



Será divertido reconocerse en una o más de estas tipologías y hacer un poco de autocrítica

Os cuento una pequeña anécdota que quizá pocos conocen. Hace algunos años, el fundador de *LinkedIn*, **Reid Hoffman**, explicó su teoría sobre el éxito de las **redes sociales**: “Las **redes sociales** funcionan cuando representan uno de los siete pecados capitales”. Y añadía: “*Zynga* es la pereza. *LinkedIn* responde a la avaricia. *Facebook*, a la vanidad”. No creo que Hoffman bromease sólo. Las **redes sociales** de hecho son un verdadero espejo de nuestro carácter, de nuestra personalidad y sobre todo son una representación real de nuestros pecados y nuestros defectos. De hecho, es apropiado decir “Dime qué **red social** usas y te diré quién eres”.

Probemos a establecer una posible asociación entre el perfil del usuario de **redes sociales** y cada uno de los 7 pecados capitales. Será divertido reconocerse en una o más de estas tipologías y hacer un poco de autocrítica. ¡Buena lectura!

1. La pereza

¿Quién es el perezoso en las redes sociales? Es el usuario que vegeta

indolentemente durante varias horas al día en las redes sociales, casi en evanescencia delante de la pantalla plana del ordenador. Esta es su concepción de reposo y relax. Está siempre retrasado con cualquier cosa y, a quien se lo dice, explica con ansia e irritación que la jornada para él es mucho más complicada de lo que se pueda imaginar.

¿A qué red social podremos asociar la pereza? Seguramente a **Zynga**, la empresa que produce y gestiona videojuegos por internet como *Farmville* y *CityVille*. ¿Quién de nosotros, al menos una vez, no ha probado por curiosidad uno de estos juegos que te hacen ganar caramelos o frutas virtuales, que transforman en crédito para continuar jugando durante horas, abandonados a la inercia de una *tableta* en el sofá?

2. La gula

El goloso en las redes sociales es el usuario que, como un niño delante de un bote de mermelada, se deja vencer por los impulsos y no consigue controlarse. No sabe vencer su irrefrenable impulso de agarrar cada dos minutos el móvil para ver si hay notificaciones o actualizaciones, para ver fotos o para publicarlas. ¿El resultado final? Un terrible mal de estómago, una verdadera indigestión digital, de la que es posible curarse sólo a través de una desintoxicación de las redes sociales.

La gula está seguramente representada por **Instagram**, la **red social** que permite a los usuarios hacer fotos, aplicar filtros, y compartir todo también en otras redes sociales. En teoría es divertido y sin nada de malo. Pero el problema es cuando se nos va la mano con la tentación de hacer fotos y publicar a manca y a diestra, atrapados por un deseo insaciable de publicar imágenes. Así es como se genera el pecado de gula.

3. La soberbia

¿Quién es el soberbio en las redes sociales? Es, digámoslo claramente, el usuario antipático. Vanidoso como ninguno, no lee mensajes de los otros sino que lee y relee solo los suyos. Valora constantemente y con extrema atención la propia influencia sobre las redes sociales y en forma narcisista lleva la contabilidad de las propias interacciones virtuales, midiendo el éxito de sus publicaciones y de sus estados. Entra en éxtasis cuando ve las propias frases tomadas, compartidas y comentadas por otros como si fueran píldoras de sabiduría. Está obsesionado con la propia imagen, cosa que le lleva a cambiar la foto cada 48 horas.

Aquí la elección ha sido sencilla: **Facebook**. Entre todas las **redes**

sociales es sin duda la que más estimula nuestra soberbia, haciendo cosquillas a nuestro ego y nuestra vanidad. **Snapchat**, la nueva red social que está arrasando entre los jóvenes, basada solo en fotos y vídeos, tampoco es ajena a la posible asociación con este vicio capital.

Estímulos continuos a hacernos fotos donde todos estamos siempre muy guapos, sonrientes, en perfecta forma y como en vacaciones permanentes. *Selfie* y continuas estrategias estudiadas *ad hoc* para tener más *me gusta* y posibles consensos. Mostrarse como no se es realmente se ha convertido ya en la norma. El peligro en estos casos es creer que la vida real sea la que leemos en los estados y en las publicaciones de *Facebook*, pensar que nuestros amigos son realmente felices y afortunados sólo porque han publicado un álbum de unas 100 fotos como mínimo después tras regresar de las vacaciones.

4. La lujuria

¿Quién es el lujurioso en las redes sociales? Es el usuario obsesionado en dar siempre una ojeada a los perfiles y a las imágenes de los otros, o que busca nuevas posibilidades de encuentro y de relación. La persona permanentemente sujeta a un continuo y frenético tríptico “petición de amistad -me gusta- sigue”, en la esperanza de aprovechar y obtener nuevas relaciones sociales, consenso, admiración. Entre todos, quizá es la tipología de usuario más débil y un claro rehén de las **redes sociales**, en cuanto que está privado de una vida real satisfactoria.

Entre todas las **redes sociales**, **Tinder** es seguramente la más representativa de la lujuria. **Tinder** de hecho es una aplicación para móviles con un objetivo único y claro: facilitar las citas y encuentros con personas que están cerca, gracias a la geolocalización con el GPS. A partir de nuestra posición geográfica, la aplicación diseña un círculo más o menos extenso, dentro del cual son elegidos otros usuarios, en base de la edad y del sexo, a quienes podemos decidir contactar o encontrar.

5. La avaricia

¿Quién es avaro en las redes sociales? Es el usuario que, al contrario del soberbio, no comparte nunca sus informaciones. Al máximo se lucra de los otros. Fisgonea en los perfiles de los otros sin hacerse notar. Se mezcla en la red social, pero no emerge. Se mezcla secretamente en lo cotidiano de su entorno, capta y registra todo, pero se cuida mucho de comentar o de interactuar. Cree que los otros faltan al sentido del pudor y no comprende cómo se puede lanzar a los cuatro vientos las

propias informaciones de esa forma.

Piense lo que piense **Zuckerberg** o diga lo que diga, también este pecado puede ser asociado a su *Facebook*.

6. La envidia

El envidioso en las redes sociales es el usuario que no soporta ver toda esta gente derrochando felicidad o haciendo viajes de ensueño. La continua autopromoción de los propios amigos en las redes sociales lo hace enloquecer y comentar de forma compulsiva e histérica todas las publicaciones y los estados de los otros.

Digámoslo claramente. La envidia es un pecado que puede atravesar casi todas las **redes sociales**. Una reciente [investigación americana](#) afirma que las representaciones felices y extremadamente idealizadas de la propia vida en las **redes sociales** (por ejemplo poner fotos de las vacaciones), suscitan fuertes sentimientos de envidia y una visión distorsionada de la realidad, que inducen a pensar que la vida de los otros sea siempre más feliz y más lograda que la propia.

7. La ira

Es el usuario de las redes siempre colérico, irascible, con escasa ironía y menos sentido del humor. Siempre listo para compartir noticias sobre presuntos complots, escándalos y maquinaciones, que difunde con urgencia: “¡Divulga! ¡Importante, absurdo, no te lo puedes creer!” La continua protesta y el insulto fácil son su pan de cada día. Consejo: evitar absolutamente en el muro de amigos gente así.

La ira es la rabia expresada con actos y palabras. Entre todas las **redes sociales**, la que seguramente representa este vicio es **Twitter**. ¿Quién de nosotros, al menos una vez, no ha escrito un *tuit* para expresar la propia rabia, disgusto o descontento, para enmascarar las propias desilusiones, insuficiencias y frustraciones? El *tuit* es el medio ideal para manifestar todas nuestras emociones en caliente, pensamientos poco ponderados. El colérico en las redes sociales es el usuario que no pierde nunca ocasión para descargar contra todos y todo, manifestando la propia desaprobación por esto y por lo de más allá. No tiene pudor por expresar todas sus emociones negativas en público. Tira la máscara y ataca a todos, sin salvar a nadie.

Llegamos a la conclusión. Y bien, sí, las tentaciones en la red son muchas. Las más peligrosas son siempre las que no conocemos o infravaloramos. Pero si nos reconociésemos, al menos en parte, en alguno de estos 7 vicios capitales, ya habremos hecho la mitad de la

Los 7 pecados capitales de las redes sociales

Publicado: Viernes, 12 Agosto 2016 02:32

Escrito por Fabrizio Piciarelli

obra y estaremos en el buen camino. Como afirmaba **Kierkegaard**, “la ironía es el ojo seguro que sabe cómo capturar el mal, el absurdo, lo vano de la existencia”.

Fabrizio Piciarelli, en familyandmedia.eu.