

CRUZ, Ruleandson do Carmo. Redes sociais virtuais de informação sobre amor: comportamento e cultura informacional de usuários do Orkut. 320f. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. 2011

*Estuda as redes sociais virtuais de informação sobre amor formadas por usuários do site Orkut, focando-se no comportamento e na cultura informacional de tais usuários, bem como na representação social do amor por eles criada. Tem como objeto de estudo cinco das comunidades virtuais sobre amor existentes no referido site: —Se é amor q... seja verdadeiro!||, —Amor e sexo em debatell, —Eu ACREDITO no amor||, —Amor, Respeito e Confiançall e —O mito do amor romântico||. Considera como universo empírico: em análise geral, as listagens de tópicos e de enquetes presentes nas referidas comunidades; em análise específica, cinco tópicos de definição do amor e 103 dos perfis de usuários mais ativos nas comunidades em estudo. Estrutura-se metodologicamente como um estudo de casos múltiplos incorporados. Triangula as metodologias dos estudos de usuários da informação, da análise de redes sociais e do estudo das representações sociais. Triangula os dados obtidos na análise documental dos fóruns e perfis, bem como das respostas dos questionários dos 103 usuários em análise e das entrevistas com dois dos proprietários das comunidades em avaliação. Constrói seu referencial teórico mediante algumas das principais teorias e teóricos de seis eixos temáticos: redes sociais, comportamento informacional, cultura informacional, representações sociais, amor, e Orkut. Identifica as principais representações sociais do amor apresentadas pelos usuários, como amor líquido, amor romântico, poliamor, amor enquanto sentimento tão incerto que se precisa recorrer ao sobrenatural, amor enquanto relação prática entre dois indivíduos, mito de Eros e Psique, e amor enquanto sentimento indefinível. Traça o perfil informacional amoroso dos usuários, em sua maioria, adultos, mulheres, envolvidos em relacionamentos amorosos, desejosos por se casar, e que utilizam informações sobre amor para personalizarem seus perfis no Orkut. Caracteriza o comportamento informacional como sendo motivado, principalmente, pelos sentimentos de saudade da pessoa amada, extrema felicidade e extrema tristeza no amor e pelo interesse em estudar o amor. Configura a cultura informacional como sem*

*normas e orientações explícitas na maioria das comunidades. Desenha as redes sociais virtuais de informação sobre amor e considera-as como redes de baixa densidade, centralidade e intermediação, apesar de algumas das redes serem de alta densidade informacional. Conclui, dentre outras constatações, que as redes sociais em estudo fornecem informação de ajuda e suporte aos seus usuários e funcionam como comunidades-cabide.*