

A ilusão das redes sociais Por Dulce Critelli

O narcisismo, a superficialidade e o distanciamento, entre outras características das relações virtuais, formam pessoas cada vez mais individualistas e egoístas. É indiscutível o importante papel que as redes sociais desempenham hoje nos rumos de nossa vida política e privada. São indiscutíveis também os avanços que introduziram nas comunicações, favorecendo a aproximação de as pessoas e, em se tratando das redes profissionais, facilitando a visibilidade e a circulação de produtos no mercado de trabalho. A velocidade com que as redes veiculam informações, a extensão territorial alcançada e a imensa quantidade de pessoas que atingem simultaneamente não eram presumíveis cerca de uma década atrás, nem mesmo pelos seus criadores. As redes provocam mudanças nos relacionamentos, interferindo significativamente em nosso comportamento social e político. Isso merece nossa atenção, pois acredito que uma característica das redes sociais é, por mais contraditório que pareça, a implantação do isolamento como padrão para as relações humanas.

Ao participarmos das redes sociais, acreditamos ter muitos amigos a nossa volta, estarmos ligados a todos os acontecimentos e participarmos efetivamente de tudo isso, que é, ao mesmo tempo, uma verdade e uma ilusão – isso porque essas conexões são superficiais e instáveis. Os contatos se formam e se desfazem com muita rapidez; os vínculos estabelecidos são voláteis e atrelados a interesses momentâneos. Além disso, as relações cultivadas nas redes sociais se baseiam na virtualidade, portanto, no distanciamento físico entre as pessoas. Isso nos permite, com facilidade, entrar em contato com as pessoas e afastá-las quando bem quisermos. Tal virtualidade garante comunicação sem intimidade. Em 1995, quando as redes sociais nem sequer eram cogitadas, o filme americano *Denise Calls Up* (*Denise Está Chamando*) já apresentava uma crítica às relações estabelecidas entre as pessoas através dos recursos da época: computador, telefone e aqueles enormes celulares. Os personagens eram alguns amigos que se comunicavam continuamente, mas tinham muitas dificuldades e até mesmo aversão de se encontrar pessoalmente. Nunca me esqueci desse filme, impressionada que fiquei com a possibilidade, hoje tão iminente, de mutações essenciais nas condições de nossa existência. O que aconteceria conosco se não precisássemos mais da proximidade física de uns com os outros? O que morreria em nós, se essa proximidade deixasse de acontecer?

Disponível em: <https://www.aldeianago.com.br/artigos/6-comportamento/8391-a-ilusao-das-redes-sociais-por-dulce-critelli>.
Adaptado. Acesso em 9.mar.2023.

CONTEXTUALIZAÇÃO E COMANDO: Imagine que, depois de lida a matéria acima, sobre “A ilusão das redes sociais”, da psicóloga Dulce Critelli, você, diante da importância do assunto, decida escrever uma **CARTA DO LEITOR**, endereçada ao editor do Aldeia Nagô – Agenda Cultural, em cuja carta você manifestará suas impressões/opinião sobre a matéria lida. Você deverá, ao longo da carta, responder à indagação com que a autora finalizou o texto: “O que morreria em nós, se essa proximidade [física, de uns com os outros] deixasse de acontecer?”

Só para lembrar...

A **CARTA DO LEITOR** (ou **CARTA AO EDITOR**) é o gênero textual que permite o diálogo entre leitor e editores de jornais e revistas – em tais veículos de comunicação é comum haver um espaço reservado para essa interlocução. Por meio da carta, o leitor manifesta sua opinião acerca de matéria veiculada, geralmente, em edições recentes. A **CARTA DO LEITOR** pode, ainda, elogiar a edição, registrar um protesto acerca do assunto, sugerir a tomada de medidas ou decisões etc.

COMO FAZER?

Ainda que comumente não vejamos a moldura da **CARTA DO LEITOR** nos jornais e revistas – isso por economia de espaço – a estrutura é maleável, e deve contemplar: local, data, vocativo, síntese do assunto (quem ler a carta deve saber do que se trata, sem depender da matéria base da Carta do Leitor), dados da publicação da matéria (pág. XX, edição de nº XX), discussão/impressões do leitor, despedida e identificação/assinatura do emissor. Não contém título e geralmente é conduzida na 1ª pessoa do singular. Quando o enunciado da proposta não trouxer um limite, a **CARTA DO LEITOR** deve ser escrita em, aproximadamente, 20 linhas.

ATENÇÃO: A **CARTA DE LEITOR** é, preferencialmente, endereçada ao editor do jornal ou da revista, e não ao autor da matéria sobre a qual o leitor vai escrever. Comece assim: “A abordagem sobre..., da edição nº..., foi muito bem feita. Fulano de Tal tem razão ao dizer que... Entretanto...”.