



# Social Network

*Social network*: o lo amas o lo detestas, difícil estar en el medio. Si después preguntamos por ahí qué cosa sean, difícilmente se comprende. La respuesta más escuchada es: *Factbook*. Sí, pero qué es *Factbook*? “Es un sitio donde te inscribes y puedes cambiar palabras, fotos, link y pensamientos con tus amigos”. En efecto, un social Network es justamente esto: un lugar virtual donde

ponerse a la vista, crear y/o mantener relaciones con un determinado grupo de personas.

La traducción literal de social Network es *red social*, un grupo unido por afinidad social, territorial, intereses, hobby, etc. *Factbook*, literalmente *libro de las facce*, fue creado por Mark Zuckerberg en la universidad de Harvard para poner en contacto a los varios estudiantes (4 febrero 2004), pero muy pronto solicitaron pedidos de inscripción estudiantes de otras universidades para abrirse después al mundo entero el 11 de noviembre de 2006.

El fenómeno de los social Network, desarrollado gracias al avance del proceso de informatización y al *digital divide*, en disminución, ha tenido un incremento exponencial gracias a dos elementos muy importantes para el ser humano.

1. *La necesidad de relación*. La globalización y la vida en las grandes ciudades son despersonalizantes. Los social Network ayudan a estar en contacto velozmente y a costo cero, con el propio grupo social y también con la posibilidad de ampliarlo en base a los propios intereses, deseos y aptitudes.
2. *La necesidad de manifestar el propio yo*. Siempre a causa de la globalización, las personas corren el riesgo de perderse y de no identificarse ya consigo mismas, sino con la massa. Los social Network, además de favorecer la creación de grupos por interés, son también una especie de vitrina donde es posible poner en muestra la propia identidad, real o reconstruida, dando la posibilidad de “existir” y sobresalir respecto a la masa. Es aquí que la fuerza de las imágenes sobrepasa a los contenidos, atrayendo al “visitador”, como las sirenas de Ulises, con la fuerza de la “figuración”.

Marck Zuckerberg, basándose sobre la idea de Frigyes Karinthy (1929) de la existencia de un máximo de seis grados de separación entre un sujeto y otro, tiene el ambicioso proyecto de crear un servicio en grado de hacer un mapa de todas las relaciones existentes entre las personas.

Pensando a todo lo hecho por San Pablo, impulsado por la acción del Espíritu, no debemos dejar escapar esta grandísima posibilidad. El Apóstol de los gentiles, incansable evangelizador, ha ido a lugares desconocidos para él, ha establecido relaciones, ha mantenido lazos a través de cartas y enviando personas amadas a las comunidades fundadas por él. Si pensamos en las community presentes en el Web, la posibilidad de contacto vía email, chat, vídeo Chat, telefonadas y conferencias, nos damos cuenta muy pronto que tenemos a disposición instrumentos muy veloces y eficaces para llegar a ser los nuevos evangelizadores, poniéndonos en el nuevo Atrio de los gentiles. Pablo VI (*Evangelii nuntiandi*, 45), refiriéndose a los medios de comunicación social, nos recuerda que la Iglesia «se sentiría culpable frente a su Señor si no usara estos poderosos medios». Si una exhortación tan fuerte y viva está hecha en 1975, no podemos eludirla hoy, constantemente incitados por el Papa a vivir los media como lugar de evangelización.

Hoy, a treinta y seis años de distancia, Benedicto XVI en el mensaje para la 45ª Jornada mundial para las comunicaciones sociales dice que «está naciendo un nuevo modo de aprender y de pensar, con inéditas oportunidades de establecer relaciones y de construir comunión», o prepararnos para la evangelización. En esto los social Network, ciertamente, son de gran ayuda.

Si san Pablo hubiera vivido en nuestros días no habría dejado escapar la oportunidad de los New media, utilizando no sólo las tradicionales cartas, sino también los email, youtube y los social Network. Ciertamente, no como único medio para comunicar, sino integrándolos al contacto humano y como prosecución de éste.

De este modo vive la extragrande mayoría de los usuarios de Facebook: una situación de continuidad entre la relación cara a cara (la cual vive del calor, de la mirada, de la “palmadita” en la espalda) y la relación online (limitada por la ausencia – solamente del cuerpo del interlocutor – y vivida como la prolongación de una relación ya iniciada). Lo real y lo virtual no están en contraposición, sino que están uno en ayuda del otro. Esta última consideración refuta el mito de una evangelización hecha exclusivamente “desde el sillón de casa”.

Último elemento portante es la gestión de las relaciones. En Facebook es fácil agregar “amigos” al propio perfil, y el sistema permite tener hasta un máximo de 5000. Pero la cuestión es otra. La evangelización tiene necesidad de relaciones, y habitualmente logramos realizar no más de veinte de modo atento y fructuoso. Esto significa que si es verdad que podemos entrar en contacto de modo más veloz con nuestros “amigos”, es también verdad que no es posible considerarlos a todos, al menos del mismo modo.

Todas estas consideraciones no quieren demonizar a los new media, sino que nos sirven para colocarlos en el justo lugar y tranquilizar a quien piensa que ellos pueden sustituir a la persona. El Señor de la vida ha elegido al hombre para encarnarse; un Hombre que ha caminado en la tierra, que ha entrado en contacto con hombres y mujeres de todas las edades, que ha establecido relaciones de diversos tipos y valores con muchas personas y que ha decidido enviar hombres a evangelizar. Es la persona la que anuncia, con el auxilio de los poderosos medios de la comunicación, con la fuerza del testimonio de la propia vida, pero sobre todo, haciendo ver que detrás de la propia vida, está un amor grande del Señor resucitado.

*P. Alessandro Paone*