

Social Network



Social network: ou o amas ou o detestas, é difícil um caminho pela metade. Também, quando se pergunta o que seja, dificilmente obtemos uma resposta correta. A resposta mais comum é: *facebook*. Sim, mas o que é *facebook*? “É um site onde te inscreves e podes trocar palavras, fotos, links e pensamentos com teus amigos”. E, com efeito, um social network é isso mesmo: um lugar

virtual onde é possível colocar-se em evidência, criar e/ou manter relações com um determinado grupo de pessoas.

A tradução literal de social network é *rede social*, um grupo unido por afinidades sociais, territoriais, interesses, hobby, etc. Facebook, literalmente *livro das faces*, foi criado por Mark Zuckerberg na universidade de Harvard para pôr em contato os vários estudantes (4 de fevereiro de 2004), mas logo houve pedido de inscrição por outras universidades, para depois abrir-se ao mundo inteiro aos 11 de novembro de 2006.

O fenômeno dos sociais network, desenvolvido graças ao processo da informatização e ao *digital divide*, em decréscimo, teve um incremento exponencial graças a dois elementos muito importantes ao ser humano.

1. *A necessidade de relação*. A globalização e a vida nas grandes cidades são despersonalizantes. Os sociais network ajudam a permanecer em contato de modo veloz e a custo quase zero, com o próprio grupo social e com a possibilidade de ampliá-lo em base aos próprios interesses, desejos e atitudes.
2. *A necessidade de manifestar o próprio eu*. Sempre por causa da globalização, as pessoas arriscam perder-se e não mais identificar-se consigo mesmas, mas com a massa. Os sociais network, além de favorecer a criação de grupos por interesse, são também uma espécie de vitrine onde é possível colocar a amostra bonita da própria identidade, real ou reconstruída, dando a possibilidade “de existir” e emergir em relação à massa. É aqui que a força das imagens leva vantagem sobre a dos conteúdos, atraindo o “visitador”, como as sirenes Ulisses, com a força da “figuração”.

Marck Zuckerberg, baseando-se na ideia de Frigyes Karinthy (1929) da existência de um máximo de seis graus de separação entre um sujeito e outro, tem o projeto ambicioso de criar um serviço em grau de mapear todos os encontros existentes entre as pessoas.

Pensando em tudo o que fez s. Paulo, impelido pela ação do Espírito, não podemos deixar escapar esta grandíssima possibilidade. O Apóstolo das gentes, incansável evangelizador, esteve em lugares por ele desconhecidos, criou relações, manteve elos através de cartas, e enviando pessoas que lhe eram queridas às comunidades por ele fundadas. Se pensarmos nas comunidades presentes na web, a possibilidade de contato via e-mail, chat, vídeochat, telefone e conferências, tomamos consciência que temos à nossa disposição instrumentos muito mais velozes e eficazes para ser os novos evangelizadores, colocando-nos no novo *Pátio dos gentios*. Paulo VI (*Evangelii nuntiandi*, 45), referindo-se aos meios de comunicação social, nos lembra que a Igreja «sentir-se-ia culpada diante de seu Senhor, se não usasse esses meios potentes». Se uma exortação assim forte e viva nos é feita em 1975, não podemos deixá-la de lado hoje, em que somos constantemente incitados pelo Papa a viver os mídias como lugar de evangelização.

Hoje, 36 anos depois, Bento XVI, na mensagem pelo 45º Dia mundial das comunicações sociais, diz que «está nascendo um novo modo de aprender e de pensar, com oportunidades inéditas de estabelecer relações e de construir comunhão», usando-as para a evangelização. Nisto os sociais network, certamente são de grande ajuda.

Se s. Paulo vivesse em nossos dias não deixaria escapar a oportunidade dos *novos mídias*, usando não só as cartas tradicionais, mas também os e-mails, youtube e os sociais network. Certamente, não como único meio para comunicar, mas integrando-os ao contato humano e como continuação do mesmo.

Nesse modo vive a grande maioria dos usuários do facebook: uma situação de continuidade entre a relação face a face (a qual vive do calor, do olhar, da “mão” sobre o ombro) e a relação online (limitada pela ausência – mas apenas do corpo do interlocutor – e vivida como um prolongamento de uma relação já em caminho). O real e o virtual não são, portanto, contraposições, mas um é ajuda para o outro. Esta última consideração desfaz o mito de uma evangelização feita exclusivamente “da poltrona de casa”.

O último elemento portador é a gestão das relações. Com facebook é fácil acrescentar “amigos à própria relação”, e o sistema permite chegar ao máximo de 5000. Mas a questão é outra. A evangelização tem necessariamente necessidade de relações, e habitualmente chegamos a criar não mais de 20, de modo atento e frutuoso. Isto significa que, se é verdade que podemos entrar em contato de modo mais veloz com nossos “amigos”, também é verdade que não é possível gerenciá-los todos, ao menos, não do mesmo modo.

Todas essas considerações não querem demonizar os novos mídias, antes, servem para colocá-los no seu justo lugar e tranquilizar quem pensa que esses podem substituir a pessoa. O Senhor da vida escolheu o homem para encarnar-se: um Homem que caminhou sobre a terra, que entrou em contato com homens e mulheres de todas as idades, que teceu relações de diversos tipos e de diverso valor com muitas pessoas, que decidiu enviar homens a evangelizar. É a pessoa que anuncia com a ajuda dos potentes meios de comunicação, com a força do testemunho da própria vida, mas, sobretudo, mostrando que atrás da própria vida, está o grande amor do Senhor ressuscitado.

p. Alessandro Paone