



GIDJ/RJ

Grupo de Profissionais em Informação e Documentação
Jurídica do Rio de Janeiro - GIDJ/RJ

Biblioteca Jurídica e o uso das tecnologias de comunicação e das mídias sociais

Eliane Maria da Silva Jovanovich

Bibliotecária do Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Especialização em Gerência de Unidades de Informação e Mestrado em Ciência da Informação (UEL).

1 INTRODUÇÃO

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

Em 2014 o auge foi a internet nos aparelhos móveis, internet na ponta dos dedos e em 2015 tivemos o Marco Civil da internet, ou seja, as mudanças trouxeram a necessidade de uma lei para estabelecer princípios e garantias do uso da internet no país.

O século XX foi cenário de grandes descobertas e evolução nas diversas áreas do conhecimento. No campo tecnológico houve uma revolução das tecnologias num ritmo acelerado. Os indivíduos estão sendo

“engolidos” no dia a dia, o tempo está escasso, a cada segundo o excesso de informação gerada é enorme e neste mesmo tempo existe uma carência muito grande de conhecimento (PINHEIRO, 2010).

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).

2 TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO

Desde a Pré-História, conhecida também como a época das cavernas, o homem fazia seus registros, com a finalidade de se comunicar. Os índios se comunicavam por sinal de fumaça; em 1944, piloto britânico solta pombo-correio com mensagem durante um bombardeio da Segunda Guerra Mundial; 25 de janeiro de 1663 foi criada a Agência de Correios e Telégrafos para a circulação das cartas, transmissão de sinais de código Morse, surgimento da máquina de escrever; em 1843, Alexander Bain apresentou o aparelho de fax; em 1932 surge o Telex; em 1876 surge o aparelho de telefone (Alexander Graham Bell) e sofrem grandes modificações no decorrer desses anos. Em 1973 surge o aparelho celular criado por Martin Cooper e hoje temos os smartphones. Em 1976 surge um protótipo de computador: Apple I e em 1977 surge o primeiro computador: Apple II, que foi evoluindo para modelos mais avançados surgindo os notebooks, os tabletes, aparelhos de ponta.

Flamino, et al (2008, p. 9) ressalta que “[...] as tecnologias de informação e comunicação propiciaram a ruptura das fronteiras territoriais”. Pinheiro (2010, p. 45) destaca que “[...] toda mudança



GIDJ/RJ

Grupo de Profissionais em Informação e Documentação
Jurídica do Rio de Janeiro - GIDJ/RJ

tecnológica é uma mudança social, comportamental [...]”.

3 CENÁRIO JURÍDICO

Hoje as mídias sociais estão sendo utilizadas por diversos tipos de instituições, como por exemplo:

- Escritórios de advocacia;
- Órgãos governamentais (todas as esferas);
- Universidades;
- Instituições que propiciam cursos na área jurídica;
- Operadores de Direito: na vida pessoal, profissional.

4 REDES E MÍDIAS SOCIAIS

No Brasil a internet surgiu por volta de 1995 e a sua utilização se popularizou entre as pessoas e as interações sociais se desenvolveram no ambiente virtual. Os sites de relacionamentos existentes se modificaram em tão pouco tempo e se tornaram grandes redes por intermédio das plataformas de comunicação denominadas mídias sociais.

Desde então, surgiram diversas plataformas de comunicação: E-mail, Chat, Messenger, Skype, WhatsApp, as Mídias sociais: Orkut, Youtube, Facebook, Twitter, Blogs, entre outras.

5 EXPERIÊNCIA DE USO DAS MÍDIAS EM UNIDADE JURÍDICA UNIVERSITÁRIA

O Escritório de Aplicação de Assuntos Jurídicos (EAAJ) foi fundado em 1973, e é um órgão suplementar da Universidade Estadual de Londrina. Caracteriza-se um Escritório Escola e tem como missão o trabalho social e o estágio

curricular obrigatório dos alunos do 4º e 5º ano do curso de Direito.

A mídia adotada foi o Facebook, em conjunto com a biblioteca que é responsável pelo suporte informacional jurídico, contribuindo para a prática forense dos acadêmicos no estágio curricular obrigatório, por conseguinte com a formação profissional, objetivando promover a busca, o acesso, a recuperação, o uso e a disseminação de informações.

6 VANTAGENS NO USO DAS MÍDIAS

- Visibilidade gera abrangência, o número de “curtidore” aumentou de 53 para 893.
- Tem um grande alcance;
- Facilidade de acesso das plataformas móveis;
- Oferece ferramentas de mensagens e bate papo;
- Fornece métricas detalhadas e avançadas;
- Rapidez na disseminação e compartilhamento de informações;
- Aumento das interações na rede;
- A gestão de conteúdos relevantes;
- Permite uma vasta gama multimídia, desde vídeos, arquivos, áudios etc.;
- Permite a criação de grupos fechados e abertos para interação entre usuários com interesse em comum;
- Fornece uma ótima ferramenta para comparar o desempenho com outras fanpages concorrentes.



GIDJ/RJ

Grupo de Profissionais em Informação e Documentação
Jurídica do Rio de Janeiro - GIDJ/RJ

7 DESVANTAGENS NO USO DAS MÍDIAS

- Seu alcance orgânico (não pago) é menor, em muitos casos, obrigando a pagar para que seu conteúdo seja relevante para seus usuários, ou seja existe a opção de efetuar pagamentos para que o perfil seja mais visualizado ou tenha maior visibilidade comercial;
- Os anúncios patrocinados não permitem mais do que 25% de texto na imagem;
- O Google “ainda” não indexa os conteúdos postados;
- Não possui uma ferramenta de busca eficiente;
- O conteúdo postado temporário passa a ser momentâneo, justamente pelo fato de que o sistema de recuperação da informação na própria plataforma é ineficaz.

8 CONSIDERAÇÕES

As bibliotecas jurídicas independente do seu contexto devem fazer uso das tecnologias de comunicação, pois são ferramentas que irão auxiliar o bibliotecário na disseminação e no compartilhamento das informações, propiciando a visibilidade.

Devem utilizar as mídias sociais para estar em consonância com seus usuários, com o seu público, considerando muitas vezes as gerações Y, Z e os nativos digitais (futuros clientes potenciais).

Ainda não podemos realizar uma análise detalhada dos impactos tecnológicos sobre a nova geração, pois estamos vivendo um momento de muitas transformações. Os

acontecimentos atuais se modificam a cada minuto, como uma grande base de dados onde vamos adicionando informações e a todo momento surgem informações novas, novos conteúdos. É sabido que temos que acompanhar essas transformações, de forma a melhorar ou desenvolver produtos e serviços que atendam a nossa demanda atual, pois as necessidades também se alteram diante desse cenário de evoluções tecnológicas.

Recebido em 02 de maio de 2016.

Nota: Este artigo foi texto-base na conferência de mesmo título, proferida no I Ciclo de Palestras do GIDJ/RJ, em 20 de maio de 2016.