propriamente uma tecnologia, o poder da plataforma é a sua capacidade para servir de intermediário na circulação de dados pelos utilizadores, onde a Web atua no todo como intermediário inteligente, ligando os extremos entre si e aproveitando as possibilidades que oferecem os utilizadores, constituindo uma rede de colaborações entre indivíduos, sustentada por uma *Arquitetura da Participação*, desenvolvida à volta das pessoas e não das tecnologias. Esta *Arquitetura da Participação*, sobre a qual a Web 2.0 se constrói, prevê novas ferramentas sociais e democratização no intercâmbio de conhecimento.

As atitudes de partilhar, reutilizar, melhorar continuamente, com confiança e aproveitamento da *Inteligência Coletiva* são as que impulsionam o êxito da atitude 2.0, colocando a tecnologia em segundo plano (Margaix Arnal, 2007).



REDES SOCIAIS⁶

Dos princípios que foram apresentados: *Intercriatividade*, *Inteligência Coletiva*, *Multidões Inteligentes*, *Sabedoria das Multidões*, *Arquitetura da Participação*, depreende-se, como ideia transversal, a cooperação e o poder do conhecimento que flui através do processo da comunicação. O elemento transversal e sempre presente nos princípios da Web 2.0 é o seu acento social e comunicativo. A comunicação multimédia é o princípio e o fim das redes sociais. Esta característica do querer comunicar bem favorece muito a constituição de comunidades virtuais e redes de colaboração.

No contexto das redes sociais há uma democratização da inovação, uma rede de colaborações a crescer, a que os especialistas apelidam de *Inteligência Coletiva*, um novo paradigma colaborativo, em que a participação está aberta a todos, permitindo um imenso campo de oportunidades sociais. Observa-se assim que a produção e a organização dos conteúdos deixaram de ser monopólio dos profissionais e dos investigadores, no que se configura como a grande novidade conduzida pela Web social, sendo também a faceta pela qual é mais criticada. O fenómeno da construção de conteúdos, da divulgação de opiniões, da partilha de experiências é o resultado do desenvolvimento das possibilidades de comunicação nas novas plataformas da rede por qualquer cidadão, mesmo que este não possua especialização nas matérias sobre as quais se está a pronunciar.

Esta nova fase da rede oferece um incremento à produção recíproca de saberes. A colaboração em massa está a ser motor para transformar o modo como orientamos a ciência, a cultura, a informação e a educação.

Na rede existe, a par da construção de conteúdos, uma nova forma imaginativa de criar relações, que impulsiona o sucesso e a inovação das redes sociais vinculadas

⁶ Disponível em <http://www.top30.com.br/news/redes-sociais>

a instituições, grupos ou pessoas individuais. Para a nova geração, a Internet já não equivale a uma imensa biblioteca livre, na aceção de um repositório de informações aberto à consulta. A Internet é agora uma imensa rede social, uma comunidade dinâmica em linha, que possibilita informação interativa e desenvolve uma cultura de participação ativa (Fumero, 2007).

Atualmente, as instituições começam a descobrir as potencialidades positivas da *Inteligência Coletiva* e surgem, neste cenário, com novas formas de apresentação virtual perante os seus utilizadores, exigindo destes uma outra forma de relacionamento. Com o aparecimento do paradigma da Web 2.0, também as bibliotecas, por todo o mundo, estão cada vez mais a incorporar e a utilizar as novas ferramentas, técnicas e recursos, que têm modificado os objetivos e a forma de trabalhar nestas instituições, integrando pontualmente a informação social criada pela inteligência coletiva.

As tecnologias 2.0 transformaram a relação do utilizador da Web com a informação, nomeadamente os papéis de produtor e consumidor de informação, que se confundem e diluem. O autor Alvin Toffler avançou com o conceito de *Prosumidor* na obra “A Terceira Vaga” para descrever este novo papel do consumidor – produtor na sociedade contemporânea, o consumidor que nega um papel passivo e envolve-se mais no processo da comunicação e da construção de conhecimento (Toffler, 1999).

A Web 2.0 propõe uma mudança na transmissão e gestão do conhecimento, ministra outros canais de comunicação através das novas tecnologias sociais, intenta uma alteração substancial no modo como a sociedade civil interage, fruto de um possante marketing que a tornou quase um mito no desenvolvimento social (Celaya, 2007).

O FACEBOOK: A REDE DAS REDES

As redes sociais, onde se destacam o Facebook e o Twitter como as mais influentes, abrem novas possibilidades de comunicação e de informação, nas atividades das instituições e na prestação de serviços ao utilizador e nas relações entre profissionais. Nestas redes, os indivíduos e as instituições podem criar um perfil público, e dentro de uma plataforma em linha, articular as suas relações com outros utilizadores dessa rede, criando e partilhando informação, interagindo e permitindo a conversação (Arroyo Vázquez, 2008).

A comunicação das bibliotecas, e de outras instituições, com os seus utilizadores já não pode ser unilateral, transformando-se agora, com o auxílio das ferramentas sociais, em serviços dinâmicos que consideram os utilizadores como atores do processo da informação, e já não recetores mais ou menos passivos.

Neste momento, a rede que mais se destaca no mundo digital é a plataforma Facebook, que constitui uma poderosa ferramenta, também para as bibliotecas, ao nível de visibilidade e de integração na comunidade (Margaix Arnal, 2008).

Em fevereiro de 2004, o estudante de Harvard, Mark Zuckerberg⁷ lançou um sítio Web chamado “the-facebook”, um serviço para ajudar a rede de estudantes de Harvard University⁸ a conectar-se entre si. Esta universidade tinha uma reputação de elite, sendo uma comunidade muito unida e valorizando muito o contacto entre os estudantes a par da aprendizagem formal. Em apenas 24 horas, mil pessoas se associaram a este projeto, e, um mês mais tarde, metade dos alunos da universidade já lá tinham criado um perfil. O serviço foi ampliado a outras universidades, como Stanford⁹ e Yale¹⁰, e pouco tempo depois a muitas outras nos Estados Unidos da América. Em 2005, o projeto foi renomeado para Facebook e nasce então um fenómeno na rede. Quando o Facebook emergiu, a ideia de conectar pessoas mediante o uso de um perfil, atualizações de estado desse perfil e utilização de fóruns estava consolidada. Mark Zuckerberg, não sendo um líder político, provocou uma revolução em todo o mundo – uma revolução social na Web – possuindo como principal característica uma mudança drástica e profunda nos modos de pensar, comunicar e de se comportar virtualmente (El Proyecto Facebook y la Posuniversidad, 2010).



MARK ZUCKERBERG¹¹

Mais de 517 milhões de pessoas em 212 países diferentes juntaram-se à rede Facebook, num período de tempo surpreendentemente curto de seis anos.

As estatísticas oficiais do Facebook¹², em 18 de outubro de 2010, demonstram o peso que esta rede possui no mundo da Internet (quadro 1).

⁷ Disponível em <http://www.facebook.com/zuck>

⁸ Disponível em <http://www.harvard.edu/>

⁹ Disponível em <http://www.stanford.edu/>

¹⁰ Disponível em <http://www.yale.edu/>

¹¹ Disponível em <http://www.shockya.com/news/2010/10/08/facebook-creator-mark-zuckerberg-takes-staff-to-see-the-social-network/>

¹² Disponível em <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

Podem parecer incompreensíveis como esta rede ganhou tantos subscritores, que compilam listas de amigos e milhares de outras pessoas, mas se o Facebook triunfou foi porque resultou de uma necessidade genuína, tendo como objeto uma comunidade autêntica, pré-existente, baseada em conexões fortes no mundo físico para criar outras conexões fortes e exclusivas do mundo virtual. Esta força viva desempenhou um papel importante para o êxito desta plataforma desde que se abriu ao público em geral.

FACEBOOK/ACTIVIDADE	UTILIZADORES ACTIVOS
N.º DE UTILIZADORES	+ 500 MILHÕES
LOGIN DIÁRIO	50%
UTILIZAÇÃO	70% UTILIZADORES SÃO EXTERIORES AOS EUA
REDE MÓVEL	159 MILHÕES
CONTEÚDOS (PUBLICAÇÕES, LINKS, NOTÍCIAS, BLOG, NOTAS, ÁLBUNS DE FOTOS, ETC) PARTILHADAS POR MÊS	30 BILIÕES
N.º OBJETOS (PÁGINAS, EVENTOS, GRUPOS) CRIADOS POR MÊS	+ 900 MILHÕES

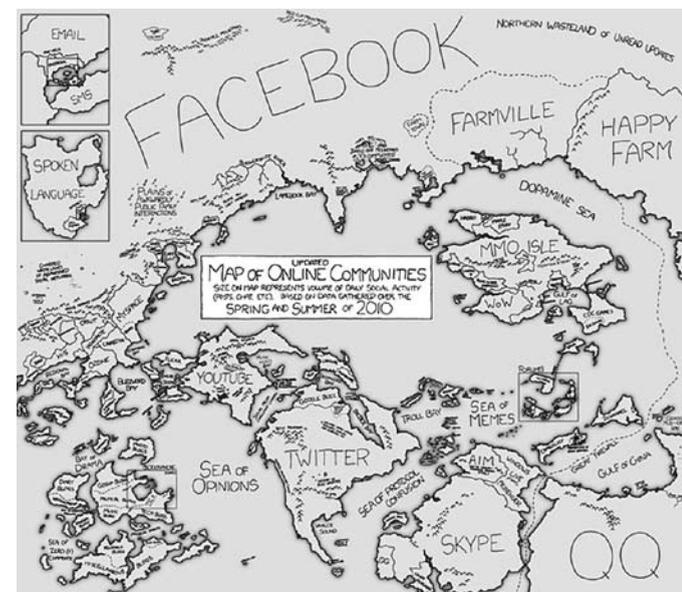
QUADRO 1
ESTATÍSTICAS DE 18 OUTUBRO 2010

A estrutura do Facebook é um reflexo da própria sociedade. Os perfis dos utilizadores, as suas identidades virtuais têm uma forte correlação com o real, incluem nome pessoal e direção de correio eletrónico, em geral. Esta continuidade entre a vida online e offline parece ser uma característica importante e adquiriu no Facebook proporções inéditas, nunca antes registadas noutra rede social.

A exibição pública das conexões é uma componente fundamental nas redes sociais. A lista de amigos contém links aos perfis dos amigos, onde se encontram elementos com distintos níveis de privacidade configurados por cada utilizador. Os links de amizade são bidirecionais, requerem ser confirmados pelo outro utilizador, embora também haja links unidirecionais, nos casos de fãs ou seguidores de páginas. O utilizador pode monitorizar o seu espaço de leitura, os feeds¹³ de notícias partilhadas dos seus amigos que se publicam na página de início de cada utilizador, com características de registo cronológico, podendo-se restringir a visibilidade de certa informação

¹³ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/RSS>

só a um determinado grupo, perfil, tanto a escrita como a leitura. As instituições, as empresas, as sociedades, as associações podem desenvolver páginas como alternativa ao perfil. Outra modalidade de presença, no Facebook, é a possibilidade de criação de grupos, lugares de conversação e intercâmbio entre pares, espaço que ultrapassa o registo de publicação pessoal e de construção auto referencial, privilegiando o debate e a produção de conhecimento entre pares.



MAP OF ONLINE COMMUNITIES¹⁴

Existem alguns conceitos muito importantes no Facebook, que anteriormente já foram expostos, a ideia de *Convergência Social*, a *Inteligência Coletiva*, a *Arquitetura da Participação*. A dimensão de *Convergência Social* é espelhada quando, ao publicar, se gera uma convergência de pontos de vista, que é a repercussão que tem noutros utilizadores, sem expressão de uma hierarquia social, de conhecimentos, etc. A *Inteligência Coletiva* é outra dimensão que reforça a construção recíproca de conhecimentos a partir da comunicação virtual e em tempo real, criando novas comunidades de conhecimento voluntárias. A comunicação é a base desta inteligência, com a contribuição do coletivo para informar ou solucionar algum problema comum de informação. A dimensão de *Arquitetura de Participação* é sinónima de difundir,

¹⁴ Disponível em <http://en.wikinoticia.com/culture-science/strange-inventions/62682-the-new-map-of-online-communities>

dar a conhecer, unir, promover, comentar, integrar ideias, pertencer, construir identidade e também produzir conteúdos vinculado ao seu consumo (Sued, 2010).

O enorme poder da plataforma deriva em boa parte porque opera como um integrador dos meios sociais pré-existentes na Web 2.0: conteúdos RSS, imagens do Flickr ou Picassa, vídeos do Youtube ou Vimeo, publicações do Twitter, posts de blogues, etc. É um excelente exemplo de um serviço 2.0, porque implementa a maioria das características e princípios: criação de perfis pessoais públicos, escrita e leitura online, participação online, visualização e descarregamento de fotografias, criação de grupos de interesse, criação e administração de eventos, integração de blogues, partilha de média, entre muitas outras possibilidades.

É pelo desenvolvimento do conceito de *Convergência Social* que se observa a utilização do Facebook, não como um meio em si mesmo, mas um espaço emergente de convergência de meios de comunicação pré-existentes, culturas colaborativas, heterogêneas e audiências participativas (Sued, 2010).

O NASCIMENTO DAS BIBLIOTECAS PORTUGUESAS NO FACEBOOK

As bibliotecas, por todo o mundo, vão criando posição nas redes sociais, sobretudo no Facebook, com objetivos muito pragmáticos de se aproximar dos jovens e adolescentes, para obter uma proximidade maior com novos utilizadores, para uma maior visibilidade na Web, para promover atividades, dinamizar eventos, implementar novos serviços, na realidade estabelecer mais contactos com a comunidade. A comunicação é a palavra-chave desta plataforma aberta na rede.

As bibliotecas terão que proceder a sessões de reflexão estratégica para determinar qual a posição que devem ocupar, a presença que devem ter na rede social, que objetivos querem atingir, como relacionar os vários perfis da biblioteca na Web social e como poderão medir e avaliar os resultados da sua presença face aos utilizadores (Celaya, 2010).

No final de 2009, realizámos um estudo genérico sobre o comportamento das bibliotecas portuguesas face às novas ferramentas 2.0, a incorporação de novos serviços online decorrentes da Web 2.0, e foi igualmente realizado um estudo mais exaustivo sobre a utilização da blogosfera e do Facebook pelas bibliotecas portuguesas (Alvim e Nunes, 2010).

Apresentaremos sucintamente alguns dados recolhidos sobre a presença das bibliotecas nesta rede social (quadro 2).

	BIBLIOTECAS PÚBLICAS		BIBLIOTECAS ACADÉMICAS	
TOTAL	308		167	
TECNOLOGIA 2.0 (7 FEV. 10)	57	18,4%	26	15,5%
FACEBOOK (10 JAN. 10)	15	26%	5	19%
FACEBOOK (OUT. 10)	48		16	

QUADRO 2

Do total das 308 bibliotecas públicas existentes em Portugal, só 57 é que, em janeiro de 2010, utilizavam alguma das tecnologias 2.0, 15 bibliotecas tinham criado um perfil ou uma página no Facebook, o que constitui cerca de 26% de bibliotecas presentes na rede social. Em outubro de 2010, 48 bibliotecas aderiram e sucessivamente vimos surgir mais perfis e páginas.



PERFIL DA BIBLIOTECA PÚBLICA DE ÉVORA NO FACEBOOK¹⁵

No total das 167 bibliotecas académicas (excluíram-se as instituições de ensino privado e concordatário), 26 bibliotecas utilizavam pelo menos uma tecnologia 2.0, 5 são utilizadoras do Facebook, correspondendo a 19%. Este número aumentou

15 Disponível em <http://facebook.com/Biblioteca.Publica.de.Evora>

em outubro para 16 presenças na rede social. Denota-se um crescimento notório da presença das bibliotecas públicas e académicas portuguesas no Facebook.



PÁGINA DA BIBLIOTECA MUNICIPAL DA BATALHA NO FACEBOOK¹⁶

Os resultados deste estudo podem ser consultados nas atas do 10.º Congresso BAD (Alvim e Nunes, 2010), onde se apresenta pormenorizadamente uma análise às redes de comunicação no Facebook pelas bibliotecas portuguesas, com percentagens de fator de impacto das publicações pelas bibliotecas na rede, valores calculados de interação da biblioteca-amigos, amigos-biblioteca, e interligações das bibliotecas nesta rede social.

Ao interpretar o estudo citado, podemos concluir que não é pelo facto de as bibliotecas aderirem ao Facebook que assumem as suas potencialidades e as usam adequadamente para prestar melhores serviços de informação e comunicação com o seu público. Na verdade, a simples adesão e utilização não é o suficiente para assegurar a qualidade deste serviço virtual. As bibliotecas não estão a aproveitar convenientemente esta oportunidade de comunicação e a estabelecer um espaço de diálogo.

Será recomendável que as bibliotecas, juntamente com as estruturas orgânicas onde se inserem, desenhem uma política institucional para utilizar as redes sociais. Para uma boa atuação nas redes é imperativo que cada instituição pergunte e defina que visibilidade deseja alcançar, que mensagem quer difundir, se deseja alcançar mais utilizadores ou se pretende fidelizar os que já possui, que tipo de conteúdos vai difundir, se vai oferecer conteúdos específicos a grupos/perfis, etc.

Sem dúvida que as bibliotecas deverão participar nas redes para melhorar a interação

com os seus utilizadores e divulgar melhor os conteúdos digitais que possuem. Sonha-se reduzir a comunicação à troca de informações e todos constatamos que o homem não vive só de informações, de mensagens, mas sobretudo de relações. O Facebook é uma plataforma que permite o aprofundar a convergência social e fazer prosperar a arquitetura de participação.

Desejamos então, participar na construção de bibliotecas relacionais, parabólicas e humanas, bibliotecas assentes em paradigmas comunicativos com ajuda da mediação das redes sociais que a Web 2.0 nos oferece.

É impossível não estar no Facebook!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVIM, Luísa; NUNES, Manuela Barreto – “As Bibliotecas 2.0 são redes de comunicação? Contributo para o estudo sobre a utilização das tecnologias da Web 2.0 nas estratégias de comunicação nas bibliotecas públicas e académicas portuguesas”. *Atas do 10.º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas*. [CD-ROM]. Guimarães: BAD, 2010.
- ARROYO VÁSQUEZ, N. – “Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales, ¿una cuestión de visibilidad?”. *Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas A Coruña* (Espanha) [Em linha]. 2008. [Consult. 30 set. 2010]. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/14815/>.
- BERNERS-LEE, Tim – “On Simplicity, Standards, and Intercreativity”. *The W3C Team World Wide Web consortium Journal* [Em linha]. N.º 3, 2006. [Consult. 28 set. 2010]. Disponível em: <http://rugmd4.chem.rug.nl/hoesel/tbl-int.html>.
- CELAYA, J. – “Mitos y realidades de la web 2.0”. *Dosdoce Revista Cultural* [Em linha]. 2007. [Consult. 24 set. 2010]. Disponível em: <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/2836/mitos-y-realidades-de-la-web-2-0/>.
- CELAYA, J. – “Las bibliotecas en las redes sociales: mas allá de los amiguitos”. *V Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas Gijón* [Em linha]. 2010. [Consult. 25 set. 2010]. Disponível em: <http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/bitstream/10421/4971/1/JavierCelaya.pdf>.
- COBO ROMANÍ, Cristóbal; PARDO KUBLINSKI, H. – *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food* [Em linha]. Barcelona, México: Grup de Recerca d’Interaccions Digitals, Universitat de Vic; Flacso, 2007. [Consult. 21 set. 2010]. Disponível em: <http://www.planetaweb2.net/>.
- FUMERO, Antonio; ROCA, Genís; ENCINAR, J. – *Web 2.0* [Em linha]. Madrid: Fundación Orange, 2007. [Consult. 22 set. 2010]. Disponível em: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp.
- LÉVY, Pierre – *Inteligencia colectiva por una antropología del ciberespacio* [Em linha]. Organización Panamericana de la Salud – Unidad de Promoción y Desarrollo de la Investigación y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud. Washington, DC, 2004. [Consult. 20 set. 2010]. Disponível em: <http://inteligencia colectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>.
- MARGAIX ARNAL, D. – “Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales”. *El profesional de la información*, v. 16 (março-abril 2007) n. 2, pp. 95-106. Disponível em: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2007/marzo/02.pdf>
- MARGAIX ARNAL, D. – *Informe APEI sobre Web Social* [Em linha]. (N.º 1), Spain: APEI, Asociación Profesional de Especialistas en Información, 2008.

16 Disponível em <http://www.facebook.com/pages/Biblioteca-Municipal-da-Batalha/180778751957032>

- [Consult. 23 set. 2010]. Disponível em: http://eprints.rclis.org/15106/1/informeapei_websocial.pdf.
- MUSSER, John, O'REILLY, Tim – “Web 2.0 Principles and best practices”. *O'Reilly Radar Report* [Em linha], novembro 2006. [Consult. 24 set. 2010]. Disponível em: <http://radar.oreilly.com/2006/11/web-20-principles-and-best-pra.html>.
- O'REILLY, T. – “What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software” [Em linha]. *O'Reilly Network*, 2005. [Consult. 29 set. 2010]. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- PISCITELLI, Alejandro; ADAIME, Iván; BINDER, Inés (Compiladores) – *El Proyecto Facebook y la posuniversidad: sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* [Em linha]. Ariel, 2010. [Consult. 15 set. 2010]. Disponível em: http://www.fundacion.telefonica.com/es/debateyconocimiento/media/publicaciones/Facebook_001_240.pdf.
- SUED, Gabriela – “Pensando a Facebook, una aproximación colectiva por dimensiones”. *El Proyecto Facebook y la posuniversidad: sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* [Em linha]. Ariel, 2010. [Consult. 15 set. 2010]. Disponível em: http://www.fundacion.telefonica.com/es/debateyconocimiento/media/publicaciones/Facebook_001_240.pdf.
- SUROWIECKI, James – *Cien mayor que una, la sabiduría de la multitud o por qué la mayoría siempre es más inteligente que la minoría*. Barcelona: Urano, 2004.
- TOFFLER, Alvin – *A Terceira Vaga*. Livros do Brasil, 1999.
- RHEINGOLD, Howard – *Smart Mobs: The next social revolution*. Cambridge: Perseus Books Group, 2002.