

A presente pesquisa desenvolve-se no Laboratório de Divulgação de Ciência, Tecnologia e Inovação Social (LaDCIS) e tem como objetivo compreender motivações de adolescentes usuários da rede social *Orkut* e como é feita a representação de si no meio virtual. Pretende-se, ainda, verificar mudanças e tendências no âmbito das relações sociais. Uma das hipóteses do trabalho é que a fragilização dos laços afetivos (BAUMAN, 2003) pode ter relação com o uso precoce e contínuo dessa ferramenta de sociabilidade. A rede em questão atinge grande parte dos jovens brasileiros, entre eles crianças e adolescentes. Estimativas recentes sugerem que o *Orkut* seja o site mais acessado entre os internautas de 13 a 18 anos (*forumpcs.com.br*, acesso em 29/07/2010). A pesquisa é efetuada a partir das páginas pessoais de jovens e também de questionários para verificar o comportamento de estudantes em dois colégios da capital, um privado, outro público. Os dados são organizados com recurso do programa Excel. Resultados preliminares das análises indicam que, entre as principais motivações do uso do *Orkut* por jovens, está a de expandir suas redes – conhecer gente. Para tal, o jovem dispõe de recursos como comunidades estéticas que, como uma roupa, o usuário pode vestir e descartar a qualquer momento (BAUMAN, 2000) com a intenção de causar sempre uma impressão favorável (GOFFMAN, 1985). Foi constatada também uma certa obsessão pela projeção, pelo célebre, uma vontade de ser a personalidade “do momento” como já apontava estudo anterior (SIBÍLIA, 2008; MOCELLIM, 2007).