



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

ELIANE MARIA DA SILVA JOVANOVICH

**O CAPITAL SOCIAL E O COMPARTILHAMENTO DA
INFORMAÇÃO JURÍDICA:
UM ESTUDO NA MÍDIA SOCIAL *FACEBOOK***

Londrina
2015

ELIANE MARIA DA SILVA JOVANOVICH

**O CAPITAL SOCIAL E O COMPARTILHAMENTO DA
INFORMAÇÃO JURÍDICA:
UM ESTUDO NA MÍDIA SOCIAL *FACEBOOK***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós
Graduação em Ciência da Informação da
Universidade Estadual de Londrina como
requisito para obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Inês Tomaél.

Londrina
2015

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

J86c Jovanovich, Eliane Maria da Silva
O capital social e o compartilhamento de informação jurídica: um estudo na mídia social *Facebook*. / Eliane Maria da Silva Jovanovich; [revisão gramatical de Edina Regina Pugas Panichi]. – Londrina, 2015.
110 f. : il.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Maria Inês Tomaél.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação, Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2014.
Inclui bibliografia.

1. Compartilhamento de informação – Teses. 2. Informação jurídica – Teses. 3. Capital social – Teses. 4. Mídias sociais – Teses. 5. Facebook – Teses. I. Tomaél, Maria Inês. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação, Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. III. Título.

CDU 025.5:34

ELIANE MARIA DA SILVA JOVANOVIČH

**O CAPITAL SOCIAL E O COMPARTILHAMENTO DA INFORMAÇÃO
JURÍDICA:
UM ESTUDO NA MÍDIA SOCIAL *FACEBOOK***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós
Graduação em Ciência da Informação da
Universidade Estadual de Londrina como
requisito para obtenção do título de Mestre.
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Inês Tomaél.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Inês Tomaél
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof^a. Dr^a. Linete Bartalo
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof^a. Dr^a Henriette Ferreira Gomes
Universidade Federal da Bahia - UFBA

Londrina, 12 de Outubro de 2015.

AGRADECIMENTOS

À Deus por me dar condições de persistir e lutar por meus sonhos.

Aos meus pais Nelson e Irene e aos meus irmãos Adriana, Cleverson e Junior que mesmo na ausência sempre estiveram perto me apoiando e acreditando que tudo daria certo, pelo amor incondicional, muito obrigada!

Aos meus filhos, Wallace Wendell e Laiz Stephanny, luz na minha vida, um amor especial. Ambos souberam compreender todas as minhas ausências e todas as minhas buscas.

Ao meu esposo Michel, por me incentivar, acreditar e me apoiar, muito obrigada!

Aos meus amigos que estiveram sempre ao meu lado nessa árdua trajetória.

Agradeço, especialmente, a minha orientadora Maria Inês Tomaél, que além de acreditar em mim, incentivou-me a buscar o meu melhor. Com ela aprendi o valor da crítica, e diante do desespero inicial me mostrou o quanto eu seria capaz de continuar. Você me fez acreditar no meu potencial, na minha capacidade de superação e aprendizagem. Maria Inês você é uma benção. Obrigada por ter me selecionado como sua orientanda.

Às Professoras, Linete Bartalo e Henriette Ferreira Gomes, por prontamente aceitarem o convite para fazer parte da banca nesse meu ritual de passagem.

Ao Prof. Msc. Marcio Barbosa Zeneri pelo incentivo e ao Dr. Dawis pelos esclarecimentos da área jurídica.

Aos que conquistei ao longo desta caminhada, e aos que me conquistaram em especial a Eurides, amiga de todas as horas, “aprendi muito com você”, muito obrigada!

Aos colegas do mestrado Afranio Roberto Romagnoli, Alexandre Fernal, Andrea do Prado Souza, Bruna Amanda Bochnia, Carlos Eduardo Costa, Cláudio César Pereira, Elismar Vicente dos Reis, José Carlos Francisco dos Santos, José Carlos Mardegan, Julio Cesar Liviero Della Flora, Leda Maria Araújo, Marcelo Tomita, Miguel Ivan Magarzo Arias, Miriam Cristina Fava Santos, Patricia Célia de Santana, TatianaTissa Kawakami, Viviane Magda Marques Luiz, Welk Ferreira Daniel, muito obrigado pela amizade.

Aos estagiários do 5º ano de Direito do EAAJ, por colaborarem com a pesquisa.

À Universidade Estadual de Londrina.

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação.

À Biblioteca Central em nome da então diretora Maria Elisabete Catarino e da atual diretora, a bibliotecária Maria Aparecida dos Santos Letrari que me proporcionou a licença para o fazer da pesquisa e da dissertação.

Ao Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos na pessoa do atual diretor Prof. Henrique Afonso Pipolo, por compreender a minha ausência.

À Suelen companheira de todas as horas na BSEAAJ.

À todas as pessoas que de uma forma ou de outra contribuíram para que tudo isso fosse possível, muito obrigada!

Finalizo dizendo a todos vocês que essa conquista não é só minha, ela também é de cada um de vocês. Obrigada por existirem em minha vida!

Dedico

Aos meus pais Nelson e Irene,
Aos meus filhos Wallace Wendell e
Laiz Stephanny e ao meu esposo
Michel.

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.”

Charles Chaplin

JOVANOVIČH, Eliane Maria da Silva. **O capital social e o compartilhamento da informação jurídica**: um estudo na mídia social *Facebook*. 2015, 110 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

RESUMO

Compartilhar informação é um processo e um ato de comunicação e interação social. O rápido desenvolvimento das redes sociais digitais deu-se através da evolução da internet, que possibilitou a existência de um ambiente adequado para os sites de relacionamento. Com essa ênfase, a pesquisa objetivou analisar a relação entre o capital social e o compartilhamento da informação jurídica no *Facebook*, pelos alunos do 5º ano do curso de graduação em Direito que cumprem o estágio obrigatório no Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos (EAAJ) da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Especificamente este estudo visou: a) identificar o capital social dos alunos no *Facebook*, b) verificar a ocorrência do compartilhamento da informação jurídica, c) identificar a utilização de informação jurídica no *Facebook*; d) averiguar a importância da página no *Facebook* e das postagens de informação jurídica do EAAJ. Trata-se de uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa. Para a coleta de dados, a técnica utilizada foi o questionário baseado em Williams (2006) para medir o capital social e um formulário para a pesquisa documental. Os estagiários compartilham informações jurídicas frequentemente e fazem uso dessas informações, efetivamente. A *fanpage* do EAAJ é relevante dentro do contexto jurídico por disseminar informações importantes e de credibilidade. Observou-se que os estagiários do escritório estão em fase de desenvolvimento do seu capital social. O hábito de compartilhar e interagir na rede oportuniza a geração desse capital, pois quanto mais compartilham informações jurídicas e interagem reciprocamente, maior será o volume de capital social gerado, fortalecendo o processo cíclico do capital social.

Palavras-Chave: Compartilhamento de Informação. Mídias Sociais. Capital Social. *Facebook*. Informação Jurídica.

JOVANOVICH, Eliane Maria da Silva. **Social capital and the sharing of legal information**: a study on social media Facebook. 2015, 110 p. Dissertation (Master's Degree in Information Science) – Londrina State University, Londrina, 2015.

ABSTRACT

Information sharing is a process and an act of communication and social interaction. The fast development of the digital social networks was through the evolution of the internet, which it has enabled the existence of a suitable environment for relationship networking sites. With this emphasis, the objective of research is analyze the relationship between social capital and the sharing of legal information on Facebook by students of the 5th year in law degree which they have accomplished the compulsory internship at the Application Office Legal Affairs (EAAJ) of Londrina State University. Specifically this study aims: a) Identify the social capital of students on Facebook, b) Verify the occurrence of sharing legal information, c) Identify the use of legal information on Facebook; d) Inquire the importance of the page on Facebook the legal information posts of EAAJ. This research is descriptive, with quantitative and qualitative approach. For data collection, the technique used was the questionnaire based on Williams (2006) to measure the social capital and a form for documentary research. The trainees frequently share legal information and make use of this information effectively. The fanpage EAAJ is relevant within the legal context for disseminating important information and credibility. It was observed that the trainees of the legal office are in the development phase of their social capital. The habit of sharing and interacting in network gives opportunity to generate this capital, because the more share legal information and interact reciprocally, the greater the amount of social capital generated, as consequence the strengthening of the cyclic process.

Key word: Information sharing. Social media. Social capital. Facebook. Legal information.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Os quatro aspectos diferentes de informação	23
Figura 2	– Normas de motivações do capital social.....	45
Figura 3	– Fatores inter-relacionados do capital social.....	50
Figura 4	– Fatores determinantes para o capital social	52
Figura 5	– Redes múltiplas de confiança	55
Figura 6	– Percentual dos estagiários por Estado	65
Figura 7	– Cidades paranaenses de origem dos estagiários	66
Figura 8	– Estagiários oriundos do Estado de São Paulo.....	66
Figura 9	– Distribuição dos estagiários por cidade/estado.....	67
Figura 10	– Relação amigos e pessoas confiáveis	73
Figura 11	– Distribuição dos leitores e não leitores de informação jurídica	77
Figura 12	– Fluxo de leitura de informação jurídica	77
Figura 13	– Objetivo das leituras	78
Figura 14	– <i>Fanpage</i> do EAAJ no <i>Facebook</i>	82
Gráfico 1	– Distribuição percentual dos estagiários na área do Direito	65
Gráfico 2	– Áreas de atuação do Direito	65
Gráfico 3	– Mídias sociais utilizadas pelos estagiários.....	68
Gráfico 4	– Quantificação de amigos	72

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1	– Bases de dados internacionais em Ciência da Informação.....	20
Quadro 2	– Tipos de relacionamentos e tipos de compartilhamentos.....	35
Quadro 3	– Interferência no compartilhamento de informação	36
Quadro 4	– Tipologia de compartilhamento	37
Quadro 5	– Evolução da humanidade.....	39
Quadro 6	– Usuários diários do <i>Facebook</i>	43
Quadro 7	– Níveis de confiança	45
Quadro 8	– Conceitos de capital social.....	49
Quadro 9	– Características das mídias sociais	57
Quadro 10	– Comparação dos aspectos da pesquisa qualitativa e quantitativa	59
Quadro 11	– Número de amigos confiáveis em situações específicas	74
Quadro 12	– Pessoas de confiança na rede	76
Tabela 1	– Formação do círculo de amigos	76

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BC	Biblioteca Central
BRAPCI	Base Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação
BSEAAJ	Biblioteca Setorial do Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos
CASM	Centro Acadêmico Sete de Março
CONJUR	Consultor Jurídico
EAAJ	Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos
IBCCRIM	Instituto Brasileiro de Ciências Criminais
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
JusBrasil	Justiça Brasileira
LISA	Library and Information Science Abstracts
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
PRI	Direito Privado
PPGCI	Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
PUB	Direito Público
SCIELO	The Scientific Electronic Library Online
STF	Supremo Tribunal Federal
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TST	Tribunal Superior do trabalho
UEL	Universidade Estadual de Londrina

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	PROBLEMA.....	15
1.2	JUSTIFICATIVA.....	17
2	OBJETIVOS	21
2.1	OBJETIVO GERAL	21
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
3	INFORMAÇÃO JURÍDICA: DOS ASPECTOS CONCEITUAIS AO COMPARTILHAMENTO	22
3.1	INFORMAÇÃO JURÍDICA	24
3.2	O ESCRITÓRIO DE APLICAÇÃO DE ASSUNTOS JURÍDICOS E A INFORMAÇÃO JURÍDICA	28
3.3	O COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO	34
4	MÍDIAS SOCIAIS	39
5	CAPITAL SOCIAL	44
6	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	58
6.1	PARTICIPANTES DA PESQUISA	59
6.2	ESTRATÉGIAS PARA A COLETA DE DADOS.....	60
6.2.1	Primeira Etapa: O Questionário	60
6.2.1.1	Aplicação do questionário.....	60
6.2.1.2	Análise do questionário.....	61
6.2.2	Segunda Etapa: Pesquisa Documental	61
6.2.2.1	Análise documental.....	62
6.2.3	LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	62
7	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	63
7.1	O PERFIL.....	63
7.2	O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS	67
7.3	O CAPITAL SOCIAL NO AMBIENTE VIRTUAL	70
7.4	O COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO JURÍDICA E O CAPITAL SOCIAL	78
7.5	SOBRE O FACEBOOK DO ESCRITÓRIO DE APLICAÇÃO DE ASSUNTOS JURÍDICOS	81
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
	REFERENCIAS	90
	APÊNDICES	103
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	104
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO.....	108
	APÊNDICE C – TERMO DE LIVRE ESCLARECIMENTO DO PARTICIPANTE	109
	APÊNDICE D – LISTA DAS INSTITUIÇÕES JURÍDICAS.....	110

1 INTRODUÇÃO

O século XX foi cenário de grandes descobertas e evolução nas diversas áreas do conhecimento. Nesse sentido, houve uma revolução das tecnologias num ritmo acelerado. Os indivíduos estão sendo engolidos no dia a dia, o tempo está escasso, a cada segundo há um excesso de informação gerada e, ao mesmo tempo, existe uma carência muito grande de conhecimento (PINHEIRO, 2010).

As tecnologias de informação e comunicação foram e estão sendo aprimoradas de forma a proporcionarem maior integração entre os indivíduos. Apesar de termos a impressão de que a grande mudança é decorrente da internet, ela advém da evolução tecnológica, uma mudança muito além, uma quebra de paradigma, pois não existe mais diferença entre informação, entretenimento e relacionamento (TORRES, 2009).

Em 2002, a previsão era de que a internet seria indicadora de novos rumos, possibilitando muitas mudanças no setor econômico, social e cultural e isso refletiria na vida de todos os indivíduos (BRASIL, 2002). Em 2014, o auge foi a internet nos aparelhos móveis, internet na ponta dos dedos e, em 2015, temos o Marco Civil da internet, ou seja, as mudanças trouxeram consigo a necessidade de uma lei para estabelecer princípios e garantias do uso da internet no país.

De fato, as atividades no ciberespaço se misturam. As mídias sociais favorecem a disseminação de informação e seu compartilhamento. Nesse ambiente, os indivíduos pertencentes a essas redes ora são produtores, ora são consumidores, ora colaboradores de informação. Na rede são vários os papéis desempenhados e os relacionamentos ocorrem de diferentes formas.

Flamino, et al (2008, p. 9) ressaltam que “[...] as tecnologias de informação e comunicação propiciaram a ruptura das fronteiras territoriais” e Pinheiro (2010, p. 45) destaca que “[...] toda mudança tecnológica é uma mudança social, comportamental, portanto jurídica.” fazendo com que a utilização da internet se popularize entre as pessoas e as interações sociais se desenvolvam no ambiente virtual. Os sites de relacionamento existentes se modificaram em tão pouco tempo, tornando-se grandes redes por intermédio de plataformas de comunicação denominadas mídias sociais.

Toda a interação entre as pessoas na rede e o compartilhamento de informações pelos indivíduos fazem com que um grande recurso seja gerado, o

capital social, que é considerado um insumo de grande valia na concepção de diversos autores (COLEMAN, 1990; BOURDIEAU, 1980; MATOS, 2009).

Diante dos argumentos apresentados, esta pesquisa tem por escopo analisar a relação entre o capital social e o compartilhamento da informação jurídica pelos estagiários¹ do 5º ano do curso de graduação em Direito do Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos (EAAJ), da Universidade Estadual de Londrina (UEL), no *Facebook*. A pesquisa foi desenvolvida no EAAJ, sendo uma pesquisa descritiva e documental. A coleta de dados foi feita por meio do questionário (apêndice A) e, para a análise documental, foi elaborado um formulário (apêndice B).

1.1 PROBLEMA

Na sociedade contemporânea, as tecnologias de informação e comunicação trazem consigo benefícios e desafios. As tecnologias propiciaram um novo ambiente. O ambiente virtual provocou uma mudança significativa com relação à interação social dos indivíduos através das redes sociais existentes no ciberespaço. Nesse ambiente, as mídias sociais surgiram a partir da necessidade da própria sociedade, permitindo que as redes sociais, face a face, também pudessem ser desenvolvidas nos ambientes digitais. As redes sociais virtuais são ambientes em que um volume expressivo de dados e informações circulam com muita rapidez e possibilitam o compartilhamento de informações.

Diversas são as mídias sociais existentes, segundo pesquisas desenvolvidas por Kirkpatrick (2011). Dentre as mídias, o *Facebook* é a plataforma de rede social que mais cresce em número de usuários. Rosa e Santos acreditam que o *Facebook*

[...] pode ser considerado, simultaneamente, a reprodução de uma sociedade global conectada e uma via ou espaço aberto para essa livre expressão de qualquer indivíduo conectado, independente das fronteiras do tempo e do espaço. (ROSA; SANTOS, 2013, p.173).

Para os autores Lemos e Lévy (2010, p.101), “O desenvolvimento de comunidades e redes sociais on-line é provavelmente um dos maiores acontecimentos dos últimos anos, sendo uma nova maneira de se fazer sociedade”.

¹ Refere-se aos alunos do 4º e 5º anos da graduação em Direito que estão matriculados nas Disciplinas Jurídicas Profissionalizantes, onde atuam nas práticas jurídicas orientados pelos Professores-Advogados.

As redes sociais são definidas por Prado, Lucas e Herrero-Curiel (2013, p.4) como:

Plataformas on-line que permitem aos usuários conectar seu perfil pessoal com outros perfis pessoais ou institucionais que podem seguir e compartilhar informação. Nestas plataformas os usuários estabelecem relações equitativas que lhes permitem criar conteúdos multimídia que podem difundir a partir de seus perfis, podendo gerar comentários e participar de forma interativa nas diferentes propostas que emergem nestas redes.

A internet criou uma nova forma de organização social, que foi transportada para as comunidades em redes (CASTELLS, 1999) e as mídias sociais são as ferramentas que oportunizam esse tipo de comunidade. Na concepção de Lévy (2004, p.29) as redes devem ser pensadas como uma inteligência coletiva, “[...] uma inteligência distribuída em toda a parte, valorizada incessantemente, coordenada em tempo real, que leva a uma mobilização efetiva dos conhecimentos”.

Nota-se um aumento cada vez maior, nos últimos tempos, de estudos direcionados à questão das relações sociais e a interação entre as pessoas através das mídias, pois não sabemos até que ponto essas tecnologias vão ajudar na construção de redes sociais, permitindo que o capital social seja constituído, recomposto ou modificado. Para o sociólogo francês Pierre Bourdieu (1986), o capital social são os recursos atuais ou potenciais que decorrem da ligação de um indivíduo a uma rede social.

Entre os recursos é possível citar alguns, como: apoio afetivo, obtenção de informações, auxílio profissional, contatos na intermediação de emprego, entre outros. Contribuindo com esses argumentos, Kalman, Monge e Fulk (2002) consideram que diferentemente de terra, trabalho e capital financeiro, o conhecimento é um recurso que as pessoas compartilham voluntariamente, elas devem querer e estar determinadas a compartilhar. Conforme Le Roy (1997, p. 28), “Quando se deseja compartilhar um conhecimento, este deve ser traduzido em informações, para que o destinatário possa absorvê-las e transformá-las em conhecimento – se ele quiser.”

Dentre as várias definições de capital social (BOURDIEAU, 1980; COLEMAN, 1988; PUTNAN, 1993; MATOS, 2009), verifica-se que por se assemelhar a outros tipos de capital, como o econômico e o humano, o capital social tornou-se o foco de diversos pesquisadores que passaram a estudá-lo de forma mais efetiva.

As mídias sociais facilitam que as comunidades virtuais agreguem membros que, na sua maioria, possuem interesses em comum e relacionam-se entre si. Cada indivíduo tem acesso aos perfis dos demais indivíduos que fazem parte da rede e criam um vínculo por terem seus interesses parecidos.

Na concepção de Hjørland (2002), estudar as relações entre os discursos, áreas de conhecimento e documentos em distintas comunidades de usuários é o objeto da Ciência da Informação (CI), logo, o compartilhamento da informação em ambiente virtual, nos distintos espaços das mídias sociais, é de interesse da Ciência da informação.

Capurro (2003, p.4) enfatiza que a CI “[...] nasce em meados do século XX com um paradigma físico, questionado por um enfoque cognitivo idealista e individualista, sendo esse por sua vez substituído por um paradigma pragmático e social [...]” que compreende a informação em contextos sociais e materiais humanos, com foco na interação entre os usuários da informação.

Diante do exposto, a pesquisa teve a seguinte pergunta de partida: quanto maior for o compartilhamento de informações jurídicas no *Facebook*, maior será o capital social?

O estudo foi desenvolvido no Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos da Universidade Estadual de Londrina com os estagiários, alunos do 5º ano do curso de Direito, matriculados nas disciplinas de estágio obrigatório.

1.2 JUSTIFICATIVA

A pesquisa desenvolvida teve sua importância firmada nas bases dos estudos das relações sociais e nas interações entre as pessoas, além de ser um dos interesses de pesquisa nas Ciências Sociais e, em especial, no escopo da Ciência da Informação. Está vinculada à linha de pesquisa Compartilhamento da Informação e do Conhecimento do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), da UEL, e ao grupo de pesquisa Redes de Conhecimento.

O tema escolhido foi proveniente da curiosidade diante desses fatos observados no dia a dia no *Facebook*, onde é possível encontrar quase tudo. É possível ver vídeos, compartilhar notícias, informações, e o interesse pela abordagem da pesquisa manifestou-se, primeiramente, pelo fato de ser bibliotecária, trabalhar especificamente com informação jurídica e ser gestora de conteúdos nas

mídias sociais por meio do *Facebook* do EAAJ, bem como observar o quanto as mídias sociais disponibilizam informações relevantes para desenvolver as atividades dos Operadores do Direito², além de dar suporte aos docentes, alunos-estagiários e funcionários que atuam no EAAJ da Universidade Estadual de Londrina.

A motivação do estudo foi a associação entre o compartilhamento de informação jurídica e o capital social associado às variáveis mídias sociais, redes sociais. Outro fator que contribuiu para a escolha do tema foi a pequena disponibilidade de informações que tratam dos aspectos, do capital social na Ciência da Informação, principalmente no Brasil, que é muita escassa. Na Ciência da Informação, Marteleto e Silva (2004), Sousa (2006, 2007, 2010), Lucas e Garcia-Zurita (2014) são autores que tratam do assunto capital social.

A produção de informação jurídica, no Brasil, é imensa. São os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário que produzem inúmeras informações, elaboram e editam um número expressivo de leis, decretos, instruções, medidas provisórias, emendas constitucionais, súmulas e jurisprudências, originando uma grande quantidade de informações.

Alguns órgãos do governo mantêm uma rotina de postagens em suas páginas de *Facebook* com o objetivo de compartilhar informações jurídicas num processo ágil de disseminação de informação, por meio da internet e aproveitam o potencial das mídias sociais. Observa-se, também, a veracidade dessas informações, pois os conteúdos postados são de fontes confiáveis, com credibilidade.

Amaral (2012) faz um alerta aos pesquisadores que se propuserem a investigar a relação entre o capital social e a internet, em que destaca que esses pesquisadores precisam estar cientes de que encontrarão várias situações que possam dificultar a realização da pesquisa por completo. Existem fatores que são diferentes do mundo real, como por exemplo, o ambiente, as condições e as ferramentas existentes no mundo virtual.

Corroborando com o pensamento de Amaral (2012), Williams, em 2006, percebendo a carência na literatura existente sobre o capital social, foi o primeiro a construir e testar um instrumento que pudesse então mensurar o capital social obtido

² São considerados operadores do Direito: os juízes, desembargadores, promotores de justiça, advogados, e aqueles que lidam com a informação jurídica.

na internet, que serve como aporte para os demais pesquisadores, e será utilizado como base nesta pesquisa.

Putnam (2009) assevera que a mensuração do capital social é importante por três motivos:

- a) A mensuração torna o conceito de capital social mais tangível;
- b) Ele aumenta o investimento em capital social: é possibilitado à sociedade visualizar os resultados e a construção de mais capital social;
- c) A mensuração ajuda as organizações a construir mais capital social. Tudo o que envolve a interação humana pode ser utilizado para criar capital social.

Para verificar como os assuntos relacionados à pesquisa estão sendo tratados pelos autores, foi feito um levantamento bibliográfico na literatura existente para consolidar a necessidade de estudos sobre a temática.

O levantamento bibliográfico foi desenvolvido em bases nacionais e internacionais: Base Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), Base de Dados do Google Acadêmico que contempla a Base de Dissertações e Teses (BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e a Scielo Brasil pelos termos: “capital social” e “compartilhamento de informação”. O período pesquisado foi entre 2000 e 2014³, e os resultados obtidos foram 30 artigos para capital social e 76 para compartilhamento de informação.

Para as bases internacionais foram feitas buscas nas bases de dados da Emerald, Scielo, Library and Information Science Abstracts (LISA), Library, Information Science & Technology Abstracts, ScienceDirect e Web of Science, através do Portal de Periódicos da Capes.⁴ Utilizou-se os termos “*social capital*”, e “*information sharing*”. O período delimitado da pesquisa também foi entre 2000 a 2015 quando vários artigos foram recuperados e um número expressivo de referências sobre “*Social Capital*” e “*Information Sharing*” foram coletados na base Science Direct. Sobre o assunto “Social Networks”, a LISA, que apresenta resumos e referências, apresentou maior resultado de pesquisa, de acordo com a tabela 1.

³ Pesquisa efetuada nos dias 01 e 02 de agosto de 2015 através do site <http://www.brapci.ufpr.br>.

⁴ Pesquisa efetuada nos dias 01 e 02 de agosto de 2015 através do site <http://www.periodicos.capes.gov.br/>

Quadro 1 – Bases de dados internacionais em Ciência da Informação

Bases	Social Capital	Information Sharing
Emerald	5.823	6.426
Scielo	10	16
LISA	259	328
Library, Information Science & Technology Abstracts	59	230
ScienceDirect	712	1567
Web of Science	7	32

Fonte: Dados da pesquisa.

Observando o quadro 1, podemos verificar que pesquisas nas bases internacionais resultaram em um número maior de ocorrências se compararmos com os dados nacionais. Encontramos um número maior de resultados nas bases estrangeiras, refletindo a necessidade de mais estudos no Brasil sobre o tema.

O trabalho está direcionado aos aspectos relacionados ao compartilhamento de informação por intermédio das mídias sociais, buscando verificar a relação do volume de capital social do indivíduo e, por conseguinte, da rede, por meio dos fatores fundamentais que são: estrutura social, ações, redes de relações, normas de confiança, bem comum, e conjunto de valores.

Espera-se que esta pesquisa venha contribuir com o fortalecimento do uso das mídias sociais enquanto recurso para o compartilhamento da informação, quebrando barreiras e trazendo benefícios para a área jurídica. Que sirva também de base para que outras instituições que trabalham com informações jurídicas utilizem as mídias, ampliando a disseminação de informações nas páginas das instituições e possam propiciar o compartilhamento de informações de maior interesse da comunidade, bem como contribua, ainda, com aportes teóricos sobre o tema pesquisado.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a relação entre o capital social e o compartilhamento de informação jurídica pelos estagiários do EAAJ no *Facebook*.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar o capital social dos estagiários no *Facebook* do EAAJ;
- Verificar a ocorrência do compartilhamento da informação jurídica no *Facebook*;
- Identificar a utilização de informação jurídica pelos estagiários, a partir do *Facebook* do EAAJ;
- Averiguar se os conteúdos postados na página do *Facebook* do EAAJ são relevantes para os estagiários, servindo como aporte e auxiliando no desenvolvimento de suas atividades.

3 INFORMAÇÃO JURÍDICA: DOS ASPECTOS CONCEITUAIS AO COMPARTILHAMENTO

A informação permeia as relações e está presente na vida das pessoas, por isso um conceito que descreve a informação é enfatizado por Capurro e Hjörland (2003) como sendo aquele que depende das interpretações feitas por um agente cognitivo, que a partir de um dado, faz as interpretações que dão sentido para o indivíduo, destarte os autores abordem a “informação como coisa”.

Souza (2014, p.233) afirma que “[...] a informação é tratada como direito e garantia constitucional [...]”. Desta forma Araújo (1999, p.155) acredita que a informação é um bem social, ou seja “[...] um direito coletivo como qualquer outro sendo tão importante como o direito à educação, à saúde, à moradia, à justiça e tantos outros direitos do cidadão”.

O crescente uso da informação faz emergir distintas abordagens e conceitos. Brookes (1980) nos faz entender que a informação é um elemento que provoca transformação. Le Coadic (1996, p.5) define informação como “[...] um conhecimento inscrito (gravado) sob a forma escrita (impresa ou numérica), oral ou audiovisual”. Nas palavras de Oliveira (2005, p.18) “[...] a informação é uma representação, tornando-se assim um objeto complexo, flexível, mutável, de difícil apreensão, sendo que sua importância e relevância estão ligadas ao seu uso”. Lara (2006, p.1) reforça que

[...] de um modo geral, a informação é reconhecida como uma inscrição organizada, fruto de uma construção institucional e intencional que tem nos valores simbólicos e funcionais a condição para a construção do sentido como para circular socialmente, desencadeando processos de conhecimento.

É sabido que a informação extrapola qualquer limite físico, está disponível nos mais diversos suportes e principalmente através da internet podemos acessar um volume expressivo de informação independente, da sua localização geográfica. As pessoas podem transformar dados em informação que, após serem assimilados, podem tornar-se conhecimento.

Existem vários conceitos de informação e, de acordo com Dobelin (2004), diversos autores defendem que existem diferentes conceitos para diferentes usos da informação. No entendimento de Messias (2005), a literatura nos aponta que o termo

informação é um substantivo feminino, que pode ser tanto ação de informar(se) quanto a de averiguar, buscar, inquirir ou investigar. Xifra-Heras 1974 (p. 26) reforça essa ideia na seguinte explanação:

Sem dúvida, informar é dar uma forma ou um suporte material a uma vivência pessoal ou a uma imagem mental do emissor; mas não é só isso. O suporte ou forma necessita de associar-se a uma série de signos ou símbolos convencionais que objetivem tal forma, de modo a torná-la transmissível. O sujeito ativo transforma a imagem mental formalizada (mensagem) numa série de signos (codificação) que se transmitem para serem decifrados e interpretados pelo sujeito receptor.

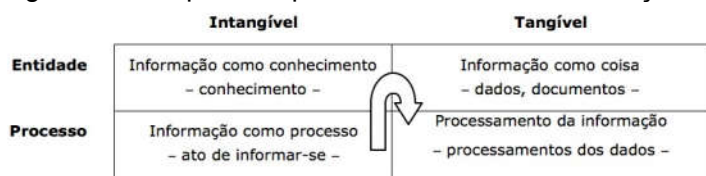
Os estudos sobre informação têm sido cada vez mais frequentes, principalmente com a utilização das tecnologias e da grande quantidade de informações necessárias para o desenvolvimento de atividades produtivas do homem, o que acirrou o avanço científico e tecnológico e aguçou vários estudiosos e pesquisadores das diversas áreas do saber a investigarem as relações entre a sociedade, a informação e o conhecimento humano em toda sua complexidade (MESSIAS, 2005). Octaviano, Rey e Silva, (1999, p.175) acreditam que

[...] a informação é considerada a quinta necessidade do homem, precedida por ar, água, alimentação e abrigo. Inclui-se entre os recursos básicos da sociedade, juntamente com materiais, alimentos, energia, espaço vital e mão de obra.

O compartilhamento de informações é uma peculiaridade da vida em sociedade, que está fundamentada sobre um ideal confiança (AGUIRRE, 2011). Para Marteleto (1994, p.133), o fenômeno informacional pode ser também uma forma de “[...] construir a cultura, de levar à ruptura, admitindo-se que existem tantas formas de lidar com o mundo, quantas existem de experiências e de condições de vida”.

Buckland (1991) apresenta três usos para o termo “informação”: informação como processo, informação como conhecimento e informação como coisa, porém são 4 os aspectos diferentes da informação, conforme se pode observar na figura 1.

Figura 1 – Os quatro aspectos diferentes de informação



Fonte: Buckland (1991, p. 352).

Deste modo, podemos inferir que a informação jurídica possui os quatro diferentes aspectos, tangível, mensurável, que pode ser considerada “informação como coisa”, estando registrada em documentos que após o processamento dos dados e das informações geram um novo documento (jurisprudências, leis, etc.) pela própria particularidade e finalidade.

3.1 A INFORMAÇÃO JURÍDICA

A informação jurídica é a base para a tomada de decisões de profissionais do Direito. Diferente das demais informações, a informação jurídica é muito específica e distinta quanto ao seu conteúdo e formato. Ela pode ser gerada, registrada e recuperada de três formas: descritiva, normativa e interpretativa e está firmada em três diferentes fontes. Reale (1984, p.140) define fonte do direito como sendo “[...] apenas os meios de expressão do Direito, produzindo normas jurídicas vigentes e eficazes”. São elas: a Legislação, a Doutrina e a Jurisprudência.

Legislação é a normatização do fato social, elaborada pelo Poder Legislativo dos Municípios, Estados e União. A doutrina é o pensar o Direito, dele participando todos os produtores do mundo jurídico, como uma das Ciências Sociais⁵. E a jurisprudência é resolução do conflito social pelo Estado, através de um Juiz, que produz decisões, sentenças, no primeiro grau, ou acórdãos nos Tribunais. (SARMENTO; ROSA; FERREIRA, 2000, p.3).

Independente da instituição ou da categoria de usuários, Silva (2010) assevera que todos farão uso da doutrina, legislação e jurisprudência, seja entidades docentes como as Faculdades de Direito, os Institutos de Pesquisas, as entidades vinculadas ao poder executivo, Poder Judiciário, Associações Profissionais ou Escritórios de Advocacia, seja professores, estudantes, pesquisadores, advogados, magistrados, juízes, ministros, entre outros.

“A informação legislativa e jurídica, de forma especial, caracteriza-se por um alto grau de relacionamentos. As normas jurídicas, proposições legislativas, acórdãos e doutrina interligam-se de várias formas, criando uma rica rede de informações.” (LIMA, 2008, p.1).

Os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário diariamente produzem um

⁵ Na Universidade Estadual de Londrina, o curso de Direito está inserido conforme a distribuição da CAPES, 1º nível: Colégios de Humanidades e 2º nível: Grandes Áreas de Ciências Sociais Aplicadas.

exorbitante conteúdo informacional. Eles elaboram, editam, muitas leis, decretos, jurisprudências, emendas constitucionais, súmulas, medidas provisórias, instruções, que vão se acumular e gerar um conteúdo expressivo de informações, tornando-se talvez o maior responsável pela produção no Brasil, inclusive se considerarmos o universo de advogados brasileiros, o expressivo número de cursos graduação em Direito e, também, a rápida obsolescência desse tipo de informação, em decorrência da constante desatualização da legislação (CUNHA, 2010).

A longevidade é uma das principais características da informação jurídica, ou seja, a obsolescência não se torna um fator desfavorável, pois além de possuir interdisciplinaridade com outras áreas, pode ser aplicada, ainda que revogada, conforme Passos e Barros (2009).

Passos (1994, p. 364) destaca que “O fato de a informação jurídica não ser usada durante certo tempo, mesmo que seja um longo tempo, não significa que a informação não tenha valor ou utilidade ou que não seja eficaz”. A informação jurídica difere dos demais tipos de informação por possuir características próprias, como a interdisciplinaridade, a rápida obsolescência dessas informações, a grande diversidade de fontes de informação, entre outras (MARTINHO, 2006).

É considerada informação jurídica aquela que trata de conteúdos especializados e, sob a ótica do seu gerenciamento, tem a responsabilidade de nortear as decisões dos magistrados e demais operadores de Direito nos processos e atividades jurisdicionais, com a finalidade de prestar serviços de informação com a maior especificidade e eficiência possível, como relata Oliveira (2006).

Na definição de Silva (2010, p.3), informação jurídica é “[...] todo e qualquer conhecimento produzido pelo homem, com o intuito de fundamentar as atividades profissionais desenvolvidas pelos operadores do Direito”. Passos e Barros (2009, p. 94) afirmam que “[...] a informação jurídica pode ser gerada, registrada e recuperada, basicamente, em três formas distintas: analítica (por meio da doutrina); normativa (pela legislação) e interpretativa (com o emprego da jurisprudência)”.

Nos escritórios de advocacia, os advogados processam e transferem conhecimento com o intuito de solucionar os casos de seus clientes, Fullin (2006, p.4) assevera que “[...] a essência do trabalho é a manipulação, reelaboração e transferência de informações”. A transferência dessas informações no ambiente desses escritórios envolve tecnologia, conteúdo informacional e, principalmente, interação entre pessoas.

Fullin (2006, p. 4) ainda ressalta que “[...] para materializar essas informações

em resultados palpáveis e úteis, o advogado depende da informação como matéria-prima básica de seu dia-a-dia, especialmente informação jurídica”.

Os operadores do Direito necessitam de informações encontradas não somente em fontes primárias e secundárias de recursos legais, mas também em grande quantidade de outras fontes, como bases de dados que cubram assuntos relacionados ao meio ambiente, por exemplo, à segurança, assuntos técnicos e científicos variados (BRESNICK, 1988).

Utilizando uma abordagem pragmática, MARTELETO (1987) acredita que informação é aquela que pode auxiliar o receptor a tomar uma decisão. Diante do exposto, utilizaremos o conceito de Passos (1994, p. 363) que define a informação jurídica como

[...] toda a unidade de conhecimento humano que tem a finalidade de embasar manifestações de pensamento de juristas, juristas, tratadistas, escritores jurídicos, advogados, legisladores, desembargadores, juízes e todos aqueles que lidam com a matéria jurídica, quando procuram estudar (do ponto de vista legal) ou regulamentar situações, relações e comportamentos humanos, ou ainda quando interpretam e aplicam dispositivos legais.

A grosso modo, podemos inferir que informação jurídica é toda e qualquer informação relacionada à área do Direito. Logo, toda informação relacionada com doutrina, jurisprudência e legislação é considerada “informação jurídica”.

Outro tipo de informação jurídica que muitas vezes é utilizada como sinônimo, é a informação legislativa que é a lei, propriamente dita, e que Passos e Barros (2009, p. 93) definem como:

Aquela que resulta do processo legislativo federal, estadual ou municipal: as proposições legislativas, substitutivos, pareceres, emendas, relatórios, entre outros. A informação legislativa assemelha-se à informação jurídica normativa (legislação): ambas são públicas, emanam do poder público competente e são insubstituíveis.

Outra expressão utilizada é ‘informação legal’ que apesar de ser empregada como sinônimo de informação jurídica, é apenas uma tradução inapropriada de *legal information*, que na maioria dos casos significa apenas a base legal ou legislação que sustenta determinado ato ou decisão (PASSOS; BARROS, 2009).

Segundo Fullin (2006, p.32): “No setor jurídico brasileiro, há uma abundante produção de informação jurídica, começando pela proliferação de atos normativos, de hierarquia superior e inferior, passando pela jurisprudência e a doutrina [...]”. A informação jurídica atua de forma forte nos ambientes jurídicos, é

uma informação consistente, de credibilidade e de mudança contínua, e, em alguns casos, momentânea. Para Miranda (2004, p.138): “A informação jurídica é elemento imprescindível para que se alcancem os objetivos no âmbito jurídico”.

Os meios através dos quais a informação e a documentação jurídica se apresentam são muito variados, desde o seu suporte impresso como os diários oficiais, relatórios, jornais, revistas, monografias, livros, enciclopédias e dicionários e os diversos dispositivos de socialização da informação jurídica disponíveis por intermédio da internet, como, por exemplo: os diários oficiais online, relatórios, jornais, revistas, monografias, livros, enciclopédias e dicionários digitais, bases de dados na Internet, correio eletrônico, redes sociais, etc.

Se observarmos a literatura em Ciência da Informação sobre informação jurídica no Brasil, podemos verificar que os autores tratam a questão ‘informação jurídica’, com maior ênfase ao documento jurídico, as fontes em que as informações jurídicas estão disponíveis. Basta verificar as obras das bibliotecárias Cecília Andreotti Atienza (1979), Edilenice Passos (2004, 2009) e Andréia Gonçalves Silva (2010). Todas tratam de informação jurídica, porém concentram-se na questão dos documentos jurídicos, quiçá por ser característica da própria informação jurídica que é resultado das legislações, das doutrinas e das jurisprudências.

Silva (2010) reforça tal questão quando considera que esses três tipos de informação jurídica – legislação, doutrina e jurisprudência – são também fontes de informação jurídica, enquanto Rezende (2004, p.175) chama a atenção, ainda, para os três tipos de fontes de informação jurídica citadas como sendo “[...] pertinentes nas peças processuais, são fundamentais como resultados registrados do exercício do Direito são bússolas e regulamentos para toda a comunidade jurídica”.

Em pesquisa recente desenvolvida por Jovanovich e Tomaél (2014) sobre informação jurídica em mídias sociais, especificamente em blogs, os resultados demonstraram, nitidamente, que a expressão de busca “informação jurídica” não contempla as especificidades com conteúdos mais consistentes para o âmbito jurídico. Com a análise dos dados levantados no Google Blogs para o termo ‘jurisprudência’, as autoras constataram que o resultado foi relevante e significativo. Quando a busca foi feita pelo termo jurisprudência, recuperou informações dos principais blogs jurídicos do país, o que reforça a questão do documento.

A expressão informação jurídica é geral e não faculta a recuperação de informações com as especificidades peculiares da área jurídica. Parece que a informação jurídica é um termo utilizado com maior

significância na Ciência da Informação do que no campo do Direito, enquanto que a jurisprudência é um termo expressivo e relevante na área jurídica. (JOVANOVIČ; TOMAÉL, 2014, p.8)

A bibliotecária jurídica e advogada Cecília Atienza, relata que a jurisprudência pode ser considerada “[...] uma fonte formal do direito positivo, é o conjunto uniforme e constante das decisões judiciais sobre casos semelhantes”. (ATIENZA, 1979, p.51). Os acórdãos jurisprudenciais estabelecem novo juízo dos textos legislativos. É evidente que com o surgimento da internet, órgãos produtores de informação jurídica passaram a disponibilizar informações com maior rapidez através dos *sites* dos Tribunais, Senado Federal, Ministérios Públicos, Câmara de Deputados, entre outros.

As fontes de informação jurídica estão disponíveis em diversos ambientes informacionais, seja nos mais tradicionais espaços físicos como as bibliotecas universitárias, bibliotecas especializadas, ou nos mais modernos ambientes virtuais como os *sites*, as *fanpages*, etc.

3.2 O ESCRITÓRIO DE APLICAÇÃO DE ASSUNTOS JURÍDICOS E A INFORMAÇÃO JURÍDICA

O Curso de Direito da UEL foi criado, originalmente, sob a denominação de Faculdade Estadual de Direito de Londrina, em 04 de junho de 1956 (Decreto Estadual nº 2.781). Iniciou suas atividades no dia 07 de março de 1958 (Decreto Federal nº 43.309).

Nesses quase 60 anos, vários foram os bacharéis que se formaram na UEL, profissionais de sucesso como advogados, juízes estaduais nas várias unidades da federação, juízes federais, juízes do trabalho, juízes classistas, juízes dos tribunais, desembargadores, promotores de justiça, procuradores estaduais e federais, advogados públicos, docentes, delegados de polícia estaduais e federais, dentre outras áreas do mundo jurídico.

Na estrutura do Curso de Direito constam dois Departamentos: o de Direito Privado (PRI) e o de Direito Público (PUB), ligados ao Centro de Estudos Sociais Aplicados, com fins didático-científicos. Além desses dois Departamentos, o Curso de Direito utiliza para suas práticas jurídicas o Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos (EAAJ), órgão suplementar da UEL.

No Brasil, o ambiente virtual em informação jurídica é grandioso. Existe um número expressivo de documentos que fazem parte desta vastidão, que vai desde decisões dos tribunais, passando pelos atos normativos, e finalizando nos artigos informativos e doutrinários.

O volume de informações cresce aceleradamente e a todo o momento novos processos são julgados e publicados. Surgem a todo instante novas leis e portarias, das mais variadas instâncias do governo, que entram em vigor, além de uma vasta quantidade de artigos com o objetivo de informar e alertar sobre os acontecimentos importantes de cunho jurídico nacional.

Diante do cenário contemporâneo oferecido pela internet, com essa vastidão de informações jurídicas geradas a todo instante, muitas informações são disponibilizadas nas redes, pelos mais diversos segmentos.

Nesse contexto a justiça brasileira, por intermédio das diversas mídias, utilizando muitas vezes uma tecnologia de ponta, oferece aos cidadãos toda essa informação confiável, de credibilidade e organizada de forma a torná-la acessível e de fácil localização para os operadores do Direito e todos os cidadãos.

Considerando que todos os atos oficiais e decisões de todas as esferas administrativas e judiciais são, por expressa determinação legal, públicos, por uma determinação da própria Constituição da República (BRASIL, 2011, p.1) de acordo com o inciso XXXIII do Artigo 5, e por meio da Lei Nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 que apresenta a seguinte redação: “Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado” (BRASIL, 2012, p.14).

Com o intuito de contribuir efetivamente para que a informação jurídica tenha um maior alcance, a justiça brasileira, visando dinamizar e democratizar o acesso e o compartilhamento das informações relevantes do Direito, que podem ser acompanhadas através das mídias sociais existentes no ambiente virtual, compartilha a todo instante informações por intermédio da sua páginas no *Facebook* e no *Twitter*, disseminando as informações relevantes para os operadores de Direito e para os indivíduos que precisam das informações jurídicas. Um bom exemplo são as jurisprudências que com maior rapidez estão disponíveis nos sites oficiais.

Em entrevista a Santos (2010, p.1), Cassiano ressaltou que através dos sites

e páginas do *Facebook* ou do *Twitter* “[...] podemos acessar informações de todos os tribunais do país e saber como cada um deles está analisando as causas sem precisar sair do escritório”.

No atual Estado Democrático de Direito em que vivemos, o pilar principal de sustentação é o princípio da publicidade dos atos oficiais e judiciais, seja na prestação de contas de municípios, na publicação da sentença e até a decisão do Supremo Tribunal Federal (JusBrasil, 2014).

Com a missão de tornar o povo brasileiro mais participativo no mundo das questões políticas e jurídicas do país, a justiça brasileira propôs organizar e dar acesso fácil e gratuito a toda informação política e jurídica brasileira, a fim de disseminar conhecimento, gerar transparência e manter uma base histórica sempre à mão, além de prover uma plataforma que promova o debate construtivo e informado.

Os *sites* oficiais de informação jurídica são uma poderosa ferramenta de trabalho, além de um valioso recurso para auxiliar o compartilhamento de informações jurídicas. Eles auxiliam no cumprimento da determinação constitucional de publicidade que está em consonância e obediência aos atos normativos que instituem o princípio de Publicidade dos Processos e Atos Públicos, o que permite que a busca de qualquer informação jurídica seja facilmente encontrada pelos operadores do direito e, por sua vez, por qualquer cidadão brasileiro.

O Curso de Direito possui um acervo bibliográfico específico de considerável monta, distribuídos entre a Biblioteca Central (BC), a Biblioteca Setorial de Ciências Humanas (BSCH) e a Biblioteca Setorial do Escritório de aplicação de Assuntos Jurídicos (BSEAAJ).

Fundado em 1973, o Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos é um órgão suplementar da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Caracteriza-se como um Escritório Escola e tem como missão o trabalho social e o estágio curricular obrigatório. ZERNERI (2014, p.1) explicita as duas dimensões que abrangem a missão do EAAJ:

1^a – O trabalho Social: O EAAJ oferece o serviço de assistência jurídica à população economicamente carente de Londrina e seus distritos, permitindo que estas pessoas tenham acesso à justiça e ao exercício da cidadania. Esta dimensão permite ao EAAJ ficar em sintonia com as finalidades descritas no Estatuto da UEL, reforçando a responsabilidade social da Universidade. 2^a – O Estágio Curricular Obrigatório: Seguindo as Diretrizes Curriculares do MEC e o Projeto Político Pedagógico do Curso de Direito da UEL, o EAAJ atua como

campo de Estágio Curricular Obrigatório para as atividades de prática jurídica aos alunos do 4º e 5º ano do curso, nas seguintes opções: Direito Penal e Processo Penal, Direito Civil e Processo Civil e Direito do Trabalho e Processo do Trabalho.

Em 26 de fevereiro de 1981 passa a ser denominado Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos – EAAJ, através da Resolução CU n° 609. Sete anos mais tarde, em 1988, com a Constituição Cidadã e com as Diretrizes Curriculares na década de 1990 que tornaram o estágio do curso de Direito obrigatório, e a Lei de Diretrizes e Bases (LDB) com o tripé ensino-pesquisa-extensão, consolidou-se o papel importante que a Universidade Estadual de Londrina desempenha perante a comunidade local, perante o Estado do Paraná e do próprio país, reforçando a missão da instituição.

Até o ano de 1995, os alunos que realizavam o estágio no EAAJ eram dispensados do Exame da Ordem dos Advogados do Brasil, realizando, após 02 (dois) anos de estágio, uma avaliação final, no âmbito interno, com a participação de Representante designado pela OAB. A partir de 1995 o estágio passou a ser curricular por força de dispositivos legais (Resolução n° 2907/05) e reformulação do Curso de Direito.

O EAAJ vem cumprindo sua missão junto à comunidade e, no final de 2014, atingiu a marca de 97.310 ações, 37.147 audiências, 595.551 atendimentos, dos quais 94.384 ações foram encerradas. Atualmente, estão em andamento 2.926 ações, das quais 2.417 estão ajuizadas e outras 509 estão em estudo para futuro ajuizamento.

É através do Escritório que o estagiário toma conhecimento da realidade da advocacia. Pelo atendimento direto da população economicamente carente, orientado e supervisionado por professores, o acadêmico passa a conhecer os problemas sociais, culturais e econômicos da realidade brasileira. (UEL, 2014, p.1).

O atendimento é gratuito para os cidadãos que se enquadram nos critérios do EAAJ. A dinâmica do escritório funciona da seguinte maneira:

O cliente procura o EAAJ queixando-se do seu problema, nas áreas Cível, Penal, Trabalhista e Empresarial, é feita uma triagem jurídica prévia, pelos professores. Posteriormente uma ficha é preenchida pela secretaria para detectar sua situação sócio-econômica, procedendo ao agendamento prévio de data/horário. Os casos são distribuídos aos alunos/professores, conforme área de atuação ou opção de estágio. Após agendamento de data e hora, o aluno munido da ficha para atendimento, faz a entrevista com o cliente,

anotando os dados necessários, solicitando documentos, elaborando procuração; tudo, sob a orientação do professor. Com a orientação prévia do professor, após providenciados todos os documentos, pelos clientes, o aluno redigirá a petição, seguida da correção pelo professor. Após essas providências, a ação é ajuizada. Todos os atos processuais, tais como, despachos, audiências, contestações, embargos, recursos e contra-razões de recursos, são acompanhados pelo aluno responsável pelo caso, juntamente com o professor. (UEL, 2014, p.1).

No decorrer do ano letivo, são distribuídos aos estagiários vários casos e das mais diversas áreas, sob a orientação de 04 professores, em média. “Essa experiência, aliada a um sólido conhecimento teórico, constituem o cerne de uma formação humanística, abrindo ao aluno perspectiva e visão de mundo que contribuem para a adoção de uma postura crítica frente a realidade e exigência social nacional” (UEL, 2014, p.1).

O escritório funciona num prédio de 1.700 metros quadrados, em dois turnos de atendimento. Atualmente tem 473 estagiários, 16 professores/advogados e 12 servidores entre técnicos e agentes operacionais.

O EAAJ possui nas suas dependências uma biblioteca setorial, especializada em Direito, subordinada administrativamente à Biblioteca Central da UEL. A Biblioteca Setorial do Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos foi fundada em 10 de outubro de 1989. Segundo pesquisas efetuadas por Jovanovich; Dalla Torre (2010) foi na gestão do Reitor Jorge Bounassar Filho que tudo aconteceu, porém o reitor em exercício era o Senhor Carlos Roberto Appoloni. A Diretora da Biblioteca Central naquela gestão era a bibliotecária Aparecida Josefina Panício Caitar, e o Diretor do EAAJ, o Senhor Diaoli Lopes Busse. Foi por meio do OF/EAAJ/22/89 que o acervo bibliográfico existente no Escritório foi considerado como uma Biblioteca Setorial da BC da UEL, face aos interesses recíprocos.

A missão da BSEAAJ sempre foi promover o acesso à informação, a recuperação e a disseminação de informações, dando subsídios e suporte para as atividades de práticas acadêmicas de forma atualizada, ágil e qualificada, com o intuito de contribuir para a formação profissional, fazendo uso das tecnologias na execução de suas tarefas, com foco na qualidade nos serviços oferecidos.

A BSEAAJ é uma biblioteca especializada em Direito, atende especificamente aos alunos de 4º e 5º anos do curso de Direito, professores e funcionários do escritório. É responsável pelo suporte informacional jurídico, fornece mecanismos

que facilitam o acesso às informações, contribuindo para a prática forense dos acadêmicos no estágio curricular obrigatório. Os professores-advogados⁶ supervisionam e orientam esses alunos que, por sua vez, prestam assistência judiciária gratuita às pessoas economicamente carentes do município de Londrina e seus distritos.

A Biblioteca está direcionada a suprir as necessidades informacionais dos alunos matriculados nas disciplinas de estágio curricular obrigatório e os serviços são destinados especificamente a esses alunos que são estagiários e aos professores-advogados. O acervo é aberto e acessível a alunos, docentes, funcionários e a toda a comunidade externa.

Diante do aparato tecnológico acessível pela internet, na área de tecnologia de informação e comunicação, e da falta de tempo dos alunos-advogados resolveu-se, então, incorporar algumas ferramentas tecnológicas de comunicação para suprir as necessidades dos usuários e compartilhar com mais rapidez as informações atualizadas.

Segundo Fullin (2006, p.5):

As bibliotecas jurídicas objetivam disseminar a informação jurídica, especialmente na esfera de suas instituições mantenedoras, que podem ser órgãos governamentais, universidades ou escritórios de advocacia e têm o intuito de subsidiar as decisões processuais em fluxo, como também auxiliar a todos os juristas no cumprimento da justiça.

No intuito de fazer parte das redes utilizando as mídias sociais, disponibilizar serviços e compartilhar informações de forma mais atraente a essa nova geração de usuários, o Diretor do EAAJ, naquele momento Prof. Ms. Marcio Barbosa Zeneri, consentiu fazer uso das tecnologias de informação e comunicação disponíveis e diante da existência de uma *fanpage* criada por alunos do EAAJ, decidiu-se oficializá-la como página do EAAJ, no *Facebook*.

Após decisão tomada em conjunto entre o diretor e a bibliotecária, definiu-se que a biblioteca, por intermédio da bibliotecária, ficaria responsável pela gestão dos conteúdos postados na *fanpage* do EAAJ. Criou-se então uma política para a manutenção dos conteúdos do EAAJ. Assim, a bibliotecária e mais dois professores ficaram responsáveis por administrar a plataforma, que tem aproximadamente 650

⁶ Professores-advogados é uma nomenclatura utilizada para os professores que atuam como professores no EAAJ e também representam os clientes no Fórum.

“curtidores” da página, que recebem informações jurídicas de todas as áreas do Direito que são compartilhadas de outros sites e também do próprio EAAJ e da BSEAAJ.

Compartilhar informações jurídicas com uma comunidade específica é oportunizar que informações atualizadas e pertinentes cheguem até pessoas que possuem interesse em informações específicas.

3.3 O COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO

É humanamente impossível encontrar informações precisas em meio a esse mar de informação. É como diz a máxima “procurar uma agulha no palheiro”. A informação jurídica aparece numa infinidade de fontes e, segundo JusBrasil (2014) “[...] por razões técnicas, muitas vezes invisíveis a uma série de buscadores, a informação jurídica brasileira fica, contrariando os preceitos constitucionais da publicidade dos processos e atos públicos, escondida do seu titular: o cidadão brasileiro”.

A grande maioria dos profissionais da área tem dificuldade em mapear as informações para montar suas peças e teses. Muitos deles optam por bases de dados caríssimas, de conteúdo bastante limitado, ou despendem um tempo absurdo, que na maioria das vezes o profissional não tem, para efetuar as buscas de tribunal a tribunal, por jurisprudência relacionada à sua pauta. Nos dias atuais, o compartilhamento de informações jurídicas é uma ação importantíssima e fundamental na vida dos operadores do Direito.

Compartilhar informação é o ato de partilhar, o que para Davenport (1998) é “[...] um ato voluntário” que visa colocar as informações à disposição dos outros. Para o autor, “o vocábulo compartilhamento implica vontade” por parte do emissor (DAVENPORT, 1998, p.115).

A palavra “compartilhamento” possui diversos sinônimos, como por exemplo, disseminação, troca, divulgação, distribuição, transferência de informações, etc. Autores como Alcará et al. (2009) e Davenport (1998) adotam o termo compartilhamento da informação, o qual também é empregado nesta pesquisa.

Na concepção de Di Chiara, Alcará e Tomaél (2010, p.105) “[...] o compartilhamento da informação e do conhecimento é um processo que depende

das pessoas da organização, mais especificamente, da interação e das relações entre essas pessoas”.

Considerando a interação e a relação entre as pessoas, Capurro e Hjörland (2007, p.174) destacam que “[...] não é a informação compartilhada, mas a interpretação compartilhada, que mantém as pessoas unidas”

Talja (2002) ressalta que o compartilhamento de informação é uma prática habitual e as pessoas são fundamentais para tal ação. No estudo sobre compartilhamento de informação feito por Di Chiara et al. (2010) foram identificados nove tipos de compartilhamento em diferentes tipos de relacionamentos, conforme apresentados no quadro 2.

Quadro 2– Tipos de relacionamento e tipos de compartilhamento

Relacionamentos	Tipos de Compartilhamento
Relacionamentos para a aprendizagem	- Intencional - Unilateral
Relacionamentos para Aliança	- Com Lideranças; - Multi e Interdisciplinar; - Obrigatório.
Relacionamentos para Colaboração	- Não Intencional; - Mediado; - Contínuo; Entre Grupos.

Fonte: Di Chiara et al. (2010, p. 109).

Alcará et al. (2009, p.172) mencionam que “[...] compartilhar não implica ceder a posse do conhecimento, e sim usufruir dele juntamente com os pares”. Davenport (1998, p. 115) também faz essa afirmação:

Compartilhar não deve ser confundido com relatar, que é uma troca involuntária de informações de maneira rotineira ou estruturada. O vocabulário compartilhamento implica vontade. Aquele que compartilha pode passar a informação adiante, mas não é obrigado a isso.

Com esse mesmo raciocínio, Guimarães (2009, p.23) compreende que “[...] a informação e o conhecimento adquirido e armazenado por um indivíduo é transmitida de maneira clara para outro indivíduo ou grupo de indivíduos, por meio de um processo de compartilhamento de experiências”.

Os relatos de Alcará et al. (2009) tratam da existência de fatores que podem interferir no compartilhamento da informação tais como, motivação, barreira, obrigatoriedade e meios. O quadro 3 retrata esses fatores.

Quadro 3 – Interferência no compartilhamento de Informação

Fatores	Interferências no Compartilhamento de Informação
Motivação	Recebe a interferência de alguns elementos: confiança, amizade, afinidade, harmonia e doação
Barreira	Recebe a influência de elementos que retardam ou impedem o compartilhamento: de ordem estrutural, logística, cultural e psicológica
Obrigatoriedade	Quando há a necessidade de cooperação para concluir uma ação, ou seja, precisa-se de auxílio para a continuidade de uma atividade.
Meios	Podem ser diretos ou indiretos, os meios diretos ocorrem pela interação entre as pessoas e os indiretos pela literatura.

Fonte: Elaborado pela autora.

O compartilhamento de informação é um processo social complexo, depende muito da motivação, que envolve a boa vontade e conforme Kalman, Monge e Fulk (2002) a informação é um recurso que não conseguimos com facilidade extrair das pessoas, é algo que não se pode forçar. Pesquisas desenvolvidas por Cross, Borgatti e Parker (2002) divulgam que os indivíduos compartilham informações com maior facilidade com pessoas que eles já conhecem e interagem.

Com a propagação da internet, o ato de compartilhar informações tornou-se um ato frequente e com maior rapidez nas redes sociais, justamente por não precisar, necessariamente, estar online o tempo todo, ou seja, os indivíduos postam informações e, num dado momento em que se acessa a página, recebe todos os conteúdos postados, conseqüentemente, o uso da internet e das redes sociais para o compartilhamento de informações se alastrou por todo o mundo.

“O interesse partilhado pelos atores da rede social é o capital social, definido como normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais” (Marteleto; Oliveira e Silva, 2004, p.44).

No atual cenário em que vivemos, a relevância da tecnologia em todo esse processo de compartilhamento da informação é inegável e reconhecida por Davenport e Prusak (1998), quando dissertam sobre a transferência de conhecimento e garantem que sem o uso das tecnologias, esse processo não poderia ocorrer com tanta intensidade, como acontece com o uso das ferramentas propiciadas pela tecnologia de informação e comunicação. Aqueles que compartilham não precisam estar presentes num lugar e podem ser relativamente desconhecidos entre si, ou ser conhecidos apenas pelo compartilhamento de informações.

Neste sentido, Talja (2002) realizou alguns estudos com o objetivo de descrever os tipos e níveis de compartilhamento da informação. Diante dos resultados empíricos obtidos no estudo, a autora instituiu uma classificação dos tipos de compartilhamento. O quadro 4 representa essa classificação.

Quadro 4 – Tipologia de compartilhamento

Tipos de Compartilhamento	Significado
Compartilhamento Estratégico	compartilhamento da informação como uma estratégia consciente para maximizar a eficácia em um grupo de pesquisa.
Compartilhamento Paradigmático	compartilhamento da informação como meio de se descobrir novidades e distinguir abordagens de pesquisa ou áreas dentro de uma disciplina ou disciplinas relacionadas.
Compartilhamento Diretivo	compartilhamento da informação entre professores e estudantes.
Compartilhamento Social	compartilhamento da informação para estabelecer relações com a comunidade acadêmica.

Fonte: Elaborado pela autora.

Analisando o quadro 4, podemos constatar que o compartilhamento de informação nas redes sociais digitais perpassa por esses quatro tipos e, em cada momento, ocupa um papel diferente na rede.

Outros estudos, inclusive os realizados por Wu (2008), identificaram que o compartilhamento de informações exerce a figura do mediador nas relações entre a rede de confiança criada e as ligações que um indivíduo mantém com os seus pares, através do respeito e admiração, “[...] é sabido que a confiança apresenta um destacado fundamento ético, enquanto valor fundamental das relações privadas”. (AGUIRRE, 2011, p.58). O compartilhamento de informações deve resultar em benefícios e melhorias, decorrentes da confiança entre as partes, considerando que o ato de compartilhar depende principalmente dos indivíduos que fazem parte das redes.

Considerando os diversos autores, percebe-se que compartilhar informações é o ato natural de tornar um conteúdo informacional acessível a outros, permitindo que o conhecimento individual se converta em informações que possam ser compreendidas, apropriadas e utilizadas coletivamente (IPE, 2003).

Com a finalidade de compartilhar e dar a publicidade que os atos oficiais demandam, é necessário que sejam compilados de forma a torná-los acessíveis para o compartilhamento dessas informações jurídicas.

Sugahara e Vergueiro (2012, p.4) relatam que “[...] a vasta trama de relacionamentos entre pessoas com atividades comuns propicia uma aproximação entre os integrantes periféricos e centrais da rede e que a inversão desses papéis leva ao compartilhamento de informações.”

Por isso, para que se efetive o compartilhamento de informação nas redes sociais através das mídias sociais, é necessário que as redes sejam organizadas e colaborativas, favorecendo um fluxo das informações compartilhadas.

4 MÍDIAS SOCIAIS

A evolução humana e as constantes mudanças que a sociedade vem sofrendo, passando da pedra talhada ao papel, da pena com tinta ao tipógrafo, do código Morse à localização por *Global Positionins Systemas* (GPS), da carta ao *e-mail*, do telegrama à vídeo conferência e se não bastasse do telefone ao *whatsApp*, ou seja, a velocidade hoje com que as informações circulam e os meios pelas quais essa informação circula, evolui rapidamente (PINHEIRO, 2014).

Autores como Tofler (1995) dividem a evolução da humanidade em três ondas apresentadas no quadro 5:

Quadro 5 - Evolução da humanidade

Ondas	Origem
1ª Onda	Tem suas origens na expansão dos veículos de comunicação chamados de meios de comunicação de massa.
2ª Onda	Inicia-se na Revolução Industrial, passando a ser uma combinação de propriedade, trabalho e capital.
3ª Onda	Nasce com a invenção dos grandes veículos de comunicação quando o tráfego de informações era enorme

Fonte: Elaborado pela autora.

No início dos anos de 1990, mídia era um termo específico utilizado para os meios de comunicação de massa, designado para os jornais, rádios, televisão e revistas como meios de transmissão de notícias e informação. Com o passar do tempo o termo passou a denominar todos os meios de publicidade, desde os *outdoors* até as mensagens publicitárias veiculadas por jornal, rádio, TV. Em todos esses sentidos, a palavra "mídia" se referia aos meios de comunicação de massa (SANTAELLA, 2004).

Em 1995, com o surgimento da internet e a constante troca de informações entre os indivíduos, a palavra "mídia" propagou-se referenciando os processos de comunicação mediados por computador. Com essa generalização, todos os meios de comunicação, inclusive os de massa, passaram a ser chamados de mídia. No mesmo período nos Estados Unidos (SANTAELLA, 2004) o termo mídia recebeu a denominação de "novas mídias". Nos dias atuais, as mídias se tornaram a grande tela de visibilidade das interações contemporâneas.

A mesma autora reforça que o termo surgiu para

[...] marcar a passagem dos meios de massa aos meios digitais e as diferenças que essa passagem implic[ou]. [...] muito mais comum tem sido o emprego da expressão *new media* em oposição a *mass*

media. Portanto, em inglês, a expressão *new media* surgiu para dar conta de uma expansão dos meios de comunicação para além dos meios estritamente de massa. (SANTAELLA, 2003, p. 78).

Com a internet, a massificação dos meios de comunicação propiciaram um número maior de pessoas conectadas entre si e se comunicando, formando redes sociais cheias de “ramas e teias”, como menciona Araújo (2011). Nesses ambientes, na concepção de Brown, Broderick e Lee (2007), a comunicação flui de uma forma natural, com muita flexibilidade, principalmente pelo fato da amplitude de assuntos em função dos interesses e das relações. As redes são tomadas como estruturas importantes para a formação de padrões de relação formal e informal. Segundo Powell; Smith-Doerr (apud SMELSER; SWEDENBERG, 1994, p. 378)

[...] uma rede é composta por um conjunto de relações ou laços entre atores (indivíduos ou organização). Um laço entre atores tem conteúdo (o tipo de relação) e forma (força e intensidade) da relação. O conteúdo da relação pode incluir informação e fluxo de recursos, conselho ou amizade [...] de fato, qualquer tipo de relação social pode ser definida como um laço e mesmo sobrepostas.

Os recursos disponibilizados pela internet modificaram muito a estrutura da comunicação e das relações sociais. O que temos com as ferramentas de comunicação neste ambiente virtual, por se tratar de um local dinâmico, é um sistema de *selfcasting*, onde cada um produz e consome conteúdo. A estrutura é de um para muitos e de muitos para muitos, propiciada pelas mídias sociais que por se tratarem de ferramentas na internet, possuem regras que uniformizam a criação colaborativa dos conteúdos, a interação social e o compartilhamento de informações em vários formatos.

No atual contexto social, diversos autores sinalizam a existência de uma aproximação do conceito de mídias sociais com as noções de Web 2.0. Nas compreensões de Godwin (2008), Rodas (2009), Telles (2010), Archer e Cianconi (2010), Medeiros e Olinto (2012), Balaji e Kumar (2011), as mídias sociais que são formadas por conjuntos de ferramentas da Web 2 e os sites de redes sociais que objetivam o compartilhamento de conteúdo, constituiriam as mídias sociais.

Cada vez mais as redes sociais midiáticas fazem parte do dia a dia de muitos indivíduos. Com o surgimento das tecnologias de informação e comunicação e das mídias sociais, hoje as redes sociais geradas no ambiente virtual não são diferentes das demais redes, o que mudou foram os espaços tradicionais de interação:

As imagens das redes sociais conciliam, contra todas as expectativas, o individualismo e as trocas. Um se alimenta do outro. Há um ciclo: exponho minha individualidade, acompanho a do outro e ele a minha e, assim, somos incentivados a produzir e expor, cada vez mais, as nossas imagens. (ANCHIETA, 2011, p.41).

Nos dias atuais, com a internet, as mídias sociais estão presentes no cotidiano de diversas pessoas. Sob o ponto de vista de Telles (2010, p. 19), “[...] são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e compartilhamento de informações em diversos formatos”. É evidente que muitas mudanças estão sendo produzidas pelas redes sociais em todas as camadas sociais e na vida cotidiana. É fato que as redes sociais virtuais possibilitam o contato entre os usuários por meio dos perfis na rede, oportunizam o acúmulo de “amigos” que passam a interagir entre si compartilhando informações, de forma a facilitar a troca de mensagens e também visualizar os perfis de outros participantes.

Essas comunidades virtuais agregam membros que na sua maioria possuem interesses em comum e relacionam-se entre si. As interações delineiam as redes sociais no ambiente virtual, considerado um espaço diferenciado, e nas mídias sociais, resultantes do compartilhamento da informação e do conhecimento. Na rede, os conceitos funcionariam como “atratores” de materiais de outros campos científicos para a estrutura científica da informação, onde seriam reestruturados (WERSIG, 1993).

Por ser o *Facebook* uma mídia que tem caráter universal, contribui para a criação do capital social. É um local de encontro e interação social virtual e, desta forma, colabora para criação de capital social por intermédio do contato virtual (enfoque social). Logo, a mídia *Facebook* é uma instituição que pode promover a criação de capital, considerando que o capital social surge dos contatos informais, das interações sociais, sejam face a face ou virtual, das redes de amizades ou por intermédio de instituições e das políticas públicas que também produzem capital social.

Telles (2010, p.78) sustenta que “[...] muitas pessoas confundem os termos mídias sociais e redes sociais. Considero as redes sociais como parte das mídias sociais”. Em 2009, Kebede já relatava que os sites de redes sociais eram as ferramentas online mais acessadas pelos usuários da internet em todo o mundo. O

que é totalmente normal, se pensarmos que as redes sociais atuais são geradas nas mídias, como é o caso da JusBrasil que através do seu site, do *Facebook* e do twitter, “[...] auxilia no cumprimento da determinação constitucional de publicidade dos atos oficiais e jurídicos a partir do momento em que permite, com uma simples busca, que qualquer página de sua base de mais de 50 milhões de documentos seja facilmente encontrada, por qualquer cidadão brasileiro” (JUSBRASIL, 2014, p.1), compartilhando as informações jurídicas do país.

As mídias sociais são espaços de interação entre as pessoas e nestes canais as pessoas podem dialogar e compartilhar informação, pois as mídias propiciam ambientes para as pessoas dialogarem, possibilitam ambientes de interação, facilitando o acesso às informações de forma rápida. Elas proporcionaram uma abertura de forma que os indivíduos possam se expressar e também ampliaram o universo das relações pessoais, permitindo o encontro de pessoas, a criação de novos laços e, até mesmo, o reforço de laços já existentes. É comum ter pessoas seguindo as publicações e os comentários alheios (LEE DONG-HUN, 2010).

O *Facebook* é uma das mídias sociais mais conhecidas, originalmente denominado *The Facebook*, foi criado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, alunos da Harvard/EUA. Eles criaram uma página de relacionamento com o objetivo de que os universitários compartilhassem suas interações sociais on-line. (FACEBOOK, 2014).

Em 2004, a rede era acessível somente para os universitários e , posteriormente, no ano de 2005, foi disponibilizada para alunos do ensino médio e, somente em 2006, o mundo todo pôde ter acesso à rede social como menciona Recuero (2009).

A missão do *Facebook* é “[...] oferecer às pessoas o poder da partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado”. (FACEBOOK, 2014, p.1). Esta mídia social está a cada dia mais presente na vida das pessoas, inclusive nos dispositivos móveis, por isso a página do EAAJ, no *Facebook*, foi selecionada para ser pesquisada.

O *Facebook* desempenha diversos papéis como papel de agenda, proporciona diversas ações como compras, encontros, empregos, é um ambiente de debates e também de exibicionismo. É uma realidade construída através dos meios de comunicação veiculados na internet e com os dispositivos móveis tem aumentado, significativamente, seu impacto e abrangência. O homem, mediado pelo

computador, consegue estar em todo lugar. O *Facebook* permitiu que esse compartilhamento, não só de informações como também da vida privada, se desse de forma mais rápida, interativa e participativa, uma vez que o conteúdo da rede é exclusivamente aquilo que os usuários postam.

Esse partilhar de informação somou, em 2010, 38% de todo conteúdo de compartilhamento da internet (KEEN, 2012). Cada vez mais pessoas expõem a si esperando, em troca que o outro também compartilhe de si mesmo. Em 2014, conforme o quadro 6, podemos verificar que a tendência é o aumento desses números. Segundo dados do *Facebook*, cerca de 83,1% dos usuários ativos diários estão fora dos EUA e Canadá.

Quadro 6 – Usuários diários do *Facebook*

Usuários Diários do <i>Facebook</i>	Junho de 2015
Usuários ativos/dia	968 milhões
Usuários ativos móveis/dia	844 milhões
Usuários ativos mensais/dia	1.490 milhões
Usuários ativos mensais móveis/dia	1.390 milhões

Fonte: *Facebook*, 2015.

Muitas informações circulam na rede sobre a possibilidade do *Facebook* deixar de existir, em 2017, assim como o Orkut. Como o mundo virtual é um ambiente dinâmico, o *Facebook* está investindo, atualizando e migrando para outros aplicativos que atendam às demandas, principalmente dos que utilizam os aparelhos móveis (mobiles), como noticiou o site The Verge⁷. No Brasil, segundo pesquisas, a maioria dos usuários brasileiros (72%) prefere se conectar ao site via *smartphone* e *tablets*, 1 bilhão (81%) acessa a rede a partir de aparelhos móveis. No entanto, de acordo com o *Facebook*, a ferramenta “Messenger” é utilizada “por mais de 200 milhões de pessoas”, ou seja, um quinto dos usuários móveis do site⁸.

A sociedade contemporânea convive com as diversas tecnologias de informação e comunicação que facilitam não apenas o contato a distância e a transmissão de informação e conhecimento, mas também distraem milhares de pessoas conectadas simultaneamente. Atualmente, é notório que as plataformas de redes sociais são utilizadas para realizar as mais diversas atividades possíveis.

⁷ <http://www.theverge.com/2014/4/9/5598440/Facebook-will-turn-off-messaging-in-its-mobile-app-forcing-you-to-download-messenger>, acesso em 18 ago. 2015.

⁸ Dados extraídos do site: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/07/Facebook-comeca-avisar-brasileiros-de-que-chat-pelo-app-vai-acabar.html>, acesso em 18 ago. 2015.

5 CAPITAL SOCIAL

O conceito de capital social vem sendo discutido, há tempos, por meio de duas correntes teóricas. A primeira corrente acredita que o capital social é característico de uma comunidade ou sociedade. Essa corrente é representada pelos autores Robert Putnam, James Coleman e Peres. Eles acreditam que o capital social está embasado na confiança e é formado através da esfera coletiva.

Os discípulos dessa corrente, na constatação de Neves e Helal (2007), defendem que o capital social é composto de confiança recíproca, cooperação e participação e deve transpassar o individualismo com o intuito de buscar um bem coletivo. Sifsiänen (2000) salienta que Putnam propôs um conceito de capital social composto de três elementos essenciais: a) normas e obrigações morais; b) valores sociais, especialmente a confiança; c) redes sociais, destacadamente as associações voluntárias.

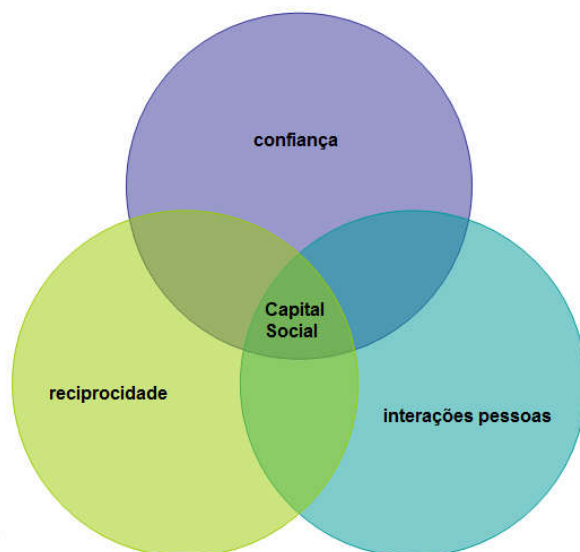
A segunda corrente teórica enfatiza que o capital social é algo que pode ser adquirido pelo indivíduo que o utiliza em benefício próprio. Pierre Bourdieu, Alejandro Portes e Granovetter são representantes dessa corrente que procuram mostrar a importância das redes de relacionamento. Para que o indivíduo adquira capital social é preciso que ele se relacione com outros indivíduos (PORTES, 2000).

A teoria do capital social tem como base as relações sociais estabelecidas no interior e entre grupos na sociedade, sendo esse atributo o aspecto central da teoria. O capital social, segundo Araújo (2003, p.10), pode ser interpretado como a “[...] capacidade de uma sociedade em estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação com vistas à produção de bens coletivos” e representa normas e redes que possibilitam a ação coletiva (WORD BANK, 2010). As normas regem a forma como os indivíduos devem se comportar e o que devem esperar dos outros. As normas servem para diminuir as incertezas e colaboram na definição de como devem ser as coisas num grupo específico.

É importante salientar que ao abordar capital social, estamos tratando das normas que motivam a confiança, reciprocidade e as interações sociais, conforme exemplificado na figura 2. É um conceito-chave na ciência política, sociologia, economia e comportamento organizacional. O capital social tem sido teorizado por uma longa lista de estudiosos, como Seeley (1950), Hanifan (1916), Coleman (1988), Bourdieu (1980), Putnam (1981-1999), Fukuyama (1995), Lin (1995), Levi

(2001), Granovetter (1973), dentre outros, que exploraremos no decorrer do texto. Capital Social é então o que promove confiança e reciprocidade na economia, através da interação.

Figura 2 – Normas de Motivação do Capital Social



Fonte: Elaborada pela autora.

Estudar o capital social é importante para a compreensão de fatores que fazem parte do funcionamento de comunidades. Putnam (1993, p. 35) afirma: "Trabalhar em conjunto é mais fácil numa comunidade abençoada com um estoque substancial de capital social". Couch e Jones (1997) apontam três níveis fundamentais de confiança, demonstrados no quadro 7.

Quadro 7 – Níveis de confiança

Níveis	Tipo de Nível	O que representa
1º	Confiança generalizada	Voltada para a natureza humana, a humanidade como um todo.
2º	Confiança relacional	Voltada para pessoas específicas, conhecidos.
3º	Confiança na rede	Nível intermediário, voltada para as redes ou familiares

Fonte: Elaborado pela autora.

Normalmente as comunidades são constituídas por redes de organizações civis e pela confiança compartilhada entre as pessoas, fruto de sua própria interação social, com referência ao valor implícito das conexões internas e externas de uma rede social que, por sua vez, atinge os três níveis de confiança citados. Existem inúmeras definições sobre o tema, mas a ideia central é sempre o valor econômico

das redes que tendem a ampliar a produtividade das pessoas e das organizações, através dos contatos sociais e da forma como estes se relacionam que também são fatores de desenvolvimento econômico.

Marteleteo e Silva (2004, p.45) explicam que o capital social é algo que

“[...] gera externalidades, mas sua análise deve transcender esse ponto, isto é, o capital social entendido como um conjunto de redes e normas, permitindo a redução dos riscos decorrentes das relações entre desconhecidos e, conseqüentemente, dos custos de transação”.

Outra autora que tem uma visão muito semelhante é Recuero (2005, p. 8), “O capital social é, portanto, um conjunto de recursos, que pode ser encontrado a partir das conexões entre os indivíduos de um determinado grupo, pois é conteúdo dessas relações”, e essas redes sociais são usadas para medir o capital social, as opiniões, grau de satisfação, entre outros (SANCHEZ-CUADRADO; MOREIRO GONZALEZ; LARA, 2011).

É claro que capital social não é formado somente pelas redes sociais, é necessário que os indivíduos estejam dispostos a gerar, manter e desenvolver relacionamentos agradáveis; não é a conhecida política de boa vizinhança, mas a abertura para a convivência pacífica e de reciprocidade baseada em um conceito de pertencimento, observado por Conrad (2007, p.4), “[...] o capital social é como uma bateria que todo mundo carrega e ninguém mantém uma descrição formal do quanto acrescentou ou do quanto utilizou”.

A literatura atual sobre capital social permite-nos identificar, dois grandes conjuntos conceituais. O primeiro conceito de capital social é tido como uma relação empática entre as pessoas ou grupos (ROBISON et al., 2000), e o segundo centrado numa definição culturalista que identifica o capital social como

[...] a empatia de uma pessoa ou grupo para com outra pessoa ou grupo que pode produzir um benefício potencial, vantagem e tratamento preferencial para outra pessoa ou grupo de pessoas além do que é esperado numa relação de intercâmbio (ROBISON et al., 2000, p.14).

Revisitando a história, fundamentada anteriormente por Hanifan (1916), Durkheim (1933), Seeley (1950), Granovetter (1973), Bourdieu (1980), Coleman (1988), Putnam (1981-1999), Lin (1995), Fukuyama (1996), Levi (2001), podemos observar que o conceito de capital social foi exposto pela primeira vez pelo educador

Hanifan (1916), que o empregou para fazer a descrição dos centros comunitários e de escolas rurais. O hábito de se relacionar por razões sociais, lazer ou razões econômicas torna o capital social direcionado ao bem estar de uma comunidade.

Nos anos 1950, segundo Soto (2003), John Seeley, sociólogo canadense, utilizava o conceito para demonstrar que as associações propiciavam um acesso a outros bens e direitos gerados nessas comunidades. Na década de 1960, o termo foi aplicado por Jacobs (1961) para ressaltar a importância das redes informais sociais nas grandes cidades que demonstravam uma forma de capital social. Contudo, ela não definia o capital social como algo atrelado fortemente às redes sociais.

A expressão “capital social” foi utilizada na década de 1970, por Grenn Loury (1977), economista, e pelo sociólogo Light (1972), enquanto analisavam problemas do desenvolvimento econômico em áreas centrais das grandes cidades americanas. Em 1980, o conceito de capital social foi definido por Bourdieu, através dos seus trabalhos, como o agregador de recursos, reais ou potenciais, que possibilitavam o pertencimento duradouro a determinados grupos e instituições. No final da década de 1980, início da década de 1990, com o sociólogo Coleman (1988), foi que o conceito entrou na agenda acadêmica por meio de dois artigos que se tornaram clássicos.

Foi com Salisbury e Bourdieu que o termo ganhou mais atenção e complexidade, mas na década de 1990 ganhou popularidade quando virou objeto de investigação do Banco Mundial e tema de vários livros importantes.

Neste sentido, Bourdieu enfatiza que

[...] capital social é o agregado dos recursos reais e potenciais que estão conectados à posse de uma rede durável de relacionamentos de mútuo conhecimento e reconhecimento, mais ou menos institucionalizada, ou, em outras palavras, ao pertencimento a um grupo, o qual provê a cada um de seus membros, com base no capital apropriado coletivamente, uma ‘credencial’ que titula ao crédito, nos vários sentidos da palavra (BOURDIEU, 1983, p.248-249).

O capital social é um importante elemento para a compreensão do funcionamento das relações humanas e os arranjos sociais que são estabelecidos em favor da disputa pelo equilíbrio entre igualdade e liberdade (SANTOS, 2003, p.20) e tenta enfrentar o problema da ação coletiva nas relações sociais.

Segundo Prates, Carvalhaes e Silva (2007), a produção do capital social é sempre de natureza coletiva, e para Bourdieu (1983), o capital social é gerado pelas redes de relações sociais, mas são os indivíduos que delas participam que usufruem satisfação para interesses próprios. Nascimento (2012, p.15) diz que “[...] o capital social tem sido genericamente compreendido ou como algo pertencente a uma comunidade ou sociedade ou como algo que pode ser internalizado pelos indivíduos”. De acordo com a teoria sobre capital social, na medida em que os indivíduos interagem, o capital social tende a aumentar. Segundo Coleman (1988), a teoria do capital social permite analisar fenômenos presentes no comportamento social.

O capital social não pode ser gerado por indivíduos agindo individualmente. Capital social é a capacidade que os grupos e organizações que formam a sociedade civil têm de trabalhar em conjunto com a finalidade de atingir os objetivos comuns, proporcionando uma maior eficiência na produção coletiva da riqueza (PUTNAN, 1993). O próprio Putnan reforça que

[...] capital social refere-se a aspectos da organização social, tais como redes, normas e laços de confiança que facilitam a coordenação e cooperação para benefícios mútuos. Capital social aumenta os benefícios de investimento em capital físico e capital humano (PUTNAN, 1993, p.1).

O mesmo acontece com Portes (2000, p.138) ao reafirmar que “[...] o capital social reside na estrutura das suas relações. Para possuir capital social, um indivíduo precisa se relacionar com outros, e são estes, não o próprio, a verdadeira fonte dos seus benefícios”.

É claro que a cultura cívica, aliada à confiança interpessoal resulta no capital social e a sociedade que pratica e valoriza essa confiança está propícia a produzir o bem comum, ao considerar que a confiança é o componente básico do capital social.

Novas modalidades de associativismo, a participação em novas redes, as redes sociais constituem um recurso potencial de poder, na medida em que possibilitam acesso diferenciado aos recursos existentes nas redes para a realização de seus interesses individuais, a capacidade dos membros em interagir com confiança.

Podemos observar no quadro 8, uma compilação dos diversos conceitos de capital social com o intuito de ampliar o tema a partir das diversas abordagens dos diversos autores.

Quadro 8 – Conceitos de capital social

Autor	Conceito
Robert Putnam	Destaca aspectos das organizações sociais que facilitam a coordenação das ações coletivas e a cooperação entre elas: redes, normas de confiança, bem comum, coesão social e participação. Perspectiva microssociológica (relações intergrupais)
James Coleman	Função ou efeito do capital social e ênfase em redes densas e fechadas. O capital social é definido por sua função, sendo composto de uma variedade de aspectos ligados à estrutura social e que facilitem certas ações dos indivíduos que fazem parte dessa estrutura (relações intra grupais)
Pierre Bourdieu	O conjunto de recursos atuais e potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e inter-reconhecimento, agregação de recursos mobilizados por meio das redes sociais.
Alexis de Tocqueville	A capacidade associativa e aperfeiçoamento das instituições geram ampliação da vida democrática
Ronald Burt	Acredita que as redes abertas e caracterizadas pelas pontes que estabelecem entre vários e o posicionamento estratégico de certos atores nas redes (amigos, colegas, conhecidos) permite colocar pessoas em contato, sendo possível mediar a atuação dos participantes na rede.
John Durston	Confiança, cooperação e reciprocidade
Francis Fukuyama	A habilidade das pessoas trabalharem juntas com base em propósitos comuns em grupos e organizações. A existência de um conjunto de valores informais e normais compartilhadas que facilitam a cooperação.
Alejandro Portes	Destaca a habilidade dos atores de assegurar benefícios por meio de seu pertencimento a redes sociais ou outras estruturas cívicas. Ênfase nos efeitos negativos do capital social.
Margaret Levi	Busca mecanismos por meio dos quais o pertencimento a grupos possa conduzir a um maior nível de compromisso cívico, às políticas democráticas e à maior qualidade de ações do governo. Destaque para fontes e efeitos negativos do capital social.
Elinor Ostrom	Interações não são intrinsicamente benéficas, pois o capital social possui um lado obscuro.
Nan Lin	Distinções entre vínculos fortes e fracos. O capital social é propriedade do ator que o detém.
Mark Granovetter	Apesar de não abordar diretamente o conceito de capital social, o autor destaca a questão dos laços fortes e fracos nas redes sociais; atores que viabilizam ponte entre grupos e redes diferenciadas.
Michael Woolcock	Estudo das instituições, informações, normas de reciprocidade, relações, atitudes e valores que regem a interação entre as pessoas nas redes sociais, facilitando o desenvolvimento econômico e a democracia.

Fonte: Matos (2009, p.42).

É notório que os diversos conceitos de capital social nas mais diferentes áreas do conhecimento e nos diferentes períodos trazem, nas entrelinhas, a questão da confiança, do pertencimento e do valor. Tönnies (1931) em seus escritos sobre o processo permanente de inter-ações humanas, através do termo vontade entendia toda vida social de conjunto, íntima, interior e exclusiva, contribuindo para as definições do tema.

O capital social faz referência a algumas condutas sociais intangíveis, tais como: boa vontade, amizade, solidariedade, interação social entre os indivíduos. Se uma pessoa entrar em contato com o seu vizinho, e estes com outros vizinhos, haverá uma acumulação de capital social, originado do resultado de ações comunicativas, sendo um componente da ação coletiva que é ativado nas redes sociais.

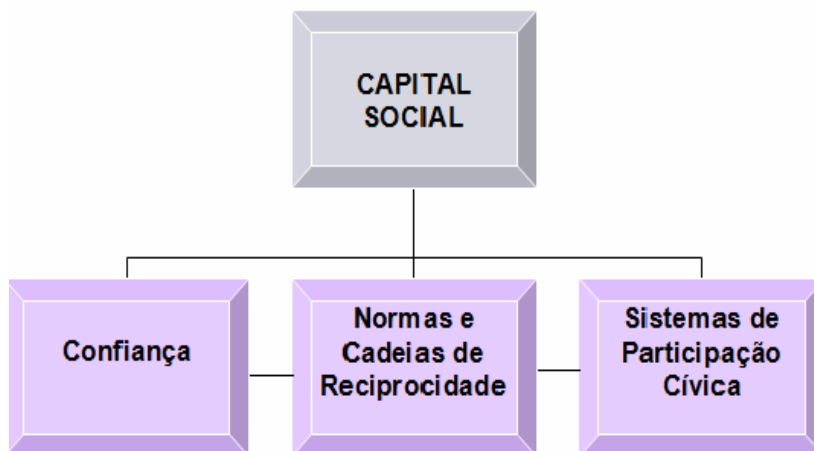
Podemos então destacar as teorias de Bourdieu (1980, p.2) que define capital social como “[...] um conjunto de recursos atuais e potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e inter-reconhecimento”.

Seu conceito é decorrente da ampliação da noção sobre os tipos de capital, conforme retrata Costa (2007, p.20):

Inicialmente o termo capital foi conceituado no campo das ciências sociais como o produto da mais-valia, ou seja, o trabalho não pago que era produzido pelo trabalhador e apropriado pelos donos dos meios de produção, sendo assim definido por Karl Marx no século XIX. Com o passar dos anos, o capital passa a fazer parte de diversas áreas, sejam elas econômico-financeiras, naturais, físicas, humanas e atualmente o social.

A confiança, as normas e cadeias de reciprocidade e os sistemas de participação cívica são para D’Araújo (2010) os três fatores inter-relacionados que definem o que é capital social, conforme demonstra a figura 3.

Figura 3 – Fatores inter-relacionados do capital social.



Fonte: Elaborado pela autora, baseada em D’Araújo (2003).

A autora ainda reforça que o capital social “[...] é a capacidade de uma sociedade de estabelecer ligações de confiança interpessoal e redes de cooperação com vistas à produção de bens coletivos” (D’ARAÚJO, 2010, p.9). A rede se torna uma instituição, portanto, sendo uma “estrutura do campo no interior do qual estão imersos os atores sociais e políticos relevantes em cada situação concreta”. (MARQUES, 1999, p.46). O capital social gera ações construtivas para a sociedade, como afirma Baquero (2007, p. 35): “[...] o capital social pode gerar governos mais democráticos e eficientes, ou instituições governamentais eficientes e legítimas que viabilizem a confiança interpessoal.”

Um componente básico do capital social é a confiança e depende das normas e valores partilhados pelo grupo, pois como afirma Putnam (1996), se o nível de confiança em um grupo é alto, há grande possibilidade de haver cooperação. Neste sentido, a confiança é gerada pela própria cooperação, pois quanto mais usamos o capital social, mais ele cresce, ou seja, confiar, utilizar e fazer uso das vantagens de confiar, faz com que se produza mais confiança, pois é um bem público que não se apropria e nem produz resultados individuais.

O capital social pode também ser definido como um mecanismo de satisfação e completude para a vida social. Seu conceito vem crescentemente sendo empregado por pesquisadores e teóricos. Quanto à contribuição do capital social, Cox et al. (2000, p.7) assim se colocam:

O capital social é acumulado como um produto adicional dessas interações que contribuem para a comunidade ou grupo social que percebem que o acesso à informação, como uma biblioteca, aumenta sua operacionalidade dentro da grande sociedade. Por outro lado, esses espaços fornecem capital social que, possivelmente, contribuem para a unificação do tecido social, mesmo que eles não sejam registrados ou reconhecidos.

Observa-se que a criação do capital social resulta das relações sociais formais e informais entre indivíduos, estipuladas pelos próprios, ou proporcionadas por instituições sociais e políticas públicas efetivas.

Ou seja, o capital social é o acúmulo das experiências participativas e organizacionais que ocorrem num determinado grupo ou comunidade, reforçando suas ligações de solidariedade, cooperação e confiança entre as pessoas. São os níveis de participação e organização que um grupo ou comunidade possui.

É necessário que este grupo esteja organizado, pois caso isso não ocorra, se não tiver organização, participação social, solidariedade social, iniciativa, cooperação entre si e confiança, não há capital social, desenvolvimento nem crescimento, como podemos observar na maioria das contextualizações em que os autores são unânimes na questão da confiança.

Outros autores que contextualizam a questão da cooperação e confiança são Melo Neto e Froes (2002). Para eles, a participação social, organização, solidariedade social, iniciativa, cooperação e confiança são fatores considerados determinantes para a base da construção do capital social em determinado grupo social, representados na figura 4.

Figura 4 – Fatores determinantes para o capital social.



Fonte: Melo Neto e Froes (2002).

O antropólogo sócio-cultural García (2010, p.1) também apresenta o termo “Capital Social” referindo-se às

[...] redes de relacionamento baseadas na confiança, cooperação e inovação que são desenvolvidas pelos indivíduos dentro e fora da organização, facilitando o acesso à informação e ao conhecimento. Tais redes podem adotar um caráter formal (determinadas pelos laços hierárquicos, próprios do organograma formal), mas, sobretudo, são de natureza informal, envolvendo laços horizontais (entre pares) e diagonais (entre colaboradores de distintas áreas e stakeholders).

Suas pesquisas recentes demonstram que o capital social é o amálgama que interconecta as várias formas do capital humano, criando o ativo intangível mais valioso que ele denomina de redes humanas. Com a internet, muitas dessas redes

migraram para as diversas mídias sociais existentes e outras já foram instituídas nesse novo ambiente digital, acompanhando as tendências da contemporaneidade.

Acredita-se que o capital social surge na vida comunitária, apropriando-se da ideia de Putnan (1996) e Fukuyama (1999), quando enfatizam que o papel da confiança, nas relações sociais, é a base para o capital social. Podemos exemplificar com Zanini (2007) que destaca a confiança como um produto que está intimamente relacionado ao processo que ocorre dentro dos sistemas sociais, o que possibilita inferir que a confiança dentro de qualquer comunidade, é um grande fator de impacto e interfere diretamente no grupo:

A confiança é a expectativa que se coloca dentro de uma comunidade de comportamento regular, honesto e cooperativo, com base em normas comuns compartilhados, por parte de outros membros da comunidade. (FUKUYAMA 1996, p.26).

O fator confiança é o cerne das ligações entre os indivíduos para que se produza o capital social, e passa a ser um grande diferencial que também está relacionado à segurança, que tem como alicerce a confiança e risco Giddens (1991). Considerando a ideia de Braga; Almeida; Feitosa (2007), em que a confiança é um fator de causa ou condição para que se estabeleça ou perdure uma relação entre indivíduos, nota-se que desta maneira os indivíduos procuram estabelecer relações com aqueles em quem confiam, ou com aqueles com quem tenham algum interesse, desde que se tenha confiança neles.

Destarte Braga, Almeida e Feitosa (2007, p.7) corroboram a questão da confiança quando destacam que “[...] a confiança nas pessoas baseia-se na percepção das intenções de outros indivíduos ou grupos. É uma dimensão mais afetiva da confiança e se mantém no relacionamento próximo entre as pessoas”, o que torna o capital social algo produtivo, e possibilita o seu compartilhamento com outras pessoas da rede. Segundo Coleman (1990, p.321), “[...] quanto mais as pessoas solicitam ajuda mútua, maior a quantidade de capital social gerada [...]”.

Ultimamente o capital social está em evidência, embrenhado nas redes sociais, e com a inserção das tecnologias de informação e comunicação, as redes passaram a fazer parte do universo da internet. As mídias sociais oportunizaram às redes sociais esse avanço de forma a colaborar com o compartilhamento de informações, estabelecendo a criação de ligações nessas redes gerada através da confiança e do compartilhar espontâneo.

O capital social é um “[...] importante elemento para a compreensão do funcionamento das relações humanas e os arranjos sociais que são estabelecidos em favor da disputa pelo equilíbrio entre igualdade e liberdade.” (SANTOS, 2003, p.20).

Podemos perceber que quanto mais uma pessoa confia na outra maior, será sua confiança mútua. Por outro lado quanto maior for a desconfiança, menor será o entrosamento dos indivíduos, o que irá impossibilitar o compartilhamento de informações e a geração do capital social.

As chamadas novas mídias foram transformadas em mídias sociais e os sites de relacionamento foram denominados redes sociais. Em 2005, nos EUA, o conceito de nova mídia passou a ser denominado de Mídia Social e os sites de relacionamento foram transformados no ano de 2010 nas conhecidas Redes Sociais. Os sites de redes sociais midiáticas proporcionam maior interação. Recuero (2009, p. 102) assim se coloca sobre o assunto:

Sites de redes sociais (mídias sociais) são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. Eles permitem: i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através dos comentários e iii) a exposição pública da rede social de cada ator.

A autora salienta que “as redes sociais também são frutíferas na construção e na manutenção dos valores sociais”. O capital social é um recurso que está vinculado a uma rede de relações e pode ser identificado, aplicado e alterado para obter outras formas de capitais. Então pode-se perceber como algo valorável pelos componentes da rede, de forma a inspirar a troca de informações entre os participantes da rede. Bourdieu (1983) reforça a ideia quando explica ser o capital social os recursos produzidos à partir das pessoas conectadas a uma rede de relações, captada pelos indivíduos pertencentes. Deste modo, o capital social pode ser percebido e valorado pelos indivíduos que fazem parte da rede e influenciar no compartilhamento de informação.

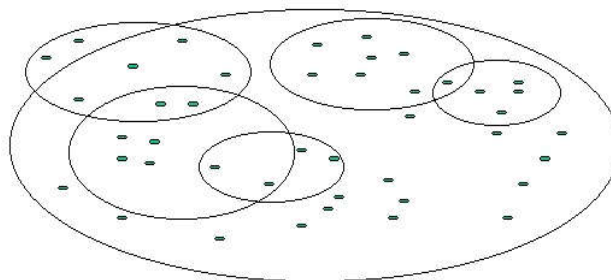
Na compreensão de Recuero (2008, p.21):

[...] a abordagem de rede fornece ferramentas únicas para o estudo dos aspectos sociais do ciberespaço: permite estudar, por exemplo, a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição; as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos.

Ainda segundo a autora, por intermédio das redes sociais na internet, o fluxo de informações na sociedade sofreu alterações de forma significativa, permitindo que todo ator seja um potencial emissor de informações, facilitando que a informação circule pela rede. Desta forma, Recuero (2009, p.1) assevera que uma das maneiras de entender qualitativamente a troca de informações nos sites de redes sociais é analisar “[...] os valores que são gerados nessas transações informacionais, valores sociais e individuais (capital social)”.

No caso de não consideramos uma rede como um tipo de organização formal, mas como capital social, então teremos muito mais discernimento a respeito da sua verdadeira função pela sua relação moral de confiança. Teremos, então, um grupo de agentes individuais que têm em comum normas ou valores formando redes múltiplas de confiança (FUKUYAMA, 2000). A figura 5 representa essas redes.

Figura 5 – Redes múltiplas de confiança



Fonte: Fukuyama (2000, p. 210)

As redes mencionadas por Fukuyama (2000, p.214) “[...] são definidas como grupos que têm em comum normas e valores informais”. Sua importância está ligada aos canais alternativos que permitem o fluxo de informações. As redes sociais midiáticas são ambientes propícios para o compartilhamento de informações e de conhecimento, formando ligações importantes, por isso, compartilhar depende principalmente das pessoas que estão engajadas nessas redes, dispostas a disponibilizar, partilhar as informações. No Brasil, as redes sociais geradas no ambiente virtual tornaram-se importantes instrumentos de comunicação.

As mídias sociais são descritas por Safko e Brake (2010) como sendo atividades, práticas e comportamentos entre comunidades e grupos de pessoas que se reúnem online, por meio de aplicativos da *web*, para compartilhar informações,

conhecimentos e também as opiniões por intermédio de conversação, imagens, vídeos, áudios, etc. São os meios de comunicação utilizados para que um indivíduo comunique-se com outro, permitindo a interação entre duas ou mais pessoas, por meio de uma rede.

As informações circulam dentro da rede, oportunizando as interações entre os indivíduos. São essas interações entre indivíduos e a realidade em que se encontram inseridos que conformam seu contexto informacional, ou seja, que definem estruturas e orientam suas ações. No espaço em rede, as relações são tecidas à medida que se compartilha informação e conhecimento oriundos de práticas e vivências do grupo. (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2012, p.2)






Podemos destacar que a troca de informações de maneira instantânea e a interatividade proporcionam aos sujeitos partilharem os diferentes espaços como sendo uma das características principais dos territórios midiáticos no ambiente virtual. “O suporte material da internet coloca o escrevente em contato com o outro. Sua utilização condiciona novas práticas para a escrita e a leitura das páginas hipertextuais” (KOMESU, 2010, p.144). A internet produziu ambientes de socialização e permitiu a colaboração online, onde o compartilhamento de informação, experiências e conhecimento acontecem frequentemente.

No processo da colaboração online, existem algumas divergências da colaboração face a face, como se refere Spyer (2007, p.33):

A diferença é que nos ambientes virtuais, presentes ‘informacionais’ e aconselhamento não são oferecidos a indivíduos, mas a um grupo. Uma pessoa que ajuda outra pode sentir que o grupo tem uma dívida com ela e acreditar que no futuro algum outro participante irá ajudá-la quando surgir à necessidade.

Dentre as várias plataformas de mídias sociais existentes, podemos citar algumas e destacar suas características, conforme demonstra o quadro 9.

Quadro 9 – Características das mídias sociais.

MÍDIAS	CARACTERÍSTICAS
 Twitter	É uma rede social de <i>microblog</i> que possibilita a criação de uma lista de seguidores, e facilita a interação em tempo real, permitindo postagens com no máximo 140 caracteres.
 Facebook	Site de relacionamento que desempenha alguns papéis: amigo, empresa, loja e proporciona diversas ações como compras, encontros, empregos. É um ambiente de debates, troca de informações e também onde as pessoas se expõem.
 LinkedIn	Rede social que tem uma característica diferenciada, pois trata de uma rede de negócios online utilizada para criar e manter relações profissionais.
 Blog	É uma página <i>web</i> atualizada frequentemente como se fosse uma página de notícias ou um jornal que segue uma linha de tempo com um fato após o outro.
 You Tube	Hospeda uma imensa quantidade de filmes, documentários, vídeos musicais e vídeos caseiros, além de transmissões ao vivo de eventos que estão disponíveis para qualquer pessoa que queira assistir, sendo possível adicionar comentários sobre os vídeos.

Fonte: Elaborado pela autora.

Autores como Bossarino, Toletto (2009), Orihuela (2007) e Brabham (2008) consideram que as mídias sociais podem ser classificadas de acordo com o seu formato como *blog*, *microblog* e *crowdsourcing*, e se diferenciam pelo seu conteúdo.

Pesquisas realizadas por Calil Jr, Corrêa, Spudeit (2013, p.11) constataram que houve um aumento em estudos e práticas com relação às questões das mídias sociais, “[...] sugerindo que uma parte cada vez maior de profissionais e pesquisadores da área esteja efetivamente voltando sua atenção a este fenômeno”. Isto fez com que as mídias sociais se popularizassem no final da década de 2010.

O tópico, a seguir, tratará dos procedimentos metodológicos aplicados para a realização do estudo.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o propósito de verificar a relação do capital social no compartilhamento de informações jurídicas nas mídias sociais utilizou-se, nesta pesquisa, uma abordagem qualiquantitativa. Sabemos que a investigação científica é o caminho percorrido na busca de uma possível resposta para um problema provindo de um fato ou de novos conhecimentos. Como assevera Köche (1997), a pesquisa corresponde a todo processo científico que busca respostas para esclarecer uma questão.

A pesquisa empreendida neste estudo, assim como os modelos adotados como referência para a estruturação do instrumento de coleta de dados, como o questionário, descreve os aspectos específicos da coleta de dados realizada junto aos estagiários do EAAJ, visando atingir os objetivos da pesquisa. Considerando a abordagem que foi desenvolvida, a pesquisa é de natureza descritiva, por ser um estudo que descreve os fatos sem manipulação dos resultados e por descrever as características, os comportamentos, analisar e identificar os indivíduos do grupo a ser estudado. Os autores Cervo, Bervian, Silva (2007, p. 61) apontam que a pesquisa descritiva “[...] observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los”.

O método quantitativo é usado nas Ciências Sociais e sofreu modificações, tendo sido aperfeiçoado ao longo do tempo com a finalidade de explicar o comportamento humano. A pesquisa quantitativa caracteriza-se na concepção de Richardson (1999, p.70), “[...] pelo emprego da quantificação tanto na modalidade de coleta de informações quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”. A pesquisa quantitativa é utilizada nas Ciências Sociais, sofreu modificações e foi aperfeiçoada ao longo do tempo com a finalidade de explicar o comportamento humano.

Originária da Antropologia, a pesquisa qualitativa se caracteriza pela preocupação em analisar e interpretar os aspectos mais profundos, como a descrição e a complexidade do comportamento humano. É um método que se diferencia do quantitativo pela forma de coleta e análise dos dados e, principalmente, pela pesquisa qualitativa, empregar instrumentos estatísticos. Para Minayo (2002, p. 21) a pesquisa qualitativa “[...] responde a questões particulares, preocupa-se com questões reais que não podem ser quantificadas”. A abordagem

qualitativa, neste estudo, ocorre por meio da pesquisa documental, na segunda etapa da coleta de dados. O quadro 10 apresenta os aspectos das pesquisas

Quadro 10 – Comparação dos aspectos da pesquisa qualitativa e quantitativa

Aspecto	Pesquisa Quantitativa	Pesquisa Qualitativa
Enfoque na interpretação do objeto	Menor	Maior
Importância do contexto do objeto pesquisado	Menor	Maior
Proximidade do pesquisador em relação aos fenômenos estudados	Menor	Maior
Alcance do estudo no tempo	Menor	Intervalo maior
Quantidade de fontes de dados	Uma	Várias
Ponto de vista do pesquisador	Externo à organização	Interno à organização
Quadro teórico e hipóteses	Definidas rigorosamente	Menos estruturadas

Fonte: Fonseca (2002, p. 21).

Nas considerações de Giddens (2012) é possível utilizar as duas abordagens de pesquisa, qualitativa e quantitativa, para se obter uma maior compreensão e explicação mais abrangente sobre o tema estudado. Na concepção de Chizzotti (1998), Santos Filho (2000) e Teixeira (2003), os dados recolhidos podem ser tratados quantitativamente e qualitativamente, ao mesmo tempo, isto é, de forma quali quantitativa.

A pesquisa com enfoque quali quantitativo justifica-se por ser considerada a mais adequada para compreender a interação entre as pessoas. Também é considerada um método de estudo completo por integrar a análise estatística e a investigação dos significados das relações humanas, proporcionando maior entendimento sobre o tema a ser investigado, e auxiliando a interpretação dos dados obtidos (SILVA e MENEZES, 2001).

6.1 PARTICIPANTES DA PESQUISA

Os participantes desta pesquisa foram os estagiários do 5º anos do curso de Direito da Universidade Estadual de Londrina, que atuam no Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos e cumprem o estágio curricular supervisionado obrigatório para as práticas advocatícias nas Disciplinas Jurídicas Profissionalizantes.

A população selecionada foi integrada de 57 estagiários do 5º ano, porém a amostra foi constituída de 53 estagiários que por estarem há dois anos no EAAJ,

passaram pelas instruções que são dadas no início de cada ano (nesse caso quando estavam no 4º ano), pois com a greve na UEL no início de 2015, os alunos do 4º ano não foram instruídos e, desta forma, não houve como incluí-los no grupo pesquisado.

É por meio desse estágio que os alunos são inseridos nas práticas jurídicas. Desde a abertura de um processo, as tramitações, até o julgamento, todo o processo é feito com a supervisão de um docente-advogado.

6.2 ESTRATÉGIA PARA A COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados foram utilizados um questionário e um formulário para a análise documental.

6.2.1 Primeira Etapa: O Questionário

O questionário foi composto por um conjunto de questões, com o intuito de gerar dados necessários com a finalidade de atingir os objetivos do projeto. O questionário, segundo Gil (1999, p.128), pode ser definido “[...] como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”. Para a elaboração do questionário foram respeitadas algumas recomendações no processo de pesquisa científica, como por exemplo: não deve ser muito longo e nem curto demais, deve conter entre 20 e 30 perguntas.

6.2.1.1 Aplicação do questionário

Foi aplicado um pré-teste em uma população escolhida para verificar falhas, inconsistências das questões, ambiguidade ou linguagem inacessível, fidedignidade, validade e operatividade, para certificar-se se o questionário era relevante, preciso e válido. O questionário foi pré-testado em uma turma de 25 estudantes do 4º ano do curso de Direito da UEL, no período de 13 a 17 de julho de 2015.

O questionário foi dividido em quatro partes. A primeira parte buscou identificar o capital social dos estagiários. A segunda parte abordou questões do

compartilhamento de informação jurídica. A terceira parte versou sobre a página do EAAJ no *Facebook*, e a quarta parte tratou do perfil dos estagiários. Foi estrategicamente abordada no final, justamente para que os estagiários respondessem às questões e somente no final se identificassem.

No momento da entrega do questionário, os estagiários receberam também o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido do Participante” (apêndice C). Foram entregues 100 questionários e os que não os devolveram no ato foi solicitado que fizessem a devolução, posteriormente. Retornaram 57 questionários respondidos.

6.2.1.2 Análise do questionário

As respostas obtidas por meio do questionário foram tabuladas e analisadas. Optou-se por iniciar a análise do questionário pela 4ª parte, ou seja, pelo perfil, justamente para identificar os estagiários.

6.2.2 Segunda Etapa: Pesquisa Documental

A segunda etapa da coleta de dados foi por meio da pesquisa documental. “A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias.” (LAKATOS, MARCONI, 1990, p.57). Segundo Pádua (1997, p.62), a pesquisa documental é

[...] aquela realizada a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos (não fraudados); tem sido largamente utilizada nas ciências sociais, na investigação histórica, a fim de descrever/comparar fatos sociais, estabelecendo suas características ou tendências [...]

Para desenvolver esta etapa da pesquisa, foram considerados os perfis dos estagiários no *Facebook* que apresentaram um padrão mais elevado de capital social, identificado a partir da análise dos resultados do questionário.

A fase da análise dos dados dos perfis foi de 30 de agosto a 01 de setembro de 2015 e foi utilizado um formulário com categorias de acordo com os objetivos da pesquisa para coletar os dados.

Dezenove estagiários que demonstraram, a partir da análise do questionário, atenderem com maior propriedade os três fatores que influenciam o capital social –

confiança, reciprocidade e interação –, pelo ato de compartilhar informação jurídica no *Facebook*, interagir com outros indivíduos no grupo e ter pessoas confiáveis na rede, tiveram seus perfis no Facebook analisados.

6.2.2.1 Análise documental

Dos 19 estagiários selecionados, identificou-se que nem todos tinham perfis cadastrados no *Facebook* com seus nomes completos, o que dificultou um pouco a dinâmica da pesquisa para localizar o perfil.

Um perfil não foi localizado no *Facebbok*, o que nos levou a crer que o pesquisado não se cadastrou com o nome verdadeiro. Quatro estavam bloqueados pelas configurações de privacidade e, desta forma, foram desconsiderados.

Dez perfis apresentavam nomes completos, enquanto quatro tinham perfis com nomes abreviados ou omitidos. A análise dos perfis foram utilizados para confirmar dados coletados pelo questionário.

6.3 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa realizada apresentou limitações quanto à coleta de dados. A UEL esteve em greve no período de 12 de fevereiro a 18 de março e de 27 de abril a 23 de junho de 2015, e isto impossibilitou a primeira tentativa de aplicação do questionário. Quando findou a greve, foram distribuídos 100 questionários e 57 estagiários se propuseram a participar da pesquisa.

Devido à greve na UEL e a limitação do tempo para a entrega da dissertação, os procedimentos metodológicos previstos no projeto tiveram que ser alterados, e as entrevistas não foram realizadas.

7 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo do trabalho discute os resultados oriundos da pesquisa com o objetivo de analisar a relação do capital social e o compartilhamento da informação jurídica, no *Facebook*, pelos estagiários do EAAJ.

O capital social é um recurso importante que está inserido nas redes sociais existentes, e no ambiente virtual, por meio das mídias sociais. É como uma "liga" que une os indivíduos através das interações e da reciprocidade. Ao compartilhar informações jurídicas no *Facebook*, essas informações percorrem diversos perfis na rede, possibilitando os relacionamentos na mesma.

7.1 PERFIL

Os perfis dos pesquisados foram analisados com o intuito de captar aspectos pertinentes relacionados à pesquisa. Neste item, foram elencadas variáveis relevantes que identificam o perfil dos estagiários, a fim de que se tenha conhecimento das características do grupo pesquisado. Nesse sentido, foi dada ênfase para os seguintes atributos: sexo, área do Direito em que estagiam, ocupação, endereço e estado civil, porém endereço e estado civil foram menos relevantes, mas importantes para explicar algumas situações.

O grupo pesquisado foi composto por 57 indivíduos, entretanto quatro estagiários não utilizavam nenhuma rede social no ambiente virtual, fato que chamou a atenção, se considerarmos que a maioria dos jovens estão inseridos em alguma plataforma de mídia social no ambiente virtual e que esses quatro estão numa faixa etária entre 21 e 28 anos. Ser usuário do *Facebook* foi o critério de inclusão para participar da pesquisa, portanto, o grupo pesquisado foi composto, efetivamente, de 53 estagiários.

Enquanto a maioria dos pesquisados participa de mais de uma rede virtual, encontramos estagiários que não participam de nenhuma. O fato de quatro pessoas não fazerem uso das mídias sociais também pode ser uma forma de afirmação social, pois com a tecnologia presente na vida cotidiana, é quase impossível encontrar uma pessoa que tenha acesso a um celular ou um computador com internet e que não participe de nenhuma rede social (DORNELLES, 2008).

Pesquisas realizadas por Dornelles (2008) revelaram que o uso das mídias sociais geravam status e uma nova forma de sociabilização foi criada com as redes sociais. Ficar fora deste contexto dificultava o processo de interação com outras pessoas. Neste sentido, podemos inferir que muitas das interações acontecem devido à grande exposição dos indivíduos, onde diversas informações disponibilizadas por meio dos perfis no *Facebook*, como as preferências, exposição de ideias, fotos, informações nos murais, geram ao mesmo tempo interação e entretenimento por meio das várias funções e dos diversos recursos oferecidos pelo *Facebook* (ROSA; SANTOS, 2013).

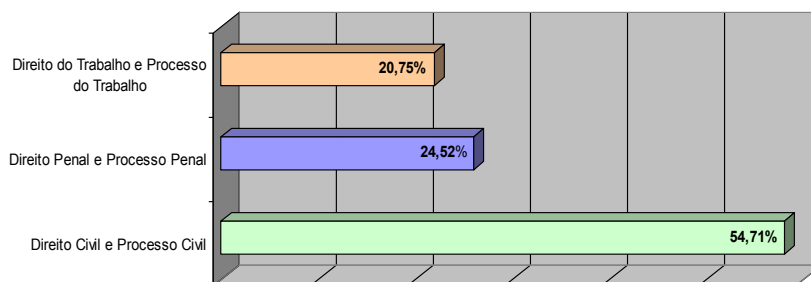
Um perfil não foi localizado no *Facebook*. Nesse sentido, nesse ambiente que é usualmente conhecido como ambiente virtual, são executadas várias atividades, e a questão das identidades podem ser visíveis ou veladas, dependendo dos papéis sociais (normas) e das ações sociais (CASTELLS, 1999). A seção de perfil do *Facebook* disponibiliza a informação que o usuário preencheu nos seus dados de perfil e que deseja partilhar com os seus amigos.

No grupo pesquisado, pudemos observar que não houve uma predominância quanto ao sexo, uma vez que 26 estagiários são do sexo masculino e 27 do sexo feminino, retratando um grupo bem homogêneo, nesse aspecto. A faixa etária dos indivíduos varia entre 21 e 44 anos, sendo que 43 estagiários têm entre 21 e 24 anos, dez entre 25 e 44 anos, destacando apenas um estagiário com idade acima dos 40 anos, o que nos leva a considerar uma comunidade jovem. Putnan (1995), Glaeser, Laibson e Sacerdote (2002) concordam que as diferentes faixas etárias dos participantes favorecem a produção de capital social.

Dos participantes, 50 são solteiros, dois casados e um em união estável, o que foi confirmado também na pesquisa de perfil do facebook. A prevalência de estagiários solteiros corresponde a 94,3% dos pesquisados, o que nos leva a crer que os jovens buscam, primeiramente, a realização pessoal e profissional, deixando o casamento para um segundo plano. O casamento para esses jovens não é prioridade, nem momentaneamente um projeto de vida (ZORDAN, FALCKE, WAGNER, 2009).

Dentre as áreas do Direito, a que possui mais estagiários atuantes é o Direito Civil e Processo Civil (29) 54,71%, seguido de Direito Penal e Processo Penal (13) 24,52% e, na sequência, Direito do Trabalho e Processo do Trabalho (11) 20,75%, como apresentado no gráfico 1.

Gráfico 1 – Distribuição percentual dos estagiários nas áreas do Direito

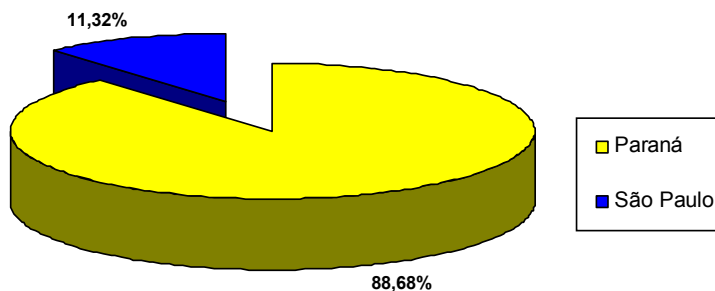


Fonte: Dados da pesquisa

A área do Direito Civil e de Processo Civil apresenta um número maior de estagiários atuando, por ser uma subárea do Direito Privado, e ser baseada nos direitos fundamentais do indivíduo (REALE, 1984), abrangendo os direitos individuais, direitos obrigacionais, direitos associativos, direitos reais, direitos das sucessões e direito comercial.

Dos 53 estagiários pesquisados, 88,68% são oriundos de cidades do estado do Paraná, e 11,32% são do interior do estado de São Paulo, de cidades próximas à Londrina, conforme ilustrado na figura 6.

Figura 6 – Percentual dos estagiários por Estado

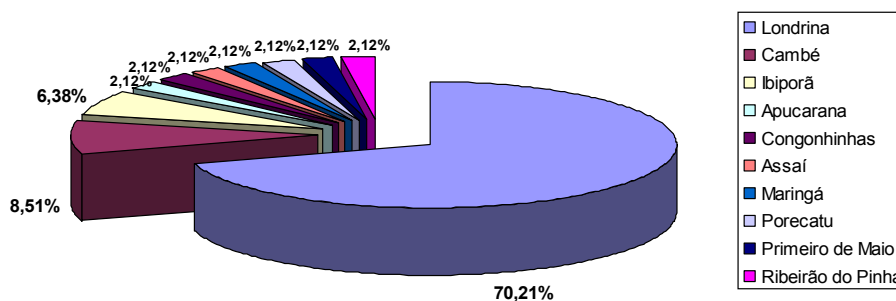


Fonte: Dados da pesquisa.

O curso de Direito, assim como outros cursos da UEL, recebem muitos estudantes de outras cidades, inclusive de outros estados. Observou-se que dos 53

pesquisados, 47 estagiários são do Paraná, oriundos da cidade de Londrina (33) 62,26%, e os demais distribuídos em outras localidades: Cambé (4) 8,51%, Iporã (3) 6,38%, Apucarana (1) 2,12%, Congonhinhas (1) 2,12%, Assai (1) 2,12%, Maringá (1) 2,12%, Porecatu (1) 2,12%, Primeiro de Maio (1) 2,12%, Ribeirão do Pinhal (1) 2,12%, conforme representado na figura 7.

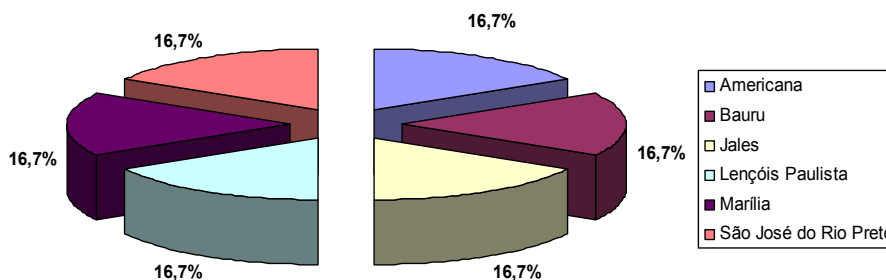
Figura 7 – Cidades paranaenses de origem dos estagiários



Fonte: Dados da pesquisa.

Estagiários do estado de São Paulo somam (6) que representam 11,32% do total de 53 estagiários e estão distribuídos da seguinte forma: Americana (1) 16,7%, Bauru (1) 16,7%, Jales (1) 16,7%, Lençóis Paulista (1) 16,7%, Marília (1) 16,7%, São José do Rio Preto (1) 16,7%, como apresentados na figura 8.

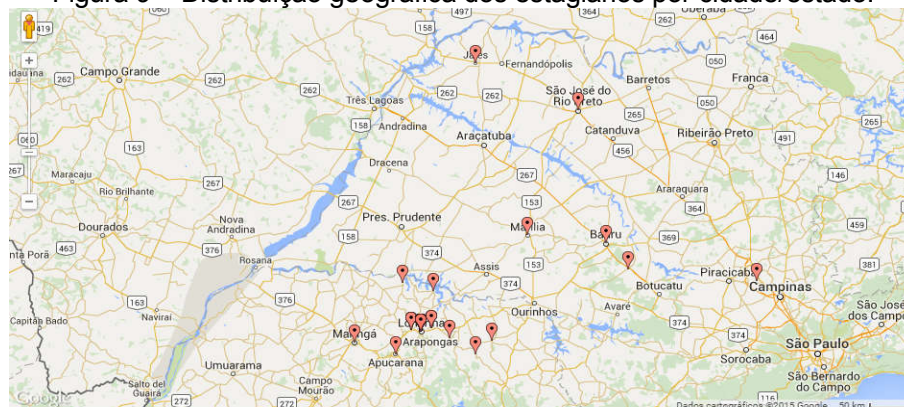
Figura 8 – Estagiários oriundos do Estado de São Paulo



Fonte: Dados da pesquisa.

Do grupo pesquisado, um número significativo 33 (62,36%) são londrinenses, enquanto 14 (26,41%) são oriundos de outras cidades do estado do Paraná. Outro dado é que 6 estagiários (11,32%) são do interior do estado de São Paulo, de cidades próximas a Londrina, conforme ilustrado na figura 9.

Figura 9 – Distribuição geográfica dos estagiários por cidade/estado.



Fonte: Dados da pesquisa.

Além das atividades pertinentes ao curso de Direito, a maioria dos estagiários, (21) 39,6%, desenvolve outras diferentes atividades, como: atividade física diária, cursinho, outro estágio, inglês, balé, compromisso com igreja, trabalham em escritório trabalhista, negócio de família (restaurante e pizzaria), professor da rede estadual e setor de tecnologia de informação. Dentre os pesquisados, uma parcela trabalha e outra desenvolve atividades de lazer e à partir da internet e das mídias sociais, muitos passam horas navegando em suas redes sociais.

7.2 O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

A internet oportuniza uma nova condição de comunicação e ajuda a estabelecer novas relações sociais, criando maior interação. Ela facilitou a comunicação entre as comunidades com interesse comum, transformando os contatos sociais de forma a proporcionar um envolvimento cívico, permitindo que os cidadãos participem das redes sociais virtuais estabelecidas nas diversas plataformas de mídias sociais.

Verificamos que as mídias sociais na internet oportunizam, por meio de um perfil ou uma página pessoal, a construção de uma figura, que através dos

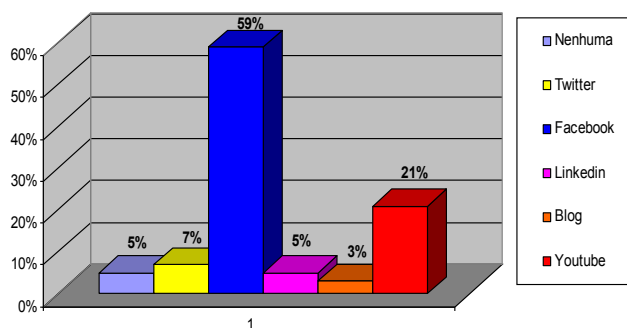
comentários, possibilita as interações e a exposição pública (RECUERO, 2009).

As mídias sociais próprias dos ambientes virtuais são regidas pelos relacionamentos e pelas interações entre as pessoas, permitem que se crie conteúdos colaborativamente, propiciando uma interação social e o compartilhamento de informações em vários formatos (TELLES, 2010). Elas abrangem um conjunto de tecnologias de comunicação muito mais participativa, conhecida nas diversas camadas sociais. Vivemos uma hiperconexão⁹ em rede que abrange o uso de aparelhos móveis e a necessidade de estarmos conectados na vida real e na virtual (TURKLE, 2012).

Em pleno século XXI, apesar de uma parcela dos cidadãos terem acesso às mídias sociais, a pesquisa demonstra que um indivíduo pode estar inserido em mais de uma rede nas mais diferentes plataformas existentes. Apesar de quatro pesquisados não fazerem parte de nenhuma rede virtual, verificamos que os 53 (100%) pesquisados utilizam o *Facebook* e que 31 (58,4%) utilizam, além do *Facebook*, outras mídias, confirmando que eles estão engajados em mais de uma rede social virtual, distribuídos da seguinte forma: dezesseis estagiários utilizam também o *Youtube*, cinco utilizam o *Twitter*, quatro o *LinkedIn* e dois utilizam o *Blog*, o que representa um dado significativo, considerando a característica de cada mídia social.

As interações por meio do *Facebook* tornaram-se um hábito que seduziu milhões de pessoas pelo mundo todo (ROSA; SANTOS, 2013). O gráfico 2 representa a utilização das mídias sociais pelos estagiários.

Gráfico 2 – Mídias sociais utilizadas pelos estagiários.



Fonte: Dados de pesquisa.

⁹ Uso excessivo de smartphones, tablets e notebooks, e da dependência das conexões virtuais.

Constatou-se que existem dois grupos de pessoas que não fazem parte de nenhuma rede social virtual e não utilizam nenhuma mídia social para interagir: os que não conhecem e os que não utilizam. O primeiro grupo não utiliza porque desconhece e o segundo grupo julga que, além de ser uma perda de tempo, não tem utilidade e a exposição da figura na mídia é muito grande (MARTINS, 2015). Diante da existência de grande propensão de exposição dos diversos dados, verídicos (ou não), isto causa uma grande sensação de temor e vulnerabilidade, sendo os possíveis motivos que levam os indivíduos a não utilizarem o *Facebook* (ROSA; SANTOS, 2013).

Paradoxalmente, 53 participantes da pesquisa fazem uso do *Facebook*, dado que vem confirmar o que a literatura apresenta sobre a grande utilização da plataforma, inclusive no Brasil, que está entre os cinco países que tiveram maior adesão nas redes sociais utilizando a mídia *Facebook*, apresentando um maior número de usuários cadastrados e perdendo apenas para o México e Estados Unidos (SPADARO, 2013).

Considerando que os estagiários estão inseridos em mais de uma rede social no ambiente virtual, outra plataforma que os estagiários utilizam também como fonte de informação jurídica é o *Youtube*, porém em menor proporção, sendo utilizada por 16 participantes. O *Youtube* é um portal de compartilhamento aberto de vídeos, que conforme Burgess e Green (2009) é uma rede virtual, composta de pessoas conhecidas e anônimas, que fazem do espaço, um canal de comunicação e de interação. O compartilhamento de vídeos tornou-se comum entre os internautas. Spadaro (2013, p. 20) exemplifica que “[...] o vídeo compartilhado tem-se difundido como um vazamento de óleo no mar e seria imprudente não compreender seus significados e não se aproveitar de suas potencialidades positivas”.

O *Twitter* foi uma das mídias indicadas por cinco adeptos, por ser uma ferramenta de rede social e servidor de *micro-blogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos conhecidos como *tweets* de até 140 caracteres e podem ser enviados por meio do *website* do serviço, por SMS, por celulares, tablets e outros tipos de dispositivos móveis. O *Twitter* é uma mídia social congruente para criação e manutenção de redes sociais que induzem e são induzidas pela disseminação de informações (RECUERO; ZAGO, 2011).

O *LinkedIn* é outra mídia social utilizada pelos pesquisados. Quatro participantes a utilizam. Por se tratar de uma rede com características de site de relacionamento para contatos profissionais, tem seu foco em informações profissionais, é uma rede social de negócios de cunho estritamente profissional (SKEELS E GRUDIN, 2009).

O *Blog* foi apontado por dois dos pesquisados, ou seja, o menor número de adeptos. Santos (2010) acredita que isto ocorre por disponibilizar comentários ou notícias dos mais diversos assuntos, piadas, links, notícias, poesia, fotografias, enfim, tudo o que a imaginação do autor permitir. Segundo Bossarino e Toledo (2009), os *blogs* são um tipo de diário online, mas foram citados por duas pessoas que os utilizam. Podemos inferir que por se tratar de uma ferramenta que muitas vezes não possui as características acentuadas de uma rede social, e sim de um diário, a mesma não seja utilizada, efetivamente, por diversos estagiários.

As mídias sociais são grandes fenômenos virtuais que agregam pessoas, temas, ideias e possibilitam a construção de comunidades. No ambiente físico, essas relações são limitadas por diversas barreiras. As interações nas mídias sociais acontecem com maior frequência e são mais efetivas quando o fator confiança está presente (SANTARÉM SEGUNDO, 2011). Esse processo, quando é realizado através das mídias sociais também compreendem capital social, pois quando se tem alguém em quem se confie na rede em ambiente virtual, essa confiança propicia uma ação mais efetiva do que quando não se tem ninguém em quem confiar na rede virtual (RESNICK, 2001).

7.3 O CAPITAL SOCIAL NO AMBIENTE VIRTUAL

As redes sociais possibilitam a geração do capital social. Elas potencializam e favorecem seu surgimento. Tanto está presente na rede, quanto no efeito dessa rede (PUTNAM, 2000), com suas normas de reciprocidade, confiança e interação. Tanto a aquisição quanto o uso desse capital social são processos que afetam os indivíduos (MARTELETO; SILVA, 2004). O capital social pode ser entendido, também, como um processo que ao ser observado de forma detalhada, vê-se que é essencialmente cíclico. Newton (1997) descreve que a rede ou os indivíduos absorvem as informações, inserem suas verdades e as devolvem para a rede.

O capital social é um recurso gerado a partir dos relacionamentos compartilhados, um recurso comunitário, dependente especificamente das interações de, no mínimo, duas pessoas. É produzido coletivamente a partir das relações sociais e, por isso, possui características de bem público (MARTELETO; SILVA, 2004). Quando ocorrem essas interações, o que se acumula é o capital social que, posteriormente, poderá contribuir com o grupo social (COX et al., 2000).

Notadamente, a teoria do capital social está alicerçada nas relações sociais estabelecidas no interior e entre grupos na sociedade e esse atributo é o cerne da teoria. O capital social é formado dos valores negociados e impregnados na estrutura dos grupos sociais (COLEMAN, 1988; PUTNAN, 2000; BOURDIEU, 1983). São valores associados ao bem-estar de uma comunidade e de uma sociedade.

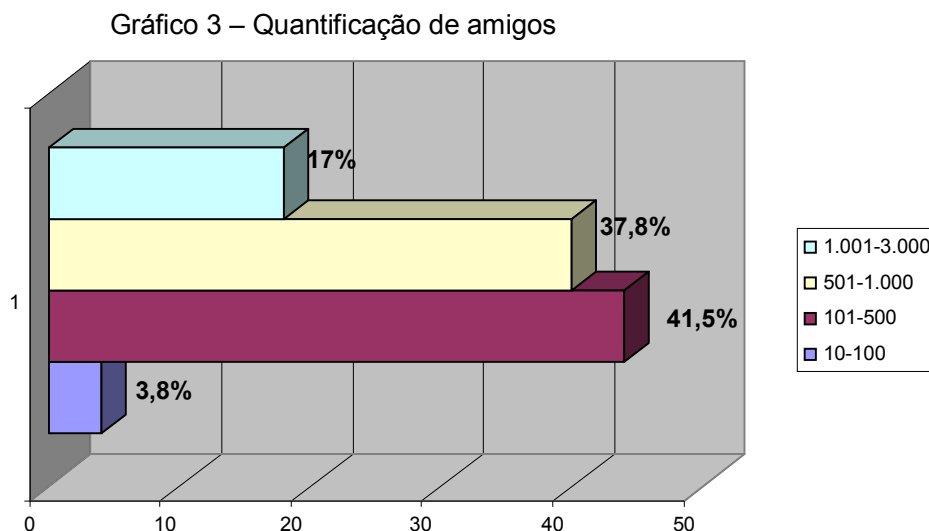
Ao considerarmos que o capital social é formado por valores que estão inseridos nas relações sociais, no grupo estudado, 41% dos pesquisados tem sua rede formada com 101 a 500 amigos, 38% entre 501 e 1.000, 17% têm sua rede social composta com mais de 1.000 amigos e somente 4% possuem uma rede com, aproximadamente, 100 integrantes.

Os dados demonstram que uma rede virtual comporta um número infinito de amigos, independente de conhecê-los pessoalmente e da sua localização geográfica. Cada estagiário possui na sua rede virtual um número diferenciado de amigos, uns mais, outros menos, o que é confirmado nas pesquisas de Recuero (2012) quando a autora afirma que utilizando as mídias sociais, é possível possuir centenas de milhares de “amigos”. Provavelmente quanto ao número de amigos na rede a teoria do capital social oportuniza os acontecimentos presentes no comportamento do indivíduo, tais como: hábito de leitura, hábito de curtir ou não curtir, hábito de comentar, ou simplesmente de observar (COLEMAN, 1988).

O sociólogo espanhol Castells (2003), em sua obra *Sociedade em rede*, apresenta esse novo cenário conduzido pelas tecnologias que, por sua vez, afeta as estruturas sociais. Passamos a viver na chamada cultura da virtualidade real, e as relações humanas acontecem frequentemente em ambientes multimídia. Porém, é preciso ter cautela com relação ao pretensão potencial da internet, pois o capital social está inserido nas relações existentes nas estruturas sociais. (JOUET, 2000).

As estruturas são formadas por indivíduos na rede, independente do número de pessoas. No mínimo duas pessoas são necessárias para efetivarem uma relação,

porém, constatamos que nenhum dos pesquisados tem mais de 5.000 amigos nas suas redes sociais. O gráfico 3 demonstra essa quantificação.

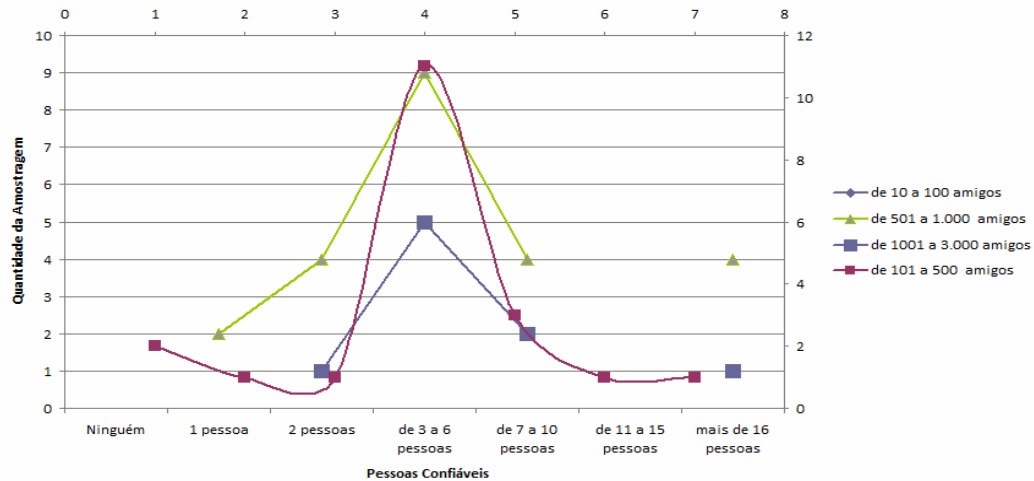


Fonte: Dados da pesquisa.

Verificamos que a maioria dos participantes tem, na sua rede social, no máximo seis amigos em quem confia independente da situação, o que demonstra que as interações estão na rede de amigos. Constatamos, ainda, que para algumas situações, seis pessoas responderam ter mais de 16 amigos confiáveis na sua rede. Deste modo, se o capital social está localizado no arcabouço das relações e envolve a confiança, uma rede que apresente as interações e pessoas de confiança, logo deve produzir capital social.

Estudos realizados por Williams (2006) revelaram que a confiança é também influenciável na quantidade de amigos que compõem a rede e que a confiança é um sentimento que possibilita as interações na rede. Entretanto, uma análise dos dados da pesquisa revelou que o número de pessoas confiáveis independe do número de amigos na rede, contrapondo os estudos de Williams, conforme expostos na figura 10. Uma questão é que devemos considerar também as características do grupo pesquisado.

Figura 10 – Relação amigos/pessoas confiáveis



Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar os dados, verificamos que 27 participantes possuem na sua rede no máximo seis pessoas para compartilhar seus problemas relacionados ao estágio no EAAJ.

Podemos inferir que a dificuldade dos indivíduos em expor questões particulares com outras pessoas e o quanto a confiança é um fator determinante para as interações e cooperações; A necessidade de ter pessoas na rede em quem se possa confiar é tão importante quanto a sensação de contentamento de ser igualmente confiável. Se isso não acontecer, não haverá cooperação entre as pessoas (FUKUYAMA, 1996). Se não houver cooperação nem reciprocidade, não haverá geração de capital social.

O quadro 11 representa o número de pessoas confiáveis que cada estagiário possui na sua rede, em circunstâncias pontuais. A primeira coluna indica elementos de confiança (na resolução de problemas pessoais, financeiros) em determinadas situações e a primeira linha representa o número possível de pessoas confiáveis. Os valores apresentados nas demais linhas demonstram a quantidade de indicações feitas pelos estagiários.

Quadro 11 – Número de amigos confiáveis em situações específicas

Situações Pontuais	Nenhuma	1	2	3-6	7-10	11-15	Mais de 16
Pessoas em quem confia para resolver problemas como estagiário do EAAJ.	2	2	6	27	9	1	6
Pessoas que dariam boas referências	3	1	0	24	23	2	0
Pessoas em quem confia plenamente	5	2	0	33	9	0	6
Com quem compartilha problemas pessoais.	3	3	4	29	8	1	5
Quem lhe faria um empréstimo	9	10	11	16	2	2	3
Total de Ocorrências	22	18	21	121	51	6	20

Fonte: Dados da pesquisa

Os dados, ao serem analisados, demonstraram que de modo geral os pesquisados possuem no mínimo três e no máximo seis pessoas em quem confiam para cada situação pontual, podendo atingir os três níveis fundamentais de confiança: generalizada - quando confiam nas pessoas de um modo geral; confiança relacional - quando os indivíduos confiam em pessoas específicas; e a confiança na rede – quando a confiança envolve familiares (COUCH; JONES, 1997).

Outro dado importante revelado pela pesquisa é que, no grupo, 19 estagiários têm ligações recíprocas na sua rede, a interação e a reciprocidade se dão quando recebem e compartilham informações, quando ajudam os amigos na rede e são ajudados, aceitando a importância da variável confiança para o fortalecimento do capital social. Desse modo, o aumento de reciprocidade e de interações pessoais permite abastecer a confiança social gerando ações altruístas de curto prazo que favoreçam o bem estar dos outros membros da comunidade e que serão valorizadas no futuro (PUTNAM, 1996).

Analisando o contexto, temos condições de nos reportar à teoria do capital social que é fundamentada nos relacionamentos e nas interações sociais, pois quanto maior as interações dos indivíduos, maior será o capital social (COLEMAN, 1988). É característico do contexto social que a existência do capital social venha da essência dos relacionamentos (FUKUYAMA, 1999).

Diante de situações que exijam a ajuda do “outro”, seja na resolução de problemas relacionados às atividades exercidas no estágio, seja problemas pessoais de qualquer espécie, fazer indicações, dar referências ou até mesmo na hipótese de

precisarem de um empréstimo financeiro, percebemos que um número significativo dos participantes da pesquisa encontram na rede alguém em quem confiam.

Os pesquisados revelaram que, nesta situação, existem entre três a seis pessoas que lhes fariam algum tipo de empréstimo, enquanto nove participantes alegaram não ter ninguém na sua rede para proporcionar empréstimo de dinheiro. Como a confiança está intimamente ligada ao ato de fazer empréstimos financeiros, Franco (2000, p.104), corrobora tal fato ao dizer: “A confiança promove a cooperação. Quanto mais elevado o nível confiança numa comunidade, maior a probabilidade de haver cooperação. E a própria cooperação gera confiança.”

Constatamos que 30 participantes deste grupo identificaram, na sua rede, que seriam seus familiares (pai, mãe e irmãos) que lhes emprestariam dinheiro. A confiança no âmbito familiar geralmente é maior e permite esse tipo de ação. O que reforça a premissa de que a confiança permite que as interações entre os indivíduos sejam mais efetivas e, desta forma proporcionem maiores ganhos coletivos do que individuais (SALANEK FILHO, 2007).

A confiança é a base para o capital social, é um dos elementos que está presente nas relações, é de grande valia para a formação e o fortalecimento do capital social, como aparece no grupo pesquisado.

Estudos de Putnam (2000) revelaram que o capital social denso, forte, reflete em laços fortes, principalmente com familiares e amigos próximos que possam interagir, dar e receber apoio emocional ou financeiro, recursos escassos nos dias atuais.

Referendar uma pessoa é algo importante. A pessoa que faz uma indicação tem a responsabilidade de abonar, ou seja, passar informações precisas que induzam o outro a confiar, acreditar na boa índole do indivíduo ou não. No grupo pesquisado, 24 pessoas possuem no seu *Facebook* entre 3 e 6 pessoas que, provavelmente, passariam boas referências a seu respeito e 35 pesquisados responderam que, na sua rede, as pessoas que poderiam passar boas referências são seus familiares (pai, mãe e irmãos), apesar dos contatos poderem dar informações a respeito.

Os laços afetivos possibilitam essa interação e uma cooperação mais efetiva. Vale destacar que a coluna referente aos familiares, no quadro 12, apresentou o maior número de ocorrências.

Quadro 12 – Pessoas de confiança na rede

Situações Pontuais	Ninguém	Somente Amigos	Familiares (pai, mãe e irmãos)	Parentes distantes (tios, primos, avós)	Outros não identificados
Para resolver problemas como estagiário do EAAJ.	22	21	6	2	2
Que dariam boas referências.	7	6	35	4	1
Pessoas em quem confia plenamente	12	6	29	3	3
Com quem compartilha problemas pessoais.	1	1	2	0	1
Quem lhe faria um empréstimo	12	8	30	1	2
Total de Ocorrências	54	42	102	10	9

Fonte: Dados da pesquisa.

As mídias sociais nos possibilitam interagir com uma multidão, independente do vínculo de amizade, todavia muitas pessoas preferem ter em suas redes apenas amigos, ou optam por uma rede mista, com amigos e familiares. Ao observar a tabela 1, percebemos que 43 estagiários têm apenas amigos no seu círculo de amizades, ou seja, 81% das redes são formadas somente por amigos. Oito estagiários indicaram que têm pessoas do núcleo familiar (pai, mãe e irmãos) em suas redes de contatos. Foi destacado por um respondente que parentes distantes (tios, primos, avós, cunhados) estão no seu círculo de amizade, e outro respondente não identificou o grau de parentesco.

Tabela 1 - Formação do círculo de amigos

Círculo de Amigos no Facebook	Quantidade	Porcentagem
Somente Amigos	43	81%
Familiares (pai, mãe e irmãos)	8	15%
Parentes distantes (tios, primos e avós)	1	2%
Outros (não identificados)	1	2%

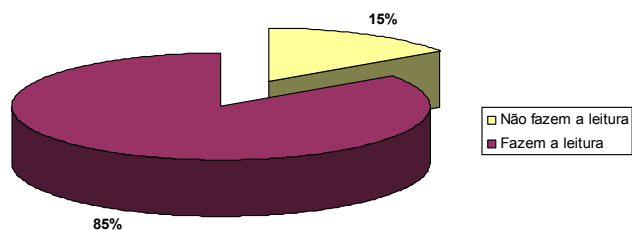
Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados demonstraram que grande parte dos estagiários utilizam as mídias sociais para interagirem virtualmente com amigos da sua rede, seja pela compatibilidade do curso de graduação ou por qualquer outro motivo que os aproxima.

A informação jurídica no *Facebook* está entre os interesses da maioria dos pesquisados. Identificamos que 44 estagiários leem as informações jurídicas recebidas pelo *Facebook*, um número considerável, o que pode significar que 85%

dos pesquisados aproveitam essa mídia para se atualizar e se informar sobre questões de sua área de atuação, conforme figura 11.

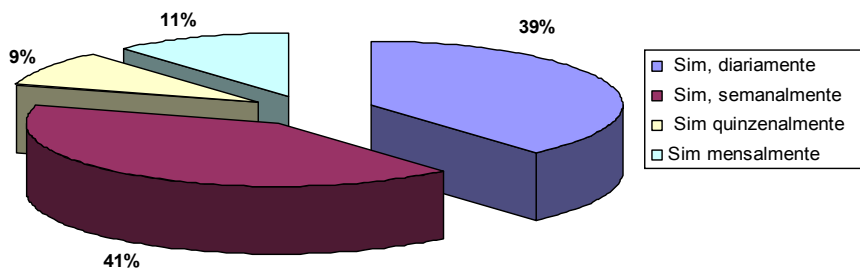
Figura 11 - Distribuição dos leitores e não leitores de informação jurídica



Fonte: Dados da pesquisa.

Observamos que dos 44 estagiários que fazem a leitura, 17 (32%) dos pesquisados fazem uma leitura diária, 18 (34%) fazem a leitura semanalmente, 4 (8%) quinzenalmente e 5 (10%) mensalmente. Um número menos expressivo de estagiários 9 (15%), porém relevante, parece não se interessar em ler as informações jurídicas que recebem pelo *Facebook*. Eles relataram preferir ir direto ao site originário da informação, de acordo com a figura 12.

Figura 12– Fluxo de leitura de informação jurídica



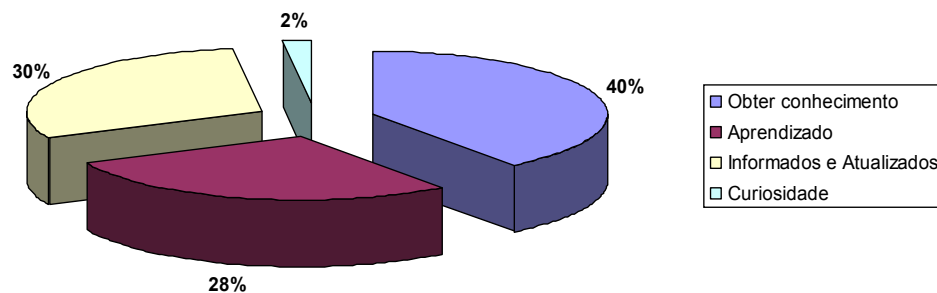
Fonte: Dados da pesquisa

A leitura é um recurso para conhecermos sobre um determinado assunto. A finalidade depende do objetivo de cada leitor, por isso com a finalidade de conhecer com qual propósito os estagiários leem, seja por lazer ou para desenvolver

qualquer atividade (cozinhar, aprender algum jogo, etc.), ou ainda com o interesse de uma informação específica para a realização de um trabalho (SOLÉ, 1998), ou pelo simples fato da informação ser um bem social, um direito de todo cidadão (ARAÚJO, 1999), fizemos esse levantamento.

Com os resultados da pesquisa constatamos, na figura 13, que o grupo pesquisado mantém um equilíbrio, ou seja, dos pesquisados, 21 (40%) fazem suas leituras com o objetivo de obter conhecimento, 19 (30%) para se manterem informados e atualizados, enquanto 15 (28%) procuram obter aprendizado. Apenas um (2%) faz sua leitura por curiosidade.

Figura 13 – Objetivo das leituras.



Fonte: Dados da pesquisa

Para intensificar o capital social é necessário a participação social, solidariedade social, iniciativa, confiança e o compartilhamento de informações. Podemos perceber que os estagiários do EAAJ estão num momento de construção do seu capital social, através da troca de informações e do acúmulo das experiências participativas.

7.4 O COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO JURÍDICA E O CAPITAL SOCIAL

O compartilhamento de informação jurídica é um processo importante que envolve motivação. Compartilhar em ambientes virtuais depende, principalmente, das pessoas que estão engajadas e dispostas a disseminar e partilhar informações. O

fluxo das informações jurídicas na rede é influenciada pelo interesse, pelos relacionamentos e pela percepção de valores que as pessoas possuem.

Objetivando verificar a ocorrência do compartilhamento da informação jurídica pelos estagiários no *Facebook*, verificamos que 32 participantes da pesquisa não compartilham (no sentido de postarem) informações jurídicas, o que pode refletir a falta de compromisso com o compartilhamento, bem como a falta de motivação, enquanto 19 compartilham com sua rede, seja semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente. Dois participantes compartilham diariamente.

Com o propósito de saber quais informações jurídicas os estagiários mais procuravam no *Facebook*, observamos que foram citadas as doutrinas, legislações e jurisprudências nas áreas de Direito Civil, Direito do Trabalho, Direito de Família, Direito Constitucional e Direito Tributário. Outras informações jurídicas também foram citadas, tais como: Biodireito, Direito Homo afetivo, Divórcio, Exame de Paternidade e Pensão de Alimentos foram as mais citadas pelos estagiários.

No processo de compartilhamento de informação jurídica uma questão a ser considerada é que quanto mais atualizada forem as informações maior será sua aceitação pelas pessoas da rede. As mídias sociais proporcionam essa rapidez de forma a agilizar a disseminação da informação simultânea entre quem posta e quem recebe. Muitas vezes essa interação é considerada espontânea, e se assemelha ao compartilhamento.

Ao abordar o assunto recebimento das informações jurídicas no *Facebook*, verificamos que 32 dos pesquisados recebem informações jurídicas - a maioria, (20) recebem semanalmente, (3) mensalmente, (4) diariamente e (5) quinzenalmente, enquanto 21 dos respondentes não recebem nenhum tipo de informação jurídica em seu *Facebook*.

Sob o prisma do capital social, podemos dizer que a rede dos estagiários do EAAJ é profícua, pois o capital gerado nas interações é aproveitado por grande parte dos integrantes da rede como uma energia positiva (CONRAD, 2007). O próprio grupo absorve o capital social gerado em forma de conhecimento

Os estagiários identificaram as instituições que consideram mais importantes para receberem informações jurídicas por meio do *Facebook*. A lista contemplou diversas instituições (apêndice D), dentre elas as que mais se destacaram foram: Supremo Tribunal Federal (STF), Senado Federal (SF), Conjur, Superior Tribunal de

Justiça (STJ), Tribunal Superior do Trabalho (TST), Instituto Brasileiro de Ciências Criminais (IBCCRIM), JusBrasil e EAAJ.

Analisando as instituições indicadas, podemos inferir que elas foram citadas por serem, na sua maioria órgãos governamentais, por possuírem *fanpages* muito bem estruturadas e compartilharem informações relevantes e de credibilidade para a área do Direito. Algumas *fanpages* disseminam informações que são produzidas pela própria instituição como é o caso do STF, STJ, TST. Outras instituições como o Conjur, o JusBrasil e o EAAJ compartilham informações jurídicas de outros órgãos.

Podemos perceber dentre os estagiários que recebem informações jurídicas pelo *Facebook*, que 11 recebem informações do Senado Federal, seguido do Conjur, JusBrasil e do EAAJ. Essas instituições compartilham informações jurídicas atualizadas, principalmente as jurisprudências, as legislações e as doutrinas. Essas instituições estão cientes do valor existente na ação de compartilhar essas informações, de forma a permitir que todo o conhecimento restrito seja disponibilizado ao público (IPE, 2001).

Diante desses argumentos, podemos perceber que um dos motivos que levam os estagiários a receberem informações jurídicas dessas instituições, além do interesse pessoal, é o fato dessas instituições possuírem perfis no *Facebook*, o que facilita o compartilhamento de informações dessas instituições para os perfis dos seguidores, uma vez que basta “seguir” o perfil desejado para receber todas as informações postadas.

Além de receber informações jurídicas pelo *Facebook*, 26 estagiários também procuram por informação jurídica (legislação, doutrina e jurisprudência) em outros perfis do *Facebook*, e 27 estagiários efetuam pesquisas diretamente nos sites institucionais para compartilhar.

Com base nos resultados obtidos, identificou-se que os pesquisados procuram com maior frequência as informações contidas nas jurisprudências, por ser uma fonte de informação muito utilizada. Nesta linha de raciocínio, Costa e Aquaroli (2009) caracterizam a jurisprudência como uma orientação idêntica dos tribunais na decisão de casos congêneres. São decorrentes da aplicação de normas e casos semelhantes, gerando uma norma geral possível de se aplicar a todas as hipóteses congêneres ou idênticas. A jurisprudência é mais uma ferramenta que auxilia na decisão do magistrado, mas não determina sua decisão, que é pessoal e baseada não só na jurisprudência, mas também e principalmente no fato, norma e valor.

As *fanpages* que disseminam informações jurídicas e que os respondentes mais citaram, foram: Superior Tribunal de Justiça, EAAJ, Âmbito jurídico, Supremo Tribunal Federal, Jurisway, Conselho Nacional de Justiça, Conjur, Jusbrasil, OAB, Câmara Federal, Senado Federal, Mural do Centro Acadêmico Sete de Março (CASM), Migalhas, Atualidades do Direito, IBCCRIM, Fundação Getúlio Vargas, Empório do Direito, Nação Jurídica, Damásio Educacional, OAB Paraná, Intelecto Jurídico, Advocacia Scalassara & Associados. Podemos deduzir que são as mais citadas por serem instituições especializadas na área que disseminam informações jurídicas, muitas vezes com pontos de vista dos autores, de forma a facilitar o entendimento.

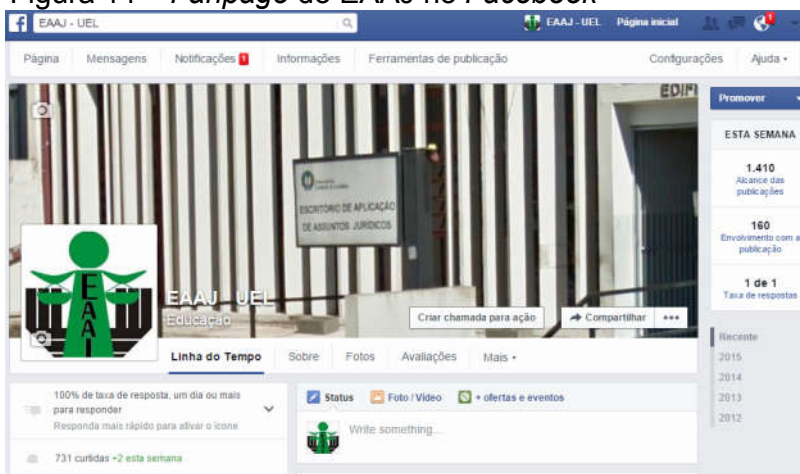
Dentre os perfis do *Facebook* de maior credibilidade, os participantes mencionaram: Conselho Nacional de Justiça, Conjur, EAAJ, Senado Federal, Câmara dos Deputados, Superior Tribunal Federal, Superior Tribunal de Justiça, OAB. Ao comparar os perfis, verificamos que as instituições de maior credibilidade que os estagiários curtem são as mesmas que indicaram no questionário.

Verificamos que os estagiários conhecem diversas instituições que disseminam informações jurídicas, porém quando a questão é credibilidade, eles confiam nos órgãos governamentais. Uma resposta que chamou a atenção foi a de um respondente que disse: “*nenhuma que eu conheça*” (indicar a sigla), o que causou estranheza pelo fato de um estagiário que está no último ano de graduação em Direito e que atua nas práticas jurídicas, relatar não conhecer nenhuma instituição.

7.5 SOBRE O *FACEBOOK* DO ESCRITÓRIO DE APLICAÇÃO DE ASSUNTOS JURÍDICOS

A página do EAAJ no *Facebook* foi oficializada em 2012. A bibliotecária do EAAJ é a responsável por postar informações pertinentes à área jurídica (recuperadas de sites oficiais da área jurídica), bem como as informações da biblioteca. O *Facebook* do EAAJ, apresentado na figura 14, é administrado pela biblioteca e tem como coadministradores dois professores do curso de Direito. O propósito da página do EAAJ, no *Facebook*, é compartilhar informações jurídicas atualizadas, buscando informações de sites de credibilidade, pois a confiabilidade nas informações disponibilizadas devem ser sempre o norte das postagens.

Figura 14 – Fanpage do EAAJ no Facebook



Fonte: <https://www.Facebook.com/EAAJUEL?ref=hl>

O *Facebook* é uma plataforma de redes sociais muito utilizada. É um ambiente informal, uma mídia social poderosa que possibilita a utilização nas mais diversas atividades. O EAAJ mantém uma *fanpage* no Facebook. Neste sentido verificamos que no grupo de 53 estagiários, 47% (25) estagiários conheciam a página do EAAJ no *Facebook*, pois apesar de serem apresentados e orientados pela biblioteca no início de cada ano letivo, onde todas as informações a respeito do EAAJ são repassadas, 53% dos estagiários (28) a desconhecem.

Dos 25 estagiários que conhecem a página do EAAJ, 23 dos que acompanham as informações postadas no *Facebook*, são motivados pelo conteúdo das postagens. Destacam diversos atributos, tais como: informações do EAAJ, informações sobre a UEL, credibilidade da página, informações da biblioteca, informações atualizadas e relevantes do Direito, informações sobre o estágio, enquanto 16 disseram não acompanhar as postagens.

O ato de curtir uma informação postada no *Facebook* significa que a pessoa apreciou a informação e/ou compartilha da mesma idéia. O “curtir” é uma forma de comunicação não verbal entre pessoas no *Facebook*. Diante de tal assertiva, buscou-se então saber se os pesquisados “curtem” as informações postadas na página do EAAJ.

Dentre os respondentes, 17 participantes afirmaram que “curtem” as informações postadas na *fanpage* do EAAJ e as justificativas para as “curtidas” são: compartilha conteúdos importantes, informações atualizadas, a página oferece informações relevantes.

Com a análise dos dados, podemos inferir que os estagiários curtem as informações que acham importantes; o diferencial é que eles não têm o hábito da maioria das pessoas que por diversas vezes curtem tudo que é postado, e muitas vezes, nem fazem a leitura da mensagem no todo.

Brevemente o *Facebook* vai modificar suas formas de interação, Mark Zuckerberg revelou, oficialmente, que a companhia está trabalhando no botão “não curtir”, que vai melhorar a interação na rede. Segundo Zuckerberg (2015), os usuários querem o botão porque sentem a necessidade de expressar sua empatia (ou não) na rede social, surgindo, desta forma, surge uma nova maneira de interação.

Um grupo de 20 pesquisados que “não curtem” afirmaram não ter essa prática por falta de interesse e por não acessarem, frequentemente, o *Facebook*. Alguns depoimentos dos participantes da pesquisa se destacaram, como por exemplo: “não tenho uma conduta de curtir nem compartilhar nada no *Facebook*” (est.7)¹⁰, “não há razão para curtir, mas sim para ler a informação” (est.23), “informações normais leio, mas não sinalizo com “curtir” (est.28).

Verificando os dados da pesquisa, observamos as diversas justificativas apresentadas para não sinalizarem com o curtir. Podemos deduzir que sejam decorrentes, principalmente, do hábito e da especificidade do grupo, já que os estagiários preferem somente fazer a leitura da notícia. A fala de um estagiário nos chamou a atenção: “*Não gosto dos conteúdos das notícias veiculadas, falta uma crítica, e não apenas o texto que compartilha as informações* (est.35).

Os dados postados no *Facebook* pelo EAAJ são geridos pela bibliotecária e por uma professora do EAAJ, sendo responsáveis apenas pelas postagens, pois as condutas de não emitir crítica estão regulamentadas no manual de utilização das mídias sociais que foi elaborado pela bibliotecária do EAAJ.

Um ponto preocupante apontado pelos estagiários é com relação ao não conhecimento da *fanpage*. No grupo pesquisado, 16 estagiários afirmaram não conhecer a *fanpage* do EAAJ no *Facebook*, alegaram que as informações não aparecem na sua *timeline*¹¹, e ainda justificaram a falta de divulgação da *fanpage*.

¹⁰ Os estagiários receberam uma sigla e um número para individualizá-los e manter o sigilo sobre sua identificação.

¹¹ A *timeline* que em tradução livre significa linha do tempo, é um aplicativo disponível no ambiente do *Facebook* que tem como finalidade, criar uma linha em ordem cronológica de todas as ações no *Facebook*.

Devido às restrições indicadas, constatamos que é necessária uma maior divulgação da *fanpage* para abranger um número maior de estagiários.

Ao abordar a pertinência dos conteúdos postados na *fanpage* do EAAJ, 23 participantes afirmaram que as informações jurídicas postadas são adequadas, enquanto 12 disseram que as postagens são impertinentes. Foi constatado que esses 12 que não acompanham as postagens, fazem parte dos 20 que “não curtem” as informações postadas.

Uma parcela dos estagiários que acredita que os conteúdos postados no *Facebook* são pertinentes, justificou que são informações de grande relevância para os estudantes do escritório, são notícias atuais e confiáveis, mesmo tendo a consciência de que no ambiente virtual existem vários obstáculos que dificultam investigar a credibilidade dos conteúdos compartilhados.

Os participantes que confiam nos conteúdos postados pelo EAAJ afirmam que os mesmos são pertinentes e que cumprem o propósito de uma página jurídica, bem como as publicações são consoantes com as atividades a serem exercidas pela instituição de função pública e social, o que por sinal são desempenhadas satisfatoriamente, além de contemplar conteúdos apropriados sobre as diversas áreas do direito e sobre a UEL.

Os 12 estagiários que não consideram os conteúdos pertinentes não justificaram suas respostas. As postagens do *Facebook* do EAAJ são, na sua maioria, de natureza jurídica e os conteúdos institucionais visam informar sobre o estágio, sobre a relação entre o EAAJ, a universidade e o mundo jurídico.

Quando verificamos o uso efetivo das informações postadas no *Facebook* do EAAJ, observamos que 11 respondentes disseram já ter utilizado efetivamente as informações, ou seja, 2 estagiários utilizam diariamente, 4 quinzenalmente, e 5 mensalmente, enquanto 23 dos respondentes não utilizam, de fato, as informações compartilhadas pelo EAAJ.

Sobre o compartilhamento de informações jurídicas, especificamente do *Facebook* do EAAJ, 10 pessoas afirmaram compartilhar, 29 não compartilham, e 14 não responderam. Os que compartilham afirmam que o fazem porque as informações chegam instantaneamente pelos amigos através das redes sociais e compartilham informações por julgarem importantes, ou quando acham que mais pessoas deveriam tomar ciência de tal informação jurídica.

Os estagiários que não compartilham as informações jurídicas alegam, principalmente, que não possuem o hábito de utilizar a plataforma, não conhecem a *fanpage*, bem como não acompanham a página e os conteúdos, não possuem na sua rede pessoas interessadas por informação jurídica por não serem da área, e por isso, não compartilham. Para alguns pesquisados o *Facebook* não tem essa finalidade.

Por conseguinte, 19 pesquisados responderam que é importante conhecer os gestores de conteúdos, por ser um fator a mais a contribuir para a credibilidade da página. A responsabilidade de quem posta é grande e deve ser preocupação da instituição, afinal se algo for disseminado indevidamente a instituição é quem cai em descrédito. Diante desses fatores, é importante conhecer a competência do profissional, sua capacitação, até para não influenciar nas postagens e dar credibilidade. Um número expressivo de pesquisados (32) disse não ver relevância em saber quem são os gestores pois os conteúdos postados no *Facebook* são mais importantes

Apesar de um número considerável de estagiários (21) terem respondido não conhecer o *Facebook* do EAAJ e não compartilhar as informações jurídicas postadas, 32 estagiários acham importante que se mantenha o perfil do EAAJ no *Facebook*, alegando que a página tem o papel de levar ao público conhecimentos jurídicos e ser uma ferramenta de compartilhamento de informações relevantes. Justificam, ainda, que é uma ferramenta, um canal e um meio prático para que se veicule informações e que a comunicação entre as informações jurídicas e os estagiários devem ser mantidas, gerando então uma grande interação e reciprocidade nesse ambiente virtual.

Para uma instituição como o EAAJ que tem uma responsabilidade social, utilizar as mídias sociais como a plataforma *Facebook* é ter um grande aliado no contato com a comunidade estudantil e com a comunidade externa, proporcionando visibilidade e esclarecendo eventuais dúvidas da sociedade como um todo, disseminando informações gerais, desde o funcionamento do EAAJ, até informações mais complexas. Nesse contexto as pessoas sentem necessidade de estarem conectadas nas redes sociais em ambientes virtuais e a pesquisa revelou que a maioria dos respondentes parecem sentir essa necessidade, uma vez que utilizam o *Facebook*.

Os assuntos de interesse mais citados pelos estagiários foram: regras do EAAJ, sobre a biblioteca, temas polêmicos da atualidade, direito de família, inovações em jurisprudência, jurisprudências da justiça do trabalho, legislação, curiosidades jurídicas, casos mais recorrentes no próprio EAAJ, redução da maioria penal, assuntos relacionados à UEL, Londrina, e ao próprio escritório, sobre trabalho do legislativo em temas polêmicos, como redução da maioria penal e sobre as operações como a lava jato, temas que estão sendo tratados no legislativo, terceirização, com textos opinativos e não apenas notícias.

Observamos que os estagiários, além de sugerirem assuntos específicos da área jurídica, ainda recomendam assuntos que tratem do EAAJ, pois desta forma eles teriam acesso a todas as informações que envolvam o seu dia a dia.

Verificamos que os motivos que levam os estagiários a curtir e adicionar a página do EAAJ aos seus perfis, é o fato da página ser satisfatória às suas necessidades informacionais e compartilhar informações com temas adequados.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos compreender a relação do capital social com o compartilhamento de informações jurídicas nas mídias sociais. O capital social é referenciado como uma peça que tem a função de fortalecer as relações sociais, com a finalidade de melhorar a condição em que se encontram os indivíduos na rede, bem como alcançar objetivos traçados, o que não seria possível sem a presença do capital social.

O capital social dos estagiários do EAAJ no Facebook está em desenvolvimento, por serem as mídias sociais recentes ferramentas que auxiliam no fazer social. Os indivíduos ainda estão em fase de adaptação e conhecimento das maneiras de usá-las, conscientemente, a fim de agregar conhecimento.

O capital social existente é representado por uma rede de relações familiares e de amizade, onde o estudo aponta para a necessidade de se aprofundarem esses pontos. O capital social não é algo imposto nem obrigatório por alguma legislação, mas germina, desabrocha nas interações cotidianas, influenciado pela reciprocidade.

A confiança existente nas redes formadas pelos estagiários ainda é ínfima na rede de amigos, e apresenta ser mais forte entre familiares, o que é aceito visto que as amizades na rede virtual muitas vezes são formadas por amigos, colegas, conhecidos e, até mesmo, por pessoas que não se conhecem pessoalmente, tendo uma ligação apenas virtual.

A reciprocidade surge de maneira mais frequente na rede, sendo natural e espontânea. Ser recíproco requer unicamente motivação para interagir, trocar informações jurídicas, emitir comentários de forma a propagar e relacionar-se na rede, possibilitando o compartilhamento da informação jurídica.

O ato de disseminar e compartilhar informações jurídicas é o responsável por grande parte da propagação de conteúdos, das interações e da reciprocidade nas comunidades, e o uso das mídias sociais agiliza esse processo.

A interação ocorre porque, normalmente, quando uma informação jurídica é postada, ela já vem (re)compartilhada por outro indivíduo da rede, lembrando que cada usuário que compartilha algo permite que seu ciclo de amigos visualize, curta, comente, e desta forma, tenha acesso ao mesmo conteúdo.

Toda essa interação e reciprocidade advêm das facilidades propiciadas pelas mídias sociais que são ferramentas (plataformas) que possibilitam a geração de

capital social na rede. O *Facebook* é uma plataforma de relacionamento extremamente utilizada, por ser adequada nas configurações das redes sociais

Se por um lado o grupo pesquisado apresenta particularidades consideradas específicas da área do Direito, como por exemplo o fato de alguns estagiários apenas fazerem as leituras das informações jurídicas e não compartilharem qualquer tipo de informação jurídica, por outro, um número significativo de estagiários que compartilha informações jurídicas com seus amigos da rede, pratica a interação e exerce a reciprocidade com as pessoas em quem confiam plenamente na rede, de forma a gerar capital social. O capital social é algo inerente às redes sociais, está intrínseco à essência.

As normas de reciprocidade estão diretamente ligadas à confiança. Uma pessoa que dispõe de certos privilégios de acesso (no caso de informação jurídica), cria a expectativa de no futuro ter um retorno informacional, ou seja, é uma via de mão dupla onde quem compartilha, espera receber informações.

Quanto mais se compartilha com reciprocidade, maior é o volume de capital social gerado por essa comunidade e quanto maior for o capital social na rede, maior será a probabilidade de interação e reciprocidade entre os integrantes da rede, formando um ciclo. É importante ressaltar que o nível de confiança e a expectativa entre os indivíduos da rede, que é o núcleo das relações, está relacionado com o capital social de cada indivíduo e influencia as ações coletivas do grupo.

As informações jurídicas que se movimentam pela rede são utilizadas pelos estagiários para sanar dúvidas ou complementar ideias de forma a agregar valor nas atividades realizadas por eles, no seu dia a dia. Muitas das informações jurídicas são utilizadas nos processos, ou até mesmo nas questões pessoais, seja na resolução de problemas ou simplesmente na obtenção de conhecimento.

As informações postadas na página do *Facebook* do EAAJ são relevantes, servindo como aporte e auxiliando no desenvolvimento de suas atividades, seja para complementar um processo teoricamente, ou na sua arguição.

Consideramos como capital social do século XXI, recursos produzidos por indivíduos engajados em redes sociais através das interações e reciprocidade com pessoas confiáveis. Atualmente, com as mídias sociais digitais, pertencer a uma rede social no ambiente virtual proporciona aos cidadãos um maior contato com outras redes ou grupos diferenciados, de forma a atender a ânsia e a necessidade de pertencimento às redes sociais existentes no ambiente virtual.

A existência de associação entre capital social e compartilhamento de informações jurídicas deve incentivar novas pesquisas no campo da Ciência da Informação, vinculadas ao desenvolvimento de capital social, grupos e redes de associação, na tentativa de maximizar os olhares para o tema.

Sugere-se que outros estudos sejam feitos com esta comunidade a fim de analisar a rede desses estagiários, utilizando metodologias próprias de análise de redes e, desta forma, mapear os diversos atributos referentes ao capital social e compartilhamento de informação jurídica na rede. Também é necessário que se incentivem novos projetos e pesquisas na Ciência da Informação para que esta venha a dialogar com as demais áreas envolvidas.

REFERENCIAS

- AGUIRRE, J. R. B. **Responsabilidade e informação**: efeitos jurídicos das informações, conselhos e recomendações entre particulares. São Paulo : Revista dos Tribunais, 2011.
- ALCARÁ, A. R. et. al. Fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciências da Informação**, Belo Horizonte, v.14, n.1, p.170-191, jan./abr. 2009. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/pci/v14n1/v14n1a12>>. Acesso em: 17 jul. 2015.
- AMARAL, H. G. **A formação de capital social através de redes sociais na internet**. 2012. 96 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2012. Disponível em: < http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/1139?mode=full&submit_simple=Mostrar+o+registro+em+formato+completo>. Acesso em 18 dez. 2013.
- ANCHIETA, I. **Facebook o novo espelho de Narciso**: mente e cérebro. São Paulo, p. 38-41, abr. 2011. Seção Vida Contemporânea. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/vivermente/artigos/Facebook_o_novo_espelho_de_narciso_4.html>. Acesso: 22 de jun. 2014.
- ARCHER, L.; CIANCONI, R. Websites de arquivos públicos: funções exercidas e recursos de colaboração. **Inf. Inf.**, Londrina, v.15, n. 2, p. 60-76, jul./dez. 2010.
- ARAÚJO, E. A. de. Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGS) brasileiras. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 155-167, maio/ago. 1999.
- ARAÚJO, I. M. de. **Os novos espaços produtivos**: relações sociais e vida econômica no Cariri cearense. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2011.
- ATIENZA, C. A. **Documentação jurídica**: introdução a análise e indexação de atos legais. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979.
- BALAJI, P.; KUMAR, V. Use of web technology in providing information services by south indian technological universities as displayed on libraries websites. **Library Hi Tech News**, UK ,v. 29, n. 3, p. 470-495, 2011.
- BAQUERO, M. (Org.). **Capital social, desenvolvimento sustentável e democracia na América Latina**. Porto Alegre: UFRGS, 2007.
- BONOMA, T. V. Case research in marketing: opportunities, problems, and process. **Journal of Marketing Research**, v. 22, n. 2, p. 199-208, 1985.
- BOSSARINO, F. A. Z.; TOLEDO, C. M. T. Extração de informação de mídias sociais na web. In: ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA PUC, 14., 2009, Campinas. **Anais eletrônicos**... Campinas: PUC, 2009. Disponível em: < https://www.puc-5607_res5CD.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2015.

BOURDIEU, P. Le capital social: notes provisoires. **Actes de La Recherche in Sciences Sociales**, n. 31, p. 2-3, 1980.

_____. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. G., (Ed.). **Handbook of theory and research for the sociology of education**. New York: Greenwood Press, 1986. p. 96-111.

BRABHAM, D. Crowdsourcing as a model for problem solving: an introduction and cases. In: **Convergence: The International Journal of Research into New MediaTechnologies**, London, v. 14, n.1, p. 75 – 90, 2008.

BRAGA, L. G. F.; ALMEIDA, A. M. B.; FEITOSA, M. G. G. A Importância da confiança na atuação do consultor junto aos pares e clientes. In: SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO FEAD-USP, 10., 2007, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br>> Acesso em : 09 jul. 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. Brasília: Senado Federal, 2012.

BRASIL, A. B. **Informática jurídica: o ciber direito**. Rio de Janeiro: A. Bittencourt Brasil, 2000.

BRASIL. Lei n.º 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informação. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 18 nov. 2011. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12527.htm>. Acesso em: 15 set. 2014.

BRESNICK, D. The lawyer as information manager. **Legal Studies Forum**, Washington, v. 12, n. 3, p. 275-284, 1988.

BROOKES, B. C. Foundations of information science. **Journal of Information Science**, Cambridge, v.2, p. 209-221, 1980.

BROWN, J.; BRODERICK, A J.; LEE, N. Word of mouth communication within online communities: conceptualizing the online social network. **Journal of Interactive Marketing**, Texas, v. 21, n. 3, p. 2-20, 2007.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science**, Washington, v. 42, n. 5, p. 351-360, 1991.

BUMGARNER, Brett A. You have been poked: exploring the uses and gratifications of Facebook among emerging adults. **First Monday**, Chicago, v.12, n.11, 2007. Disponível em: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2026>>. Acesso em: 10 set. 2015.

BURGESS, J.; GREEN, J. **Youtube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CALAZANS, A. T. S. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. In: MUELLER, S. P. M. (Org.) **Métodos para a pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Thesaurus, 2007. p. 39-62.

CALIL JÚNIOR, A.; CORRÊA, E.C.D; SPUDEIT, D. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECOLOGIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., Florianópolis, jul. 2013. **Anais...** São Paulo; FEBAB, 2013. Disponível em: <http://portal.febab.org.br/anais/article/view/1634/1635>. Acesso em: 30 ago. 2015.

CAPURRO, R. Epistemology of information science. In: VAKKARI, P.; CRONIN, B. (Ed.). **Conceptions of library and information science: historical, empirical and theoretical perspectives**. London: Taylor Graham, 1992. p. 82-98.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**. Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007.

_____. The concept of information. **Annual Review of Information Science & Technology**, Medford, v. 37, p. 343-411, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A sociedade em rede**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis: Vozes; 2006.

_____. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1998.

COLEMAN, J. S. **Foundations of social theory**. Cambridge: Belknap, 1990.

_____. Social capital in the creation of human Capital. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 94, p. 95-120, Supplement, 1988.

CONRAD, D. Defining social capital. **Electronic Journal of Sociology**. [S.l.], 2007. Disponível em: <http://sociology.org/content/2007/___contrad_social_capital.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2014.

COSTA, I. **O capital social como instrumento para viabilização do desenvolvimento local e sustentável**: um estudo comparativo entre localidades participantes do pacto "Novo Cariri" dentro do programa SEBRAE-PB/Rede DLIS. 2007. 119 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2007.

COSTA, W.; AQUAROLI, M. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Madras, 2007.

COUCH, L. L.; JONES, W. H. Measuring levels of trust. **Journal of Research in Personality**, New York, v. 31, n. 3, p. 317-336, Sept. 1997. Disponível em: <http://goo.gl/yWHIQL>. Acesso em: 11 ago. 2015.

COX, E. et al. **A safe place to go**: libraries and social capital. Sydney: University of Technology: State Library of New South Wales, 2000. Disponível em: http://www.sl.nsw.gov.au/services/public_libraries/docs/safe_place.pdf. Acesso em: 17 jul. 2014.

CROSS, R.; BORGATTI, S.; PARKER, A. Making invisible work visible: using social network analysis to support strategic collaboration. **California Management Review**, Califórnia, v. 44, n. 2, p. 25-46, 2002.

CROSS, R.; PRUSAK, L.; PARKER, A. **Where work happens**: the care and feeding of informal networks. Cambridge: IKO, 2002. Disponível em: www-304.ibm.com/jct03001c/services/learning/solutions/pdfs/iko_wwh.pdf. Acesso em: 10 mar. 2014.

CUNHA, M. B. da. **Manual de fontes de informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 2010.

D'ARAÚJO, M. C. **Capital social**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **Capital social**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 6. ed. São Paulo: Futura, 1998.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DI CHIARA, I. G.; ALCARÁ, A. R.; TOMAÉL, M. I. Tipos de compartilhamento de informação e conhecimento no ambiente de P&D. **Informação & Sociedade: Estudos**. João Pessoa, v. 2, n. 2, p. 105-118, maio/ago. 2010.

DOBELIN, S. **Informação para tomada de decisão estratégica**: um estudo da disponibilidade, escopo e organização da informação para negócios em Campinas e região. 2004. 117 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP, 2004.

DORNELLES, J. **Vida na rede**: uma análise antropológica da virtualidade. Porto Alegre, 2008. 293 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1999.

DURKEIM, E. **The division of labor in society**. Nova York: Macmillan, 1933.

EUFRÁSIO, M. **Estrutura urbana e ecologia humana**: a escola sociológica de Chicago (1915-1940). São Paulo: Editora 34, 1999.

FACEBOOK. **Central de ajuda**. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/help/110920455663362>>. Acesso em: 11 de jul. 2015.

FACEBOOK. **Key Facts**. Facebook Newsroom. Disponível em:
<<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIA. **Ensino à distância**: abordagens socioantropológicas nas organizações. [S.l.]: FTC, 1998. Disponível em:
<http://www.ead.ftc.br/portal/upload/material_didatico/05%20-%20ABORDAGENS%20SOCIOANTROPOL%C3%93GICAS%20NAS%20ORGANIZAC%C3%87%C3%95ES_MAT_IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 09 out. 2014.

FLAMINO, A. N. et al. Aspectos éticos das novas tecnologias de informação e comunicação e seu reflexo na organização e representação do conhecimento. In: GUIMARÃES, J. A.; FERNÁNDEZ MOLINA, J. C. (Org.). **Aspectos jurídicos e éticos na informação digital**. Marília: Funep; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008. p. 9-20.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRANCO, A. **Por que precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável**. Brasília: Instituto de Política, 2000.

FUKUYAMA, F. **A grande ruptura**: a natureza humana e a reconstituição da ordem social. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

_____. **Social capital and civil society**, 1999. Disponível em:
<<http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>>. Acesso em: 10 mai. 2014.

FUKUYAMA, F. **Trust**: the social virtues and the creation of prosperity. New York: Free Press, 1995.

FUKUYAMA, F. **Confiança**: as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FULLIN, C. B. Perspectivas futuras para a demanda de profissionais da informação e a organização da informação jurídica nos escritórios de advocacia de Campinas. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 3, n. 2, p. 31-42, jan./jun. 2006.

GARCÍA, I. **Do capital social ao humano**. Disponível em:
<<http://www.canalvg.com.br/index.php/portal/descricao/geral/noticia/1325.html>>
Acesso em: 03 out. 2014.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1991.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLAESER, E.; LAIBSON, D.; SACERDOTE, B. The economic approach to social capital. **The Economic Journal**, UK, n. 112, p. 437–458, 2002.

GODWIN, P. Library 2.0: a retrospective. In: GODWIN, P.; PARKER, J. **Information literacy meets library 2.0**. London: Facet publishing, 2008. p. 4– 17.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, Chicago, v, 78, n. 6, p. 1360-1380, maio 1973.

GUIMARÃES, M. V. A. F. **Compartilhamento de informação e conhecimento em equipes de desenvolvimento de software**. 2009. 149 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade de Brasília, 2009. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/4260/1/2009_MarcosViniciusAmorimFGuimaraes.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2014.

HANIFAN, L. J. The rural school community center. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**. Philadelphia, PA, v. 67, p. 130-138, 1916.

HARRINGTON, D. L.; LI, X. Utilizing web-based case studies for cutting-edge information services issues. **Reference & User Services Quarterly**. Chicago, v. 41, n. 4, 2002. Disponível em: <<https://www.questia.com/read/1G1-90438107/utilizing-web-based-case-studies-for-cutting-edge>>. Acesso em: 03 out. 2014.

HJØRLAND, B. Domain analysis in information science eleven approaches traditional as well as innovative. **Journal of Documentation**. Bradford, v. 58, n. 4, p. 442-462, July 2002.

IPE, M. Knowledge sharing organizations: a conceptual framework. **Human Resource Development Review**. Washington, v. 2, n. 4, p. 337-359, Dec. 2003. Disponível em: <<http://hrd.sagepub.com/cgi/reprint/2/4/337>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

JACOBS, J. **The death and life of great american cities**. New York: Random House, 1961.

JOHANSSON, R. Case study methodology. In: CONFERENCE “METHODOLOGIES IN HOUSING RESEARCH, 22–24 Sept. 2003, Stockholm. **Anais eletrônicos...** Stockholm: Royal Institute of Technology, 2003. Disponível em: <http://www.psyking.net/htmlobj-3839/case_study_methodology_rolf_johansson_ver_2.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2014.

JOUET, J. Retour critique sur la sociologie des usages. **Revue Reseaux**, n.100, p. 489-521. 2000.

JOVANOVIĆ, E. M. S.; TOMAÉL, M. I. A abordagem da informação jurídica e da jurisprudência em blogs: um estudo comparativo. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v.19, n.2, p. 151-162, jul./dez. 2014.

JOVANOVIĆ, E. M. S.; TORRE, A. M. D. O marketing e as tecnologias de comunicação (TICS): uma união estável de sucesso na Biblioteca Setorial do Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos (BSEAAJ) da Universidade Estadual

de Londrina. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17., 2012, Gramado, RS. **Anais...** Gramado, RS: UFRGS, 2012.

JUSBRASIL. **Organizando toda a informação jurídica brasileira**. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/sobre>>. Acesso em: 06 nov. 2014.

KEBEDE, R. **Redes sociais superam o e-mail**. Reuters. 2009. Disponível em: <<http://br.hsnglobal.com/notas/43543-redessociais-superam-o-e-mail>>. Acesso em: 15 nov. 2014.

KALMAN, M. E.; MONGE, P.; FULK, J. Motivations to resolve communications dilemmas in data-base mediated collaboration. **Communication Research**, Califórnia, n. 29, p.125-154, 2002.

KEEN, A. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KIRKPATRICK, D. **O efeito Facebook**: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e prática da pesquisa. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

KOMESU, F. C. Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2010. p.110-119.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

LARA, M. L. G. de. Novas relações entre terminologia e Ciência da Informação na perspectiva de um conceito contemporâneo da informação. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, ago. 2006. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/ago06/Art_02.htm>. Acesso em: 19 maio 2011.

LE COADIC, Y. F. **A ciência da informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.

LE ROY, L. **A internet na aprendizagem**. 1997. 2v. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 1997. 2 v.

LEE DONG-HUN. Growing popularity of social media and business strategy. **SeriQuarterly**. Seoul, p. 112-117, 2010.

LE MOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2004.

LIGHT, I. H. **Ethnic enterprise in America**. Berkley: University of California Press, 1972.

- LIMA, J. A. de O. **Modelo genérico de relacionamentos na organização da informação jurídica e legislativa**. 2008, 289 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- LIN, A. Les ressources sociales: une théorie du capital social. **Revue Française de Sociologie**, França, v. 36, n. 4, p. 685-704, 1995.
- LOURY, G. C. A dynamic theory of racial income differences. In: Wallace PA, Mund AL, editors. **Women, minorities, and employment discrimination**. La Mond, Lexington, MA: Heath, p. 153-186, 1977.
- MARQUES, E. Redes sociais e instituições na construção do Estado e da sua permeabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 14, n. 41, p. 45-67, 1999.
- MARTELETO, R. M. Cultura da modernidade: discursos e práticas informacionais. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 23, n. 2, p. 115-137, jul./dez. 1994.
- MARTELETTO, R. M. informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno? **Ciência da Informação**, Brasília, v. 16, n. 2, p. 169-180, jul./dez. 1987.
- MARTELETO, R. M.; OLIVEIRA e SILVA, A. B. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 3, p. 41-49, 2004.
- MARTINHO, A M. O bibliotecário jurídico: identidade e competências profissionais. In: ENCONTRO NACIONAL DE BIBLIOTECAS JURÍDICAS, 1., 2004, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2006.
- MARTINS, A. **Redes sociais**: por quê não usar? Disponível em: <<http://martinstecnologia.com/?p=221#more-221>>. Acesso em: 08 ago. 2015.
- MATOS, H. **Capital social e comunicação**: interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.
- MELO NETO, F. de P.; FROES, C. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MEDEIROS, A. L. S. ; OLINTO, Gilda . Bibliotecas públicas e o futuro: as bibliotecas estaduais brasileiras na era da internet. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 13, 2012, Rio de Janeiro. **Anais.....**, 2012.
- MESSIAS, L. C. S. **Informação**: um estudo exploratório do conceito em periódicos científicos brasileiros da área de Ciência da Informação. 2005. 184 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista – UNESP, Marília, SP, 2005.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2002.

- MIRANDA, A. C. C. de . A política de desenvolvimento de coleções no âmbito da informação jurídica. In: PASSOS, E. (Org.). **Informação jurídica: teoria e prática**. Brasília: Thesaurus, 2004. p. 137-152.
- NASCIMENTO, E. O. do. Sociedade civil, capital social e democracia no Brasil. **Pensamento Plural**, Pelotas, n.10, p. 119-154, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://pensamentoplural.ufpel.edu.br/edicoes/10/06.pdf>>. Acesso em: 06 maio 2012.
- NEVES, J. A.; HELAL, D. H. Associativismo, capital social e mercado de trabalho. In: AGUIAR, N. **Desigualdades sociais, redes de sociabilidade e participação política**. Belo Horizonte: UFMG, 2007, p. 61-69.
- NEWTON, K. Capital social e democracia. **American Behavioral Scientist**, v.40, n.5, p. 575-586, 1997.
- OCTAVIANO, V. L. C.; REY, C. M.; SILVA, K. C. da. A informação na atividade técnico-científica: em enfoque pós-moderno. **Transinformação**. Campinas, v. 11, n. 2, p. 173-184, maio/ago. 1999.
- OLIVEIRA, A. C. S. de. Informação jurídica: o desafio do atendimento na era virtual. In: SEMINÁRIO DE INFORMAÇÃO JURÍDICA, 2., 2006, Recife. **Anais...Recife**, [s.n.], 2006.
- OLIVEIRA, M. de. Origens e evolução da Ciência da Informação. In: OLIVEIRA, M. de (Coord.). **Ciência da Informação e Biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.
- ORIHUELA, J. L. Twitter y el boom del microblogging. **Educar: Educación y TIC**. Argentina, 22 nov. 2007. Disponível em <<http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/super-sitios/twitter-y-el-boom-delmicroblo.php>>. Acesso em: 12 jan. 2015.
- PÁDUA, E. M. M. de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teóricoprática**. 2. ed. Campinas: Papiros, 1997.
- PASSOS, E. O controle da informação jurídica no Brasil: a contribuição do Senado Federal. **Revista da Ciência da Informação**, Brasília, v. 23, n. 3, p. 363-368, set./dez. 1994.
- PASSOS, E.; BARROS, L. V. **Fontes de informação para pesquisa em Direito**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2009.
- PINHEIRO, P. P. **Direito digital**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- _____. **Direito digital**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- PLATT, J. Case study in American methodological thought. **Current Sociology**, London, v. 40, p. 17-48, 1992.
- PORTES, A. Capital social: origens e aplicações na sociologia contemporânea. **Sociologia, problemas e práticas**, n. 33, p. 133-158, 2000.

POWELL, W.; SMITH-DOERR. Network and economic life. In: SMELSER, N.; SWEDENBERG, R. **The Handbook of Economic Sociology**. Princeton: University Press, 1994.

PRADO, J. M. K. do; LUCAS, E. R. O.; HERRERO-CURIEL, E. As bibliotecas nacionais iberoamericanas na web 2.0: resultados parciais sobre o Facebook. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECOLOGIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: [s.n.], 2013.

PRATES, A. A. P.; CARVALHAES, F. A. O.; SILVA, B. F. A. Capital social e redes sociais. In: AGUIAR, N.(Org.). **Desigualdades sociais, redes de sociabilidade e participação política**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

PUTNAM, R. D. Bowling alone: America's declining social capital. **Journal of Democracy** Washington, p. 65-78, 1995.

_____. **Bowling alone: the collapse and revival of American Community**. New York: Simon e Schuster, 2000.

_____. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

_____. The prosperous community: social capital and public life. **The American Prospect**, [S.l.], n. 13, 1993. Disponível em: <<http://epn.org/prospect/13/13putn.html>>. Acesso em: 08 jul. 2014.

REALE, M. **Lições preliminares de direito**. São Paulo: Saraiva, 1984.

RECUERO, R. Redes sociais no ciberespaço: uma proposta de estudo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 2005. p. 1-15.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2008.

_____. **Redes sociais na internet e difusão das informações**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R.; ZAGO, G. A economia do retweet: redes, difusão de informações e capital social no twitter. **Contracampo**, Rio de Janeiro, n. 24, 2012. Disponível em: <<http://zip.net/bbrNCS>>. Acesso em: 11 ago. 2015.

RESNICK, P. Beyond boliche juntos: o capital socio-técnica. In: CARROLL, J. (Ed.). **HCI no novo milênio**. New York: Addison-Wesley, p. 647-672, 2001.

REZENDE, A. P. Pesquisa jurídica em fontes eletrônicas. In: PASSOS, E. (Org.). **Informação jurídica**. Brasília: Thesaurus, p. 172-188, 2004.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBISON, L. et al. Is social capital really capital? **Review of Social Economy**, [S.l.], v. 60, n. 1, p. 1-20, 2000.

RODAS, L. C. P. **Democracia e cidadania na web social**: participação, colaboração, e produção coletiva de conhecimento, 2009. 256f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Niterói, 2009.

ROESE, M. A metodologia do estudo de caso. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 189-200, 1999.

ROMANINI, V. Tudo azul no universo das redes. **Revista USP**, São Paulo, n. 92, p. 58-73, dez./fev. 2011-2012. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/viewFile/34884/37620>>. Acesso em: 07 jul. 2015.

ROSA, G. A. M.; SANTOS, B. R. **Facebook e as nossas identidades virtuais**. Brasília: Tesaurus, 2013.

SAFKO, L.; BRAKE, D. K. **A bíblia da mídia social**. São Paulo: Blucher, 2010.

SALANEK FILHO, P. **Capital Social e cooperativismo agropecuário no processo de desenvolvimento sustentável local**: uma avaliação da região de atuação da cooperativa Copacol. 2007. 160 f. Dissertação (Mestrado em Organização e Desenvolvimento) – UNIFAE Centro Universitário, Curitiba, 2007.

SANCHEZ-CUADRADO, S.; MOREIRO GONZALEZ, J. A.; LARA, J. M. Las redes sociales y la diseminación del conocimiento. In: VALLS, V.; VERGUEIRO, W. (Org.). **Tendências contemporâneas na gestão da informação**. São Paulo: Ed. Sociologia e Política, 2011, p. 79-91.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 22, p. 23-32, dez. 2003.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTARÉM SEGUNDO, J. E. A documentação: Paul Otlet e o Facebook. In: CRIPPA, J.; MOSTAFA, S. P. (Org.). **Ciência da Informação e documentação**. Campinas, SP: Alínea, 2011. cap.7, p. 99-112.

SANTOS, F. S. **Capital Social**: vários conceitos, um só problema. 2003. 85f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública e Governo) - Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2003.

SANTOS, L. Tecnologia não vai tornar o advogado dispensável. **Revista Consultor Jurídico**, out. 2010. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2010-out-17/democratizacao-informacao-juridica-nao-tirar-trabalho-advogado>>. Acesso em: 07 out. 2014.

SANTOS FILHO, J. C. Pesquisa quantitativa *versus* pesquisa qualitativa: o desafio educacional: quantidade-qualidade. 3. ed. São Paulo: Cortez, p.13-59, 2000.

SARMENTO, A. G. S.; ROSA, A. G. M.; FERREIRA, R. M. Informação jurídica: valor agregado. O quê? Por quem? E para quem?. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 19., 2000, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ARB, 2000. Disponível em: <<http://embauba.ibict.br/cbbd2000/>>. Acesso em: 12 set. 2014.

SENNET, R. **A corrosão do caráter**: as conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 1999.

SILVA, A. G. **Fontes de informação jurídica**. Rio de Janeiro: Interciência, 2010.

SILVA, E.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: UFSC, 2001. Disponível em: <<http://www.portaldeconhecimentos.org.br>>. Acesso em: 14 nov. 2014.

SKEELS, M. M.; GRUDIN, J. **When social networks cross boundaries**: a case study of workplace use of facebook and linkedin. 2009. Disponível em: <<http://zip.net/bjrNBD>>. Acesso em: 11 ago. 2015.

SOTO, W. H. G. A dialética do desenvolvimento regional: capital social, democracia, redes empresariais e dinâmicas territoriais. In: BECKER, D. F.; WITTMANN, M. L. (Org.). **Desenvolvimento regional**: abordagens interdisciplinares. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003. Disponível em: <<http://www.ufpel.tche.br/isp/ppgcs/publicacoes/william/7.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2014.

SOUZA, S. I. N. de. A legalidade da informação e os efeitos da Lei n. 9.296/96: a solução pela técnica da ponderação de interesses dos direitos da república Federativa do Brasil de 1988. In: DINIZ, M. H. (Org.). **Atualidades jurídicas**. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 227-246.

SPADARO, A. **Web 2.0**: redes sociais. São Paulo: Paulinas, 2013.

SPYER, J. **Conectado**: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

SUGAHARA, C. R.; VERGUEIRO, W. C. S. A dinâmica da informação em redes sociais: um estudo na rede arranjo produtivo local. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2012, Maceió. **Anais...** Maceió: ANCIB, 2012.

TALJA, S. Information sharing in academic communities: types and levels of collaboration in information seeking and use. **New Review of Information Behavior Research**, London, v. 3, p. 143-159, 2002.

TEIXEIRA, E. B. A análise de dados na pesquisa científica. **Revista Desenvolvimento em Questão**, Itajaí v. 1, n. 2, p. 177-201, jul./dez. 2003.

TELLES, A. A. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2010.

TOFFLER, A. **Criando uma nova civilização**: a política da terceira onda. Rio de Janeiro: Record, 1995.

TÖNNIES, F. **Princípios de sociologia**. México: Fondo de Cultura Econômica, 1931.

TORRES, C. **A bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

TURKLE, S. **Sherry Turkle**: conectado, mas só. Disponível em: <http://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together?language=pt-br>. Acesso em: 29 ago. 2015.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA. **Curso de Direito**. Disponível em: <<http://www.uel.br/graduacao/direito/pages/eaaj.php>>. Acesso em: 10 out. 2014.

VAN MAANEN, J. **Os contos do campo**: em escrever etnografia. Chicago: University Press, 1988.

XIFRA-HERAS, J. **A informação**: análise de uma liberdade frustrada. Rio de Janeiro: Lux; São Paulo: EDUSP, 1974.

WERSIG, G. Information science: the study of postmodern knowledge usage. **Information Processing & Management**, Oxford, v. 29, n. 2, p.229-239, 1993.

WILLIAMS, D. On and off the 'net: scales for social capital in an online era. **Journal of Computer Mediated**, v. 11, p. 593-628, 2006. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x/full>>. Acesso em: 18 out. 2013.

WORD BANK. **Social capital**. Disponível em: <<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20185163~menuPK:401035~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html>>. Acesso em: 18 dez. 2014.

WU, W. Dimensions of social capital and firm competitiveness improvement: the mediating role of information sharing. **Journal of Management Studies**, [S.l.], v. 45, n. 1, p. 122-146, 2008.

ZANINI, M. T. **Confiança**: o principal ativo intangível de uma empresa. 5. ed. São Paulo: Elsevier, 2007.

ZERNERI, M. B. **Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos – EAAJ**. Londrina: UEL, 2014. Disponível em: <<http://www.uel.br/eaaj/portal/>>. Acesso em: 10 set. 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário

QUESTIONÁRIO

1ª Parte – Sobre o Capital Social

1) Você participa de alguma rede social no ambiente virtual?

- Não participo Sim, Twitter Sim, Facebook Sim, LinkedIn
 Sim, Blog Sim, Youtube

1a) Quantos amigos tem a sua rede no Facebook?

- 10 a 100 101 a 500 501 a 1000 1001 a 3000 mais de 5000

1b) Há pessoa(s) no Facebook em quem confia para te ajudar a resolver problemas relacionados as atividades desenvolvidas como estagiário do EAAJ?

- Ninguém Apenas uma pessoa Duas pessoas De 3 a 6 pessoas De 7 a 0 pessoas
 De 11 a 15 pessoas Mais de 16 pessoas

1) Dessas pessoas, alguma faz parte do círculo familiar?

- Ninguém Somente amigos Familiares (pai, mãe e irmãos) Parentes distantes
 Outros. Quais? _____

1d) Existe alguém que você confie plenamente no Facebook para ajudar em qualquer situação?

- Ninguém Apenas uma pessoa Duas pessoas De 3 a 6 pessoas De 7 a 0 pessoas
 De 11 a 15 pessoas Mais de 16 pessoas

1e) Dessas pessoas, alguma faz parte do círculo familiar?

- Ninguém Somente amigos Familiares (pai, mãe e irmãos) Parentes distantes
 Outros. Quais? _____

1f) Há pessoas no Facebook que você possa falar sobre seus problemas pessoais.

- Ninguém Apenas uma pessoa Duas pessoas De 3 a 6 pessoas De 7 a 0 pessoas
 De 11 a 15 pessoas Mais de 16 pessoas

1g) Dessas pessoas, alguma faz parte do círculo familiar?

- Ninguém Somente amigos Familiares (pai, mãe e irmãos) Parentes distantes
 Outros. Quais? _____

1h) Se você precisasse de um empréstimo (de qualquer natureza), existe(m) pessoas no Facebook que lhe emprestaria?

- Ninguém Apenas uma pessoa Duas pessoas De 3 a 6 pessoas De 7 a 0 pessoas
 De 11 a 15 pessoas Mais de 16 pessoas

1i) Dessas pessoas alguma faz parte do círculo familiar?

- Ninguém Somente amigos Familiares (pai, mãe e irmãos) Parentes distantes
 Outros. Quais? _____

1j) Dos teus contatos do Facebook, quantos dariam boas referências sobre você?

- Ninguém Apenas uma pessoa Duas pessoas De 3 a 6 pessoas De 7 a 0 pessoas
 De 11 a 15 pessoas Mais de 16 pessoas

1k) Dessas pessoas alguma faz parte do círculo familiar?

- Ninguém Somente amigos Familiares (pai, mãe e irmãos) Parentes distantes
 Outros. Quais? _____

2ª Parte – Sobre o Compartilhamento de Informação Jurídica

2) Você lê as informações jurídicas que são postados no Facebook?

- Não Sim, diariamente Sim, semanalmente
 Sim quinzenalmente Sim mensalmente

2a) Com qual objetivo faz a leitura?

2a) Você compartilha (envia) informações jurídicas no Facebook?

- Não Sim, diariamente Sim, semanalmente
 Sim quinzenalmente Sim mensalmente

2b) Explique as informações que geralmente procura.

2c) Normalmente encontra a informação jurídica que procura?

- Não Sim, às vezes Sim, sempre

2d) Você recebe informações jurídicas (legislação, doutrina e jurisprudência) de outras instituições pelo Facebook?

- Não Sim, diariamente Sim, semanalmente
 Sim quinzenalmente Sim mensalmente

2e) Identifique as instituições mais importantes que você recebe informações jurídicas.

2f) Você procura informação jurídica (legislação, doutrina e jurisprudência) pelo Facebook?

- Não Sim, às vezes Sim, sempre

Exemplifique as informações que, geralmente procura:

2g) Quais páginas do Facebook que você conhece, que disseminam informação jurídica?

2h) Quais você considera de maior credibilidade?

3ª Parte – Sobre o Facebook do EAAJ.

3) Você conhece a página do EAAJ no Facebook?

Não Sim

****Se não conhece, favor ir para a Identificação de Perfil (questão 4) do questionário.**

3a) Você "acompanha" as informações postadas no Facebook do EAAJ?

Não Sim

3b) Por quê? Explique.

3c) Você "curte" as informações postadas na página do EAAJ no Facebook?

Não Sim, diariamente Sim, semanalmente

Sim, quinzenalmente Sim, mensalmente

3d) Justifique a sua resposta.

3e) Acha pertinente os conteúdos postados no Facebook do EAAJ?

Não Sim

3f) Justifique a sua resposta.

3g) Já utilizou efetivamente as informações postadas pelo EAAJ no Facebook?

Não Sim, diariamente Sim, semanalmente

Sim, quinzenalmente Sim, mensalmente

3h) Você compartilha informações jurídicas especificamente do Facebook do EAAJ?

Não Sim, diariamente Sim, semanalmente

Sim, quinzenalmente Sim, mensalmente

3i) Por quê?

3j) Você conhece a(s) pessoa(s) que faz(em) a gestão dos conteúdos postados na página do EAAJ no Facebook?

Não Sim

3k) Acha importante saber quem é(são) o(s) gestor(es) das informações postadas no Facebook do EAAJ?

Não Sim

3L) Por quê?

3m) Você acha importante que o EAAJ mantenha a página no Facebook?

() Não () Sim

3n) Justifique a sua resposta.

3o) Qual a sua sugestão de assuntos para futuras postagens no Facebook do EAAJ?

3p) Por quê?

4ª Parte - Perfil

4) Qual a sua idade em anos e meses? Ex.: 32 anos, 04 meses

4a) Estado civil

4b) Qual área do Direito você está fazendo estágio no EAAJ:

4c) Sua família reside em Londrina?

() Não () Sim

4d) Se não, em qual cidade reside?

4e) Tem outra (s) ocupação (ões), além das atividades pertinentes ao curso de Direito?

() Não () Sim

4f) Se sim, qual(is)?

APÊNDICE B – Formulário

Formulário de coleta de dados da Pesquisa documental (Perfis no *Facebook*)

Nome do estagiário	Sigla	Número amigos na rede	Nome como aparece no <i>Facebook</i>	Privacidade do perfil	Foto no perfil	compartilha informação jurídica (sim ou não)	De onde?	Frequencia
	est1							
	est2							
	est3							
	est4							
	est5							
	est6							
	est7							
	est8							
	est9							
	est10							
	est11							
	est12							
	est13							
	est14							
	est15							
	est16							
	est17							
	est18							
	est19							

APÊNDICE C – Termo de consentimento livre e esclarecido do participante

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido**“O capital social e o compartilhamento da informação jurídica na mídia social *Facebook*.”**

Prezado (a) Senhor (a),

Gostaríamos de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “O capital social e o compartilhamento da informação jurídica na mídia facebook”, realizada no “Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos”. O objetivo da pesquisa é “verificar o capital social dos discentes do 5º ano do Curso de Direito que fazem estágio no EAAJ e o compartilhamento da informação jurídica na mídia facebook, bem como delinear seu perfil”. A sua participação é muito importante e ela acontecerá à partir das suas respostas no presente questionário. Gostaríamos de esclarecer que sua participação é totalmente voluntária, podendo você: recusar-se a participar, ou mesmo desistir a qualquer momento sem que isto acarrete qualquer ônus ou prejuízo à sua pessoa. Informamos ainda que as informações serão utilizadas somente para os fins desta pesquisa e serão tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade.

Informamos que o(a) senhor(a) não pagará nem será remunerado por sua participação. Caso o(a) senhor(a) tenha dúvidas ou necessite de maiores esclarecimentos pode me contactar Eliane M. S. Jovanovich, fone: (43) 8416-xxxx. Este termo em duas vias de igual teor, sendo uma delas, devidamente preenchida, assinada e entregue ao(a) senhor(a).

Londrina, _____ de abril de 2015.

Pesquisadora: Eliane M. S. Jovanovich - RG:x.xxx.xxx-x

APÊNDICE D – Lista das instituições jurídicas citadas

Instituição	Endereço Eletrônico	Nº
Âmbito Jurídico	https://www.facebook.com/pages/Ambito-Jur%C3%ADdico/149524845078414?fref=ts	2
Conselho Nacional de Justiça	https://www.facebook.com/cnj.oficial?fref=ts	3
Pragmatismo Político	https://www.facebook.com/PragmatismoPolitico?fref=ts	1
Conjur	https://www.facebook.com/ConsultorJuridico?fref=ts	8
Jusbrasil	https://www.facebook.com/JusBrasil?fref=ts	4
OAB	http://www.oab.org.br/ (site)	3
Jusnavegandi	http://jus.com.br/ (site)	1
EAAJ	https://www.facebook.com/EAAJUEL?ref=hl	8
Senado Federal	https://www.facebook.com/pages/Senado-Federal-do-Brasil/109730072380187?fref=ts	2
Câmara dos Deputados	https://www.facebook.com/camaradeputados	2
Supremo Tribunal Federal	https://www.facebook.com/SupremoTribunalFederal.STF?fref=ts	11
Superior Tribunal de Justiça	https://www.facebook.com/stjnoticias?fref=ts	7
Tribunal Regional do Trabalho 9ª Região	http://www.trt9.jus.br/internet_base/inicial.do?evento=cookie (site)	2
Tribunal Superior do Trabalho	https://www.facebook.com/TSTJus?fref=ts	4
Jurisway	https://www.facebook.com/JurisWay?fref=ts	3
Mundo Jurídico	https://www.facebook.com/pages/Mundo-Juridico/262520273809876?fref=ts	1
Migalhas	https://www.facebook.com/PortalMigalhas?fref=ts	2
IBCCRIM	https://www.facebook.com/ibccrim?fref=ts	1
Tribunal de Justiça de São Paulo	https://www.facebook.com/TJSPoficial?fref=ts	1
Saber Jurídico	https://www.facebook.com/AdprevHor?fref=ts	1
Ministério Público do Trabalho	https://www.facebook.com/mpt.br	2
Ministério Público de São Paulo	https://www.facebook.com/mpsp.oficial	1
Ministério Público Federal	https://www.facebook.com/MPFederal	1
Advocacia Scalassara & Associados	https://www.facebook.com/AdvocaciaScalassaraAssociados	1
Dizer Direito	https://www.facebook.com/dizerodireito?fref=ts	1
Damásio Educacional Londrina	https://www.facebook.com/damasiolondrina	1
IEPREV	https://www.facebook.com/leprev	2
Diversos Tribunais de Justiça		1
Normalmente páginas de professores		1