



NESTE NÚMERO

Bibliotema: Redes sociais	1
Novos recursos de informação	5
Português: moeda de prestígio internacional	6
Novidades	8
Análise de recursos electrónicos	8



REDES SOCIAIS



Factos sobre as redes sociais*

- Celebrou-se no dia 30 de Junho, o dia mundial das redes sociais;
- Actualmente o Facebook tem mais de 750 milhões de utilizadores;
- O Twitter tem 175 milhões de utilizadores;
- O LinkedIn e o MySpace têm mais de 100 milhões de utilizadores, cada;
- O hi5 tem mais de 80 milhões de utilizadores;
- O Orkut tem mais de 52 milhões de utilizadores;
- A Flickr tem mais de 32 milhões de utilizadores;
- A Friendster tem mais de 75 milhões de utilizadores.

*Fontes: Expresso e Social Media Statistics

SHIH, Clara

The Facebook Era: tapping online social networks to build better products, reach new audiences and sell more stuff.

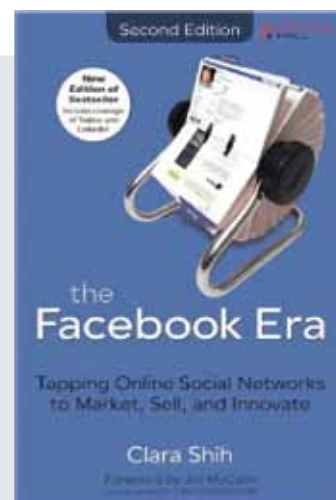
Upper Saddle River: Prentice Hall, 2010. 368p. | ISBN 978-0-13-708512-5

A difusão das redes sociais é descrita por Clara Shih como uma das maiores revoluções tecnológicas presenciadas pela sociedade que assistiu à mudança de milénio. A autora começa por apresentar uma breve história da tecnologia a nível global para depois se centrar no fenómeno das redes sociais.

Em *The Facebook Era* são exploradas as diversas aplicações das redes sociais em áreas tão distintas como vendas, recrutamento, desenvolvimento de produtos ou marketing. De acordo com a autora, os indivíduos capazes de angariar mais “capital social” são mais respeitados, obtendo assim melhores resultados e subindo mais rapidamente nas carreiras. Neste sentido, as redes sociais são um excelente catalisador do desenvolvimento do “capital social” uma vez que permitem obter contactos e informações que não estão acessíveis de outra forma.

A principal mensagem patente no livro é a de que as redes sociais não são uma moda e, por conseguinte, não irão desaparecer do panorama sociotecnológico internacional nos tempos mais próximos.

O estilo claro e acessível permite uma melhor compreensão das razões da disseminação das redes sociais, das suas aplicações nos mais diversos contextos e das suas consequências no mundo empresarial actual.



WEBER, Larry

Everywhere: comprehensive digital business strategy for the social media era.

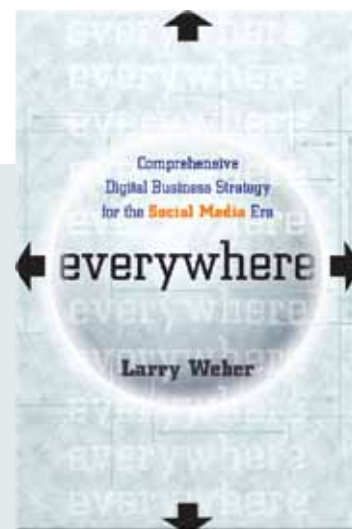
London: John Wiley & Sons, 2011. 260p. | ISBN 978-0-470-65170-4

O paradigma empresarial transformou-se drasticamente nas últimas décadas e as redes sociais constituem um dos vectores desta mudança. Algumas empresas foram capazes de aproveitar as potencialidades das redes sociais para se desenvolverem e alargarem o âmbito dos seus negócios; outras optaram por uma atitude passiva, perdendo a oportunidade de criar valor através de novas formas de organização, comunicação e funcionamento.

Everywhere mostra que a utilização das redes sociais deve constituir um ponto fulcral da estratégia empresarial de modo a angariar o maior número possível de clientes. Com efeito, a presença nas redes sociais permite, em certos casos, aumentar exponencialmente o número de clientes potenciais, sendo um dos grandes atractivos da entrada neste novo contexto. Por outro lado, as redes sociais são vistas como focos de inovação e de partilha de experiências que podem ser bastante úteis na formulação da estratégia empresarial.

O livro apresenta o conceito de “empresas sociais”, definindo-as como aquelas que aplicam ferramentas de colaboração, permitindo uma maior interligação dos nós que constituem a rede de informação e conhecimento da empresa.

A abordagem inovadora e a actualidade da temática transformam este livro num excelente guia para aferir as potencialidades das redes sociais na transfiguração da estratégia empresarial de algumas organizações.



LIVROS E DOCUMENTOS DE TRABALHO

- BROWNING, John G. – **The lawyer's guide to social networking: understanding social media's impact on the law**
Boston: Aspatore Books, 2010. 232p.
ISBN 978-0-314-27350-5
- CARROLL, Evan; ROMANO, John – **Your digital afterlife: when Facebook, Flickr and Twitter are your estate, what's your legacy?**
Berkeley: New Riders, 2011. 216p.
ISBN 978-0-321-73228-6
- CLAPPERTON, Guy – **This is social media: How to tweet, blog, link and post your way to business success**
Chichester: Capstone, 2009. 210p.
ISBN 978-1-906-46570-4
- CROSS, Rob; THOMAS, Robert J. – **Driving results through social networks: how top organizations leverage networks for performance and growth**
San Francisco: Jossey Bass, 2009. 240p.
ISBN 978-0-470-39249-2
- GOLDEN, Michelle – **Social media strategies for professionals and their firms: the guide to establishing credibility and accelerating relationships.**
Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 368p.
ISBN 978-0-470-63310-6
- NA'DESH, Fonda – **Gen-Y implications for organizations: perceptions of the "grown up digital generation"**
Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2010. 103p.
ISBN 978-3-639-27629-9
- QUALMAN, Erik – **Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business.**
Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 320p.
ISBN 978-0-470-63884-2
- ROSENBERG, Scott – **Say everything: how blogging began, what it's becoming, and why it matters**
New York: Three Rivers Press, 2009. 416p.
ISBN 978-0-307-45137-8
- SALAVISA, Isabel; VIDEIRA, Pedro – **Entrepreneurship and social networks in IT sectors: the case of the software industry**
Lisboa: ISCTE, 2008. 26p. (Documento de Trabalho/Working Paper; 74)
- SCOTT, Gini Graham – **Top secrets for using LinkedIn to promote your business or yourself: a complete step-by-step guide to discover the power of LinkedIn**
Bloomington: iUniverse, 2010. 148p.
ISBN 978-1-4502-1898-9
- SCOTT, Peter R.; JACKA, J. Mike – **Auditing Social media: a governance and risk guide**
Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 187p.
ISBN 978-1-118-06175-6
- SHAH, Rawn – **Social networking for business: choosing the right tools and resources to fit your needs**
Upper Saddle River: Prentice Hall, 2010. 171p.
ISBN 978-0-13-271167-8
- SOUSA, Cristina de – **Redes sociais e empreendedorismo**
Lisboa: ISCTE, 2008. 95p. (Documento de Trabalho/Working Paper; 68)
- TAPSCOTT, Don – **Grown up digital: how the net generation is changing your world**
New York: Macgraw-Hill, 2009. 368p.
ISBN 978-0-07-150863-6
- TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. – **Wikinomics: a nova economia das multidões inteligentes**
Lisboa: QUIDNOVI, 2007. 348p.
ISBN 978-972-8998-77-6
- THOMAS, David B; BARLOW, Mike – **The executive's guide to enterprise social media strategy: how social networks are radically transforming your business**
Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 204p.
ISBN 978-0-470-88602-1
- ZUAZOLA, Jorge – **LinkedIn to 100 million users: 2010 leadership is linking up and networking people**
Marston Gate: Amazon, 2010. 80p.
ISBN 978-1-4461-9139-2

EM LANÇAMENTO *

- BRITO, Michael; LEWIS, Aaron – **Smart business: A playbook for social media in your organization**
Canadá: QUE, 2011. 336p.
ISBN 978-0-7897-4799-0
- DIAZ-ORTIZ, Claire – **The good tweet: using twitter to change the world**
San Francisco: Jossey Bass, 2011. 224p.
ISBN 978-1-118-06193-4
- DOMINGUE, John; GALIS, Alex – **The future Internet assembly 2011: Achievements and technological promises (lecture notes in computer science/computer communication net works and telecommunications)**
New York: Springer, 2011. 481p.
ISBN 978-3-642-20897-3

HARFORD, Tim

Adapt: why success always start with failure.

London: Little Brown, 2011, 320p.

ISBN 978-1-40-870152-2

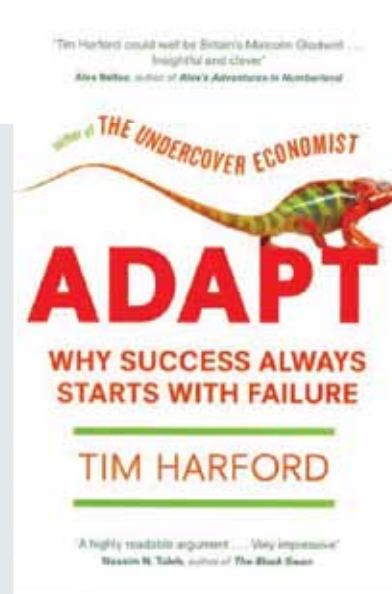
No seu novo livro, Tim Harford – autor de “O Economista Disfarçado” — mostra como problemas complexos como o terrorismo, as alterações climáticas, a pobreza ou a crise financeira podem ser resolvidos utilizando o método de tentativa e erro.

A apresentação de vários casos de estudo permite ao leitor perceber como as ideias do autor podem ser aplicadas a alguns dos principais problemas do panorama económico internacional.

O autor identifica os principais problemas socioeconómicos da actualidade, tentando utilizar a economia como ferramenta para os resolver ou pelo menos mitigar. Desde as batalhas de rua no Iraque até à constatação de um abrandamento nos níveis de inovação, o autor analisa decisões empresariais e quotidianas sempre com base em pressupostos de índole económica.

Adapt consagra três passos essenciais para atingir o sucesso em qualquer área: experimentar coisas novas sabendo que algumas irão falhar; tornar o erro sustentável; e assegurar que o erro é reconhecido quando acontecer.

A vasta abrangência do livro — que analisa o comportamento dos governos e do sector privado, passando pelo sector militar —, bem como o estilo prático e atractivo, tornam este livro bastante interessante para quem procure uma abordagem inovadora aos temas que ocupam a agenda política e económica internacional.



SPENCE, Michael

The Next Convergence: the future of economic growth in a multispeed world.

New York: Farrar, Straus & Giroux, 2011. 320p.

ISBN 978-0-37-415975-7

De acordo com Michael Spence — vencedor do Prémio Nobel em Economia em 2001, conjuntamente com George Akerlof e Joseph Stiglitz —, a história do crescimento económico global pode estar prestes a conhecer um novo rumo.

A regra aritmética simples que serve de base a esta teoria é conhecida como a “regra dos 72” e enuncia que é possível calcular o número de anos que um país demorará a duplicar os seus padrões de vida dividindo 72 pela taxa de crescimento média. Assim, se um país crescer à taxa média de 10%, os seus padrões de vida duplicarão em cerca de 7 anos. Ora, tendo em conta as taxas de crescimento mais recentes de países emergentes como a China ou a Índia, o processo de convergência estará em marcha. No entanto, o autor não dedica este livro à especulação sobre a caracterização de um mundo “convergente”. Em vez disso, Spence foca-se naquilo que os países pobres necessitam fazer para serem integrados neste processo de convergência, dando particular destaque à capacidade de adquirir conhecimentos provenientes dos países mais ricos, bem como à especialização da produção.

Na opinião do autor, a chave para um processo de convergência bem sucedido é a capacidade de gerar maior rendimento através da alteração sustentável da estrutura produtiva.

Embora os processos de crescimento económico sejam um aspecto bastante complexo de qualquer análise económica, *The Next Convergence* surge como uma excelente introdução para um dos debates económicos e políticos mais importantes a nível global.



LIVROS

- ARZA, Camila; KOHLI, Martin – **Pension reform in Europe: politics, policies and outcomes**
Abingdon: Routledge, 2011. 221p.
ISBN 978-0-415-66373-1

- BENTO, Vitor – **Economia, moral e política**
Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2011. 106p.
ISBN 978-989-8424-20-4

- BUCKLEY, Adrian – **Financial crisis: causes, context and consequences**
Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2011. 342p.
ISBN 978-0-273-73511-3

- DATTNER, Ben; DAHL, Darren – **The blame game: how the hidden rules of credit and blame determine our success or failure**
New York: Free Press, 2011. 245p.
ISBN 978-1-4391-6956-8

- DICKER, Dan – **Oil's endless bid: taming the unreliable price of oil to secure economy**
Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 338p.
ISBN 978-0-470-91562-2

- FERREIRA, Eduardo – **Ratings: 50 perguntas e respostas**
Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico, 2010. 128p.
ISBN 978-989-615-093-8

- FREYTAG, Andreas; KIRTON, John – **Securing the global economy: G8 global governance for a post-crisis world**
Farnham: Ashgate, 2011. 218p.
ISBN 978-0-7546-7673-7

- GHEMAWAT, Pankaj – **World 3.0: global prosperity and how to achieve it**
Boston: Harvard Business Review Press, 2011. 386p.
ISBN 978-1-4221-3864-9

- HANKEL, Wilhem; ISAAK, Ropert – **Brave new world economy: global finance threatens our finance**
Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 270p.
ISBN 978-1-118-00441-8

- JACKSON, Tim – **Prosperity without growth: economics for a finite planet**
London: Earthscan, 2011. 276p.
ISBN 978-1-84971-323-8

- KOLODKO, Grzegorz – **Truth, errors, and lies: politics and economics in a volatile world**
New York: Columbia University Press, 2011. 460p.
ISBN 978-0-231-15068-2

- LEWIS, Michael – **The Money culture**
New York: Norton & Company, 2011. 282p.
ISBN 978-0-393-33865-2

- LOUÇÃ, Francisco – **Portugal Agrilhoado**
Lisboa: Bertrand, 2011. 199p.
ISBN 978-972-25-2303-5

- QUINLAN, Joseph P. – **The last economic superpower: the retreat of globalization, the end of american dominance, and what we can do about it**
New York: McGraw-Hill, 2011. 285p.
ISBN 978-0-07-174283-2

- SINGLETON, John – **Central banking in the twentieth century**
Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 337p.
ISBN 978-0-521-89909-3

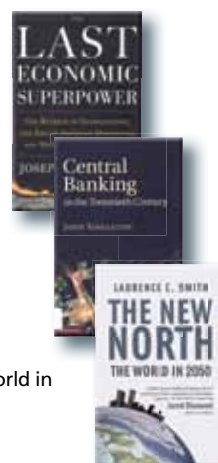
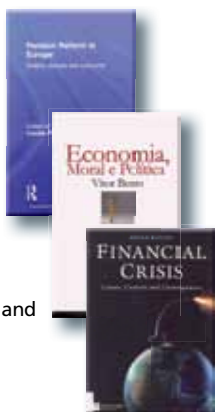
- SMITH, Laurence C. – **The new North: the world in 2050**
London: Profile Books, 2011. 322p.
ISBN 978-1-84668-876-8

- SUSSKIND, Richard – **The end of lawyers?: rethinking the nature of legal services.**
Oxford: Oxford University Press, 2010. 352p.
ISBN 978-0-199-59361-3

- THOMAS, Michael – **Deconstructing digital natives: young people, technology, and the new literacies.**
New York: Routledge, 2011. 216p.
ISBN 978-0-415-88996-4

- VENÂNCIO, Pedro Dias – **Lei do cibercrime.: anotada e comentada.**
Coimbra: Coimbra Editora, 2011. 361p.
ISBN 978-972-32-1906-7

- WONDERS, Grant – **The imminent crisis: Greek debt and the collapse of the European Monetary Union**
Cambridge, Mass.: G W Publishing, 2010. 135p.
ISBN 978-1-45286-633-8



ARTIGOS

- CRISTOL, Denis; LEFÈVRE, G  rald – **Formation: les nouvelles pratiques "Personnel"**. Jan 2011. n.515, p. 40-61

- Financial regulation after crisis**
"The journal of economic perspectives". Winter 2011. v.25, n. 1, p. 3-90

- PEDERSEN, Peder J.; SCHMIDT, Torben Dall – **What is unemployment in Europe? Concepts and measurement in European community household panel**
"Empirical Economics". May 2011. V. 40, n.3, p. 705-728

- What are advanced payments?**
"Payment Cards & Mobile". Jan 2010. v. 3, n. 1, supl.

Na primeira metade do século XVI, Lisboa tornara-se num dos principais centros comerciais e financeiros da Europa e do mundo. Graças às ligações comerciais marítimas estabelecidas desde os inícios do século XV, a ela afluíam produtos tão diversos como as especiarias, madeiras exóticas, e as sedas do Oriente, o marfim e o ouro de África, o açúcar da Madeira, ou o pau-brasil do Novo Mundo. O afluxo de mercadorias e riquezas não deixou de atrair a fixação de numerosos mercadores espanhóis, franceses, flamengos e italianos, mas era através da feitoria de Antuérpia que o grosso dos produtos ultramarinos se escoava para a Europa e sobretudo para os países do Norte.

Do ponto de vista político e diplomático, a dinastia de Avis granjeava grande prestígio internacional e mantinha relações com as principais casas reinantes da época, com destaque para a monarquia hispânica, a única e grande concorrente de Portugal no cenário ultramarino. A necessidade de concertação internacional entre Portugal e Espanha justificou a existência de uma activa política de casamentos nos reinados de D. Manuel I (1495-1521) e D. João III (1521-1557). Durante estes reinados, ocorreram 7 casamentos entre as famílias reais portuguesa e espanhola, nalguns dos quais pôde Portugal demonstrar a sua proverbial opulência.

Foi neste contexto, e em consequência do afluxo de ouro e recursos financeiros possibilitados pela expansão ultramarina, que surgiu uma das mais emblemáticas moedas da história portuguesa e da economia do seu tempo: o português. Moeda de ouro praticamente puro e de grande porte, o português foi cunhado apenas durante os reinados de D. Manuel I (1495-1521) e D. João III (1521-1557), com o valor de 10 cruzados. A cunhagem do português beneficiou das remessas de ouro provenientes de Arguim, da Guiné e sobretudo de S. Jorge da Mina, cujo trato rendeu à Coroa mais de 8 toneladas de ouro na primeira metade do século XVI.

No desenho das moedas dominam as armas do reino e a titulatura régia, no anverso, e a cruz de Cristo, no reverso, envolvida pela divisa do imperador Constantino — IN HOC SIGNO VINCES, i. e., «com este sinal vencerás». Observando o anverso dos portugueses cunhados até 1525, e principalmente os de D. Manuel I, ressalta claramente a importância conferida à titulatura régia. Na sua legenda abreviada em latim, D. Manuel I e D. João III expandem os títulos régios tradicionais — «rei de Portugal e dos Algarves, daquém e dalém mar em África, Senhor da Guiné» — para neles acrescentar «e da conquista, navegação e comércio da Etiópia, Arábia, Pérsia e da Índia». A crer no relato do cronista Damião de Góis, que data o início da cunhagem dos portugueses de 1499, o rei teria pretendido criar uma moeda que, reflectindo os promissores resultados da viagem de Vasco da Gama, funcionasse não só como meio de pagamento internacional de qualidade, tanto na Europa como na Índia, mas também como instrumento de ostentação, propaganda e diplomacia (especialmente importante na política de casamentos dos reis portugueses). O novo título e a nova moeda eram, na verdade, uma manifestação do projecto imperial manuelino, que reunia as ideias de império universal, de cruzada e de messianismo.





Do ponto de vista da economia monetária, e à semelhança dos cruzados cunhados em Portugal desde 1457, o português teve larga aceitação nos mercados internacionais. Por exemplo, uma ordenação de Carlos IX (1565) mostra que os portugueses circulavam então por França. De facto, a moeda de ouro portuguesa fluía para os mercados do Norte da Europa, e é isso que explica o surgimento de imitações dos portugueses na Alemanha, Dinamarca, Polónia e Suécia — os chamados *Portugalöser*. Mantendo o peso e pureza do ouro originais — o que aliás afirmavam nas suas legendas —, estes *Portugalöser* reproduziam normalmente a cruz de Cristo típica das moedas portuguesas, substituindo as armas do reino pelas dos seus estados.

No entanto, no quadro monetário europeu da época, o português era uma moeda destinada ao entesouramento: os seus 23 $\frac{3}{4}$ quilates de lei contrastavam com os 22 quilates dos ducados venezianos, dos escudos franceses e outras moedas de ouro europeias. Em consequência, e na ausência de produtos nacionais que compensassem a desigualdade do comércio, assistiu-se também à exportação massiva da moeda portuguesa de ouro para o estrangeiro. Esse fenómeno explica a queixa dos procuradores dos concelhos a D. João III, em 1535, de que «se não acha já um cruzado nem um português» no reino. Os variados protestos nacionais levaram o rei a proibir a emissão de portugueses em 1537, só excepcionalmente levantada três vezes (1537, 1553, 1556). Apesar disso, o português continuou ainda em circulação por mais de um século, o que explica que em 1601 um mercador judeu de Praga tivesse na sua posse 5000 portugueses.

Autêntica moeda de prestígio internacional, o português é o protagonista de uma exposição temporária a decorrer no museu do Banco de Portugal. Para além de encontrar os portugueses de D. Manuel I e D. João III, assim como dois *Portugalöser* de Hamburgo, os visitantes poderão ainda conhecer o poder de compra dessa moeda na economia portuguesa do seu tempo.



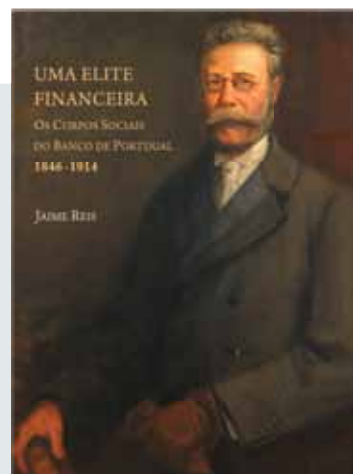
Uma Elite Financeira

Os Corpos Sociais do Banco de Portugal 1846-1914

Esta monografia, da autoria do Prof. Jaime Reis, recentemente editada, insere-se no âmbito dos estudos, que o mesmo autor tem vindo a efectuar, sobre o Banco.

Além de constituir um instrumento de pesquisa para a investigação do séc. XIX e inícios do séc. XX, esta obra pretende essencialmente dar a conhecer quem foram as personalidades que conduziram os destinos do Banco nas primeiras décadas da sua existência.

Tendo por base uma apurada e morosa investigação, as biografias reunidas nesta obra abordam as múltiplas vertentes das vidas destes indivíduos - institucional, política, social e familiar. Diversificados nas origens, na formação, no rumo da vida e dos negócios, este grupo apresenta um traço comum – o conhecimento do meio, a experiência, a defesa dos interesses da Instituição.



ANÁLISE DE RECURSOS ELECTRÓNICOS

EconLit e Business Source Corporate

O que são?

EconLit

- Base de dados da American Economic Association;
- Referência na área da investigação em economia;
- Referências bibliográficas;
- Texto integral de diversos periódicos científicos.

Business Source Corporate

- Base de dados da American Economic Association;
- Âmbito mais alargado dentro da área económico-financeira;
- Cerca de 3000 periódicos;
- Títulos como a Euromoney, Harvard Business Review ou The Economist, por exemplo.

Quem pode aceder?

Estas bases de dados podem ser acedidas por qualquer utilizador com acesso à Internet, através da rede informática do Banco, sem necessidade de introdução de password (acesso por IP).



Onde estão?

- Página da Biblioteca
- Página de periódicos electrónicos
- Portal de Recursos Económicos.

Quais as principais possibilidades de pesquisa?

- Pesquisa pelos elementos descritivos do documento: título, autor, resumo, entre outros;
- Pesquisa por autor ou artigo citado, permitindo construir uma rede de citações à volta de um documento específico através da opção "Cited References";
- Utilizar a funcionalidade "Visual Search" em que é possível, através de um interface gráfico, visualizar os resultados de pesquisa agrupados por assunto ou por publicação.



Banco de Portugal
EUROSISTEMA

LINKS:

- ▶ Biblioteca
- ▶ Arquivo Histórico
- ▶ Museu
- ▶ Publicações



www.bportugal.pt

Ficha Técnica

Newsletter DSADM • Banco de Portugal | Departamento de Serviços de Apoio | Área de Documentação Edições e Museu • Internet <http://www.bportugal.pt>
• Av. Almirante Reis, 71/2.º - 1150-012 Lisboa • Edição Núcleo de Documentação e Biblioteca • Design Serviços de Edições e Publicações