

Uso de redes sociais como ferramenta estratégica para o empreendedorismo jurídico. Administração

•Kassia Kalianny Gomes da Silva Morais (mentora) ¹; Julia Alves Luxidi Soares², Ana Júlia Brito de Oliveira³, Luana Yasmin Silva Borges Muniz⁴, Julia Pereira Marques⁵, Yasmim Moreno Dias⁶ Laís Karla da Silva Barreto⁷ (orientadora)

Universidade Potiguar

Mestrado em Administração, Salgado Filho

Introdução

•A internet tem se modificado enquanto ferramenta para disseminação de conteúdos. A sua forma de utilização, e mais especificamente no contexto das mídias sociais, deixou de ter apenas a função recreativa. Esta é ainda uma das funções mais significativas para a ferramenta, porém cada vez mais, os profissionais de diversos ramos estão utilizando essas ferramentas para trabalhar, engajar pessoas, vender produtos e serviços e fazer atendimentos.

Objetivos

Analisar perfis de advogados, em mídias sociais e quais os motivos que os levaram a escolher esse modo de fazer jurídico.



Metodologia

O estudo realizado neste trabalho pode ser caracterizado como do tipo descritivo. Foi possível analisar como o uso do Instagram é capaz de impulsionar o empreendedorismo jurídico e a atuação dos profissionais desta área em redes sociais, além de avaliar as lacunas, as possibilidades e traçar o perfil destes profissionais.

Resultados

•Ao final desta pesquisa, pode-se concluir que o perfil dos advogados que utilizam o Instagram como ferramenta de trabalho e analisados neste estudo são profissionais de áreas distintas, com seguidores entre 3 e 12 mil, que entendem razoavelmente das métricas da plataforma e a utilizam para uso profissional e pessoal. A maioria possui a conta há mais de 3 anos, o que significa que estão na plataforma mesmo antes do evento pandêmico mais recente.

Os perfis dos advogados analisados têm utilizado o Instagram como fonte de captação de seguidores e networking, porém não mantêm uma periodicidade muito constante em suas atividades de postagem e interação com os seguidores.

•Com relação à percepção, destacamos que eles entendem a utilização da ferramenta e produzem engajamento, compreendendo que a ferramenta pode ajudá-los a conseguir mais clientes.

Conclusões

A carreira jurídica sempre foi muito tradicionalista e com o passar dos anos este cenário passou a ser modificado, o que gerou uma verdadeira quebra de paradigma, quando o profissional advogado passou a considerar sua carreira como um verdadeiro negócio. Deste modo, podemos concluir que os perfis dos advogados analisados neste estudo revelam o conhecimento sobre a importância do Instagram, como ferramenta veiculadora do trabalho na área jurídica e que pode ser utilizada como forma de fomentar o empreendedorismo nesta área

Bibliografia

- GOUVEIA, Carlos; YOSHIKAWA, Caio. **O perfil do advogado empresarial contemporâneo: entre o arquiteto institucional e o empreendedor jurídico**. Cadernos FGV Direito Rio. Educação e Direito, v. 10, p. 22. 2014.
- LEMONS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet: Em direção a uma ciberdemocracia planetária**. Comunicação. São Paulo, SP: Paulus. 2010.
- LIMA, Manuela; Costa, Sebastião. **Direito Inovação e Ciência: Possibilidades e desafios da sociedade do conhecimento**. Arquivo Jurídico. V 6. N.1. 2019.
- PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012. 48 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais, Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.
- TERÊNCIO, Marlos Gonçalves; SOARES, Dulce Helena Penna. A Internet como ferramenta para o desenvolvimento da identidade profissional. **Psicologia em Estudo**, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 313-324, dez. 2003. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1413-73722003000200015>.
- VISCO, Ignazio. **A crise financeira e as previsões dos economistas**. **Estud. av.**, São Paulo, v. 23, n. 66, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_art