

Esta es una pequeña muestra  
del libro *Redime tus redes en un mundo “Insta”*.

Para conseguir el libro completo y conocer más  
acerca de nosotros, visita nuestra página web:

[www.poiema.co](http://www.poiema.co)

O comunícate con nosotros al correo:

[info@poiema.co](mailto:info@poiema.co)



© 2023 Poiema Publicaciones

¡El evangelio para cada rincón de la vida!

REDIME  
TUS REDES  
EN UN MUNDO  
“INSTA”

*Redime tus redes en un mundo “insta”*  
The Gospel Coalition  
Sarah Eekhoff Zylstra, editora general

© 2023 por Poiema Publicaciones

Traducido con el debido permiso del libro *Social Sanity in an Insta World* © 2022 por The Gospel Coalition. Publicado por The Gospel Coalition; Austin, Texas 78717, U.S.A.

A menos que se indique lo contrario, las citas bíblicas han sido tomadas de *La Santa Biblia, Nueva Versión Internacional* © 1986, 1999, 2015, por Biblica, Inc. Usada con permiso.

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en un sistema de recuperación, o transmitida de ninguna forma ni por ningún medio, ya sea electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, u otros, sin el previo permiso por escrito de la casa editorial.

Poiema Publicaciones  
info@poiema.co  
www.poiema.co

Impreso en Colombia  
ISBN: 978-1-955182-61-4

SDG



REDIME



TUS REDES



EN UN MUNDO



“INSTA”



JEN WILKIN, MELISSA KRUGER,  
LAURA WIFLER, ANA ÁVILA Y OTRAS  
SARAH EEKHOFF ZYLSTRA, EDITORA GENERAL



# CONTENIDO

Introducción	7
<i>Sarah Eekhoff Zylstra</i>	
CAPÍTULO 1	
Historia: Entendiendo el relato de las redes sociales	17
<i>Sarah Eekhoff Zylstra</i>	
CAPÍTULO 2	
Identidad: Aceptando tus límites	35
<i>Jen Wilkin</i>	
CAPÍTULO 3	
Emociones: Guardando tu corazón	47
<i>Gretchen Saffles</i>	
CAPÍTULO 4	
Discernimiento: Escogiendo la mejor parte	61
<i>Melissa Kruger</i>	

CAPÍTULO 5	
Influencia: Siguiendo la sabiduría	77
<i>Laura Wifler</i>	
CAPÍTULO 6	
Relaciones: Amando correctamente	91
<i>Stephanie Greer</i>	
CAPÍTULO 7	
Ritmos: Recuperando el tiempo	105
<i>Ana Ávila</i>	
CAPÍTULO 8	
Decisiones: La decisión de quedarte o salir	119
<i>Emily Jensen</i>	
EPÍLOGO	
Publicando bien	135
<i>Ruth Chou Simons</i>	
Notas de texto	147



# INTRODUCCIÓN

SARAH EEKHOFF ZYLSTRA

**T**odas las semanas, mi esposo, Adam, bloquea el acceso a mis redes sociales.

A Facebook, principalmente. Tengo una cuenta de Instagram que nunca uso y una cuenta de Twitter donde comparto algunas veces las historias que escribo para Coalición por el Evangelio. Sin embargo, Facebook es la que realmente me atrapa.

La cuestión es que me encanta ver las noticias de mis familiares y amigos que se van de vacaciones, anuncian embarazos o comparten su cambio de empleo. En verdad, amo a esas personas y me encanta saber lo que está pasando en su vida. Realmente, quiero “alegrarme con los que están alegres y llorar con los que lloran” (Ro 12:15). Quiero alentar a mis amigos, recibir aliento y vivir en comunidad gracias al buen regalo de Dios de las redes sociales.

Pero hace un tiempo —hace *años*, si soy sincera— comencé a notar que me sentía muy mal después de revisar mi perfil. Sentía ansiedad, insatisfacción e impaciencia y eso sucedía aún

sin haber leído noticias partidistas o envidiar conscientemente las vacaciones de otros.

Aún si entraba cuidadosamente, consciente de todos los peligros de la envidia, el desperdicio del tiempo y el orgullo, *seguía* saliendo con una sensación de agobio y culpabilidad por los proyectos de remodelación que no estaba haciendo, los viajes que no estaba disfrutando o las experiencias que no le estaba dando a mis hijos. Luego me sentía mal porque no publicaba lo suficiente, no publicaba demasiado o por publicar algo incorrecto. A veces, esto me llevaba a hablarle mal a mi familia injustamente y entonces me sentía culpable por *eso*.

Adam no parecía tener el mismo problema porque creía que las redes sociales eran aburridas, así que pensé que era solo yo. Pero lo que yo no sabía es que los estudios muestran que las mujeres usan las redes sociales para construir relaciones, mientras que los hombres las usan más a modo de transacción, como para encontrar información o nuevos contactos. Literalmente, puedes medir la forma en que se usan:

- Las mujeres usan las redes sociales más que los hombres y son más propensas a revisarlas repetidamente a lo largo del día.
- En línea, las mujeres son más solidarias que los hombres. Tienden a usar más emojis de carita feliz y de abrazo, más puntos suspensivos, más signos de exclamación (!) y más expresiones de sorpresa y risas. (Los hombres usan “sí”).
- Las mujeres también usan más el lenguaje dubitativo (“hmm” o “umm”), los pronombres personales (“yo” y “tú”) y una escritura informal de las palabras (“¿¡Quééé!” o “¡muuuuy feliz!”).
- Las mujeres escriben mensajes más cortos y los publican con el doble de frecuencia que los hombres. Tienden a

escribir sobre temas personales (si se sienten agradecidas, sobre la diversión en familia, los cumpleaños o para pedir apoyo y oración), mientras que los hombres publican de temas más abstractos (política, pensamientos profundos, cristianismo, deportes).

- En general, las mujeres reciben más comentarios que los hombres.
- Las mujeres publican más fotos de ellas mismas y más fotos en las que miran directamente a la cámara. Los hombres tienden a publicar fotos de cuerpo entero o fotos que incluyen otras personas.
- Incluso al seguir una marca, es más probable que las mujeres busquen relacionarse —ofreciendo retroalimentación y participando en sorteos— que los hombres.

Entonces, parece que ser mujer en internet es algo realmente cálido y cómodo, ¿no? De hecho, no es así, porque hay una desconexión entre cómo *escribimos nuestras publicaciones* y cómo *leemos las publicaciones de las demás personas*.

Un buen ejemplo sería este: por lo general, mis publicaciones son alegres —*Oigan, ¡escribí un libro! ¡¡Y mi hijo sacó un puntaje perfecto en el examen nacional de latín!! ¡¡¡Y estuvimos de vacaciones en el mar!!!*

Cuando compartí esas cosas, estaba emocionada por la adrenalina del logro. Quería traer a alguien conmigo en ese viaje, para compartir mi alegría con aquellos que me aman (y aman a mi hijo). Quería construir una conexión y que mis amigos supieran lo que me había pasado.

Pero es probable que mis amigos no lean mis publicaciones de esa forma. Lo sé porque yo no leo así las publicaciones de mis amigos. Por favor, hasta me puse celosa el otro día cuando uno de ellos compró donas.

Esa desconexión, que es posible gracias a la realidad virtual donde tú decides cómo mostrarte, produce una “envidia de redes sociales” que parece constante que sienten dos tercios de las mujeres al menos una vez al mes y un cuarto de ellas la sienten tres veces o más al mes. Hay una pila creciente de investigación académica sobre la conexión entre las redes sociales, la envidia, la ansiedad y la depresión (solo busca “envidia en las redes sociales” en Google Scholar para ver algunos ejemplos).

Yo sabía que el tiempo en línea no era bueno para mí, así que decidí entrar con menos frecuencia y ser más disciplinada en lo que estaba viendo y por cuánto tiempo. Pero eso era como sentar a un alcohólico al frente de un barril de cerveza y decirle que no bebiera. Mi autocontrol no era rival para Facebook.

Por tanto, le pedí a Adam que me bloqueara el acceso. Él estuvo más que dispuesto y creo que ya había cambiado las contraseñas antes de que yo terminara de pedírselo. Estos días, me deja entrar los domingos en la tarde para ojear Facebook y Twitter, y luego me vuelve a bloquear el acceso. (Si me ves publicando durante la semana, es porque le envió un correo a Adam y él lo publica por mí).

Me gustaría decirte que este pequeño y estructurado uso de las redes sociales lo solucionó todo. Pero no fue así —fue casi peor. Cuando entraba a mi cuenta, me sentía como una adicta mientras navegaba y al mismo tiempo impaciente por salir. Y cuando terminaba, me sentía igual de culpable, ansiosa, insatisfecha e impaciente que antes.

En este punto, quizá te estás haciendo la misma pregunta que yo me hacía mil veces: *¿Por qué no simplemente cierras tu cuenta?*

Sí, ¿por qué no? A veces me respondía a mí misma, “Bueno, porque me gusta ver las nuevas publicaciones de mis

amigos”. Y sí me gustaba, pero seamos sinceros —no iba a obtener una gran cantidad de información con una ojeada rápida por algunas publicaciones una vez a la semana. Y había estado allí el tiempo suficiente como para saber que la información que veía de alguien era solamente una parte de toda la historia.

O a veces, mi respuesta era: “Porque necesito seguir aquí por mi trabajo”. Y en parte, eso era cierto. No porque muchas personas encuentren mi trabajo por medio de las redes sociales (mi número de seguidores es muy pequeño como para tener algo parecido a una plataforma), sino porque mi trabajo requiere bastante investigación y poder acceder a las cuentas de otras personas es bastante útil. Sin embargo, es seguro que mi trabajo no me exige estar navegando sin fin todos los domingos en la tarde.

No, mi respuesta real era más profunda y oscura. Me quedaba porque Facebook sostenía mi identidad en línea: la persona que había creado durante años de fotos alegres y apuntes ingeniosos de mi vida diaria. Era la versión de mi vida digna de un álbum, mi versión más interesante, la mejor, la más feliz y amable. Si dejara Facebook, solo quedaría la versión normal de mí. Mi versión normal no es perfecta, ni siquiera perfectamente imperfecta. Mi versión normal es algo aburrida, un desastre de pecado, errores y loza sucia sobre la mesa.

Buscar una versión de la salvación por medio de Facebook, ¡qué horroroso! Créeme, yo sabía que este era un problema. Sabía que aquí había pecado para sacar, observar, confesar y arrepentirme (¿tal vez tú también?). Pero incluso mientras trabajaba en eso, no sabía si mi meta debía ser dejar las redes sociales. Parecía que había una gracia común en compartir un poco de la vida juntos. No era igual que estar en persona, por supuesto, pero se podían encontrar recetas saludables, recomendar buenos lugares para vacacionar o leer hermosas

reflexiones bíblicas. Las redes sociales en realidad construyen una comunidad —de algún tipo— y es una plaza pública que no sé si deben abandonar los cristianos. Parecía que, de alguna manera, yo debería tener la capacidad de usar esta plataforma para Jesús.

¿Te sientes igual?

¿Pero *cómo*? ¿Cómo podemos ser astutos como serpientes y sencillos como palomas en las redes sociales (Mt 10:16)? ¿Cómo podemos cuidar nuestro tiempo y cuidar nuestros corazones contra la envidia, la ira o la pereza? ¿Cómo podemos alentar a otros sin ser demasiado simplistas o compartir sin presumir? ¿Cómo podemos retar o corregir a otros sin ofender innecesariamente? ¿Cómo podemos ser vulnerables sin quejarnos o alegres sin sonar falsos?

CENTRADAS EN EL  
EVANGELIO SIGNIFICA  
QUE ESTAMOS ANCLADAS  
EN —Y SEGUIMOS  
REGRESANDO A— LAS  
BUENAS NOTICIAS DE  
SALVACIÓN POR FE  
ÚNICAMENTE, SOLO A  
TRAVÉS DE CRISTO.

Tal vez tú, igual que yo, has mirado alrededor pero no has encontrado una guía centrada en el evangelio para las mujeres cristianas.

Amar a nuestras amigas en una comunidad en la vida real ya es en extremo difícil. Amarlas en línea, en una comunidad virtual con algoritmos, publicidad e información escogida por el usuario, es aún más difícil. Gran parte del consejo que escuchamos es bueno, cómo ser amables, compartir versículos bíblicos alentadores, no presumir mientras simulamos ser humildes. Pero sentimos que no es *suficiente*. Las redes sociales son una bestia enorme y necesitamos más que “un temporizador” —¡aunque sea útil!— para ayudarnos a pensar en este tema de una forma centrada en el evangelio.

Quería que alguien me ayudara a ver la gracia común de Dios en Facebook y las posibles limitaciones. Quería saber si se podría redimir para que fuera una herramienta para servir mejor a otros, o si sería más acertado cerrar mis cuentas como José cuando huyó de la tentación.

Este libro ha cambiado las reglas del juego para mí y estoy segura de que puede hacerlo para ti también.

Esto es lo que vamos a hacer: primero, te contaré una breve historia de las redes sociales (particularmente en lo que respecta a las mujeres) porque ya es difícil para mí recordar cuándo comencé a publicar. Pareciera que Facebook siempre ha existido, pero en realidad no tiene la edad suficiente para beber alcohol e Instagram todavía está en la secundaria.

Si la historia no es lo tuyo, no te preocupes, pronto regresaremos al presente. Sin embargo, honestamente, incluso una mirada rápida al desarrollo de estas plataformas te mostrará que tus luchas con las redes sociales no se tratan solamente de tu falta de dominio propio.

Después de eso, tenemos siete capítulos y un epílogo. Cada uno fue escrito por una sabia mujer que ama al Señor y con una amplia experiencia en redes sociales. En cada área —identidad, emociones, discernimiento, influencia, relaciones, ritmos y la decisión de cerrar una cuenta— las autoras comparten tres cosas:

1. *Los aspectos positivos* —la gracia común que se encuentra en el área que está tratando.
2. *Los peligros* —los problemas prevalentes que surgen en esa área.
3. *Los principios* —los principios bíblicos que nos pueden ayudar a enfrentar eficazmente estas áreas.

Espero que sus ideas y consejos sean tan valiosos para ti como lo fueron para mí. Adam todavía me bloquea el acceso a mis cuentas porque nadie necesita revisar sus redes sociales con tanta frecuencia como yo lo hacía. Todavía sigo luchando en cuanto a qué publicar, por qué y con cuánta frecuencia. Además, todavía me pesco de vez en cuando en un túnel del tiempo mientras navego en ellas.

Pero ahora cuando entro, puedo considerar mis interacciones con cuidado desde una perspectiva bíblica y con un corazón que encuentra su identidad solamente en Cristo. Al menos tengo un punto de partida y sé que voy en la dirección correcta. Y eso ha hecho una diferencia del cielo a la tierra.

PREGUNTAS PARA  
REFLEXIÓN Y DIÁLOGO

*Comencemos:* ¿Cuál es tu plataforma favorita de redes sociales?  
¿Por qué te gusta?

1. “Las mujeres usan las redes sociales para construir relaciones” (p. 9). ¿De qué maneras usas las redes sociales para construir relaciones? ¿Cuáles de los ejemplos de la páginas 9 y 10 has notado en tu experiencia?
2. ¿Cuál es tu perspectiva cuando publicas en las redes sociales? ¿Cuál es tu perspectiva cuando lees las publicaciones de otras personas? ¿Por qué esto puede causar tensión en tu corazón?
3. ¿Alguna vez has considerado abandonar las redes sociales? ¿Por qué las sigues usando?
4. ¿Qué deseas obtener al leer este libro?

*Estudio adicional:* Lee Salmo 119:37

1. ¿De qué le pide el salmista a Dios que aparte Su vista?
2. ¿Hacia dónde se quiere orientar?
3. ¿En dónde encontramos la revelación del camino de Dios? De acuerdo con este versículo, ¿qué nos dan los caminos de Dios?
4. ¿De qué formas pueden ser “vanas” las redes sociales algunas veces?
5. ¿Cómo podría darnos vida el usarlas de acuerdo con el camino de Dios?



## CAPÍTULO 1

# HISTORIA: ENTENDIENDO EL RELATO DE LAS REDES SOCIALES

SARAH EEKHOFF ZYLSTRA

**E**n otoño del 2003, Mark Zuckerberg estaba enojado por una chica.

Queriendo distraerse, el estudiante de segundo año de Harvard comenzó a jugar en internet y pronto hackeó los sitios web de la universidad para reunir las fotos de identificación de los estudiantes. Estando un “poco ebrio”, el genio del código las acomodó en parejas en un sitio web llamado Facemash y les pidió a las personas que votaran por el que fuera más atractivo.

“¿Nos dejaron entrar por nuestra apariencia? No. ¿Sere-  
mos juzgados por ella? Sí”, escribió.

Unas horas después, 450 personas habían votado al menos 22.000 veces. Los funcionarios de la universidad lo descubrieron, cerraron el sitio y le advirtieron a Zuckerberg que no violara la seguridad y la privacidad individual.

Pero Zuckerberg, estudiante de psicología, no podía parar de reunir y organizar información útil. En la secundaria había creado un programa que daba recomendaciones musicales con base en lo que el usuario escuchaba. Un poco antes ese mismo año lanzó CourseMatch, el cual te informaba quién se había registrado en cada clase en Harvard para que pudieras tomar tus decisiones de acuerdo a ello.

Cuatro meses después de Facemash, Zuckerberg lanzó TheFacebook, donde los estudiantes de Harvard podían subir sus propias fotos y algunos datos personales como su carrera, los clubes en los que estaban inscritos, sus frases favoritas y un enlace a las páginas de sus amigos.

Un día después, TheFacebook tenía entre 1.200 y 1.500 miembros.

“En una semana parecía que toda la escuela se había registrado”, dijo un alumno de último año. Tres semanas después, Zuckerberg abrió TheFacebook para estudiantes de otras universidades; en septiembre, ya tenía 250.000 usuarios. (Y no regresó a clases).

Luego de algunos años parecía que todo el mundo se había registrado. Mi primera publicación en Facebook —el 1 de junio de 2007— fueron cuatro fotos de mi hijo. Él tenía un año, mejillas grandes y rizos rojos. Puse una foto de él ayudando en la cocina, dos en el parque Millennium en el centro de Chicago y una en la que estaba mordiendo un cepillo de dientes.

“Bueno, bueno, por fin cediste y abriste tu página, ¿ah?” publicó mi amiga en mi muro. “Te va a encantar. Una advertencia: es muy adictivo”.

Ella tenía razón en ambos sentidos. Sí *era* adictivo. (Hablaré más de esto más adelante.) Y yo *sí* llegué tarde, aunque era difícil llegar temprano porque se mueve *rápido*. Facebook mismo llegó tarde, después de SixDegrees, Friendster, LinkedIn y MySpace. Muy de cerca llegaron YouTube, Twitter, Tumblr, Instagram, Snapchat y Vine. Durante los últimos 25 años, la fiesta de las redes sociales ha sido una maroma de idas y venidas.

Para el 2021, el 78% de las mujeres estadounidenses estaba usando al menos un sitio de redes sociales. Casi todas están en Facebook, el cual tenía 2.850 millones de usuarios activos mensualmente en el 2021. (Para comparar, hay un poco menos de 8 mil millones de personas *en el planeta*).

Eso no es nada porque mientras docenas de sitios habían intentado ofrecer contactos por redes, Facebook los había sobrepasado a todos. Y, para entender cómo interactuamos en línea —y cómo *deberíamos* hacerlo— primero necesitamos entender la reunión social en evolución a la que estamos asistiendo.

EN EL 2021, THE GOSPEL COALITION LES ENVIÓ UNA ENCUESTA A MUJERES QUE HABÍAN ASISTIDO A SUS CONFERENCIAS O SE HABÍAN REGISTRADO EN SUS LISTAS DE CORREO ELECTRÓNICO. DE LAS CASI 1.500 QUE RESPONDIERON, 99% HABÍAN USADO LAS REDES SOCIALES.

#### FASE UNO: LOS DIARIOS EN LÍNEA (1997-2005)

Al comienzo —en este caso, a finales de la década de 1990 y comienzos de la del 2000— los blogs en línea y las cuentas de redes sociales no se diferenciaban mucho a la escritura de cartas usando lápiz y papel. Si tuviste una cuenta de SixDegrees

(lanzado en 1997) o Friendster (lanzado en el 2002), podías crear un perfil, agregar amigos e intercambiar mensajes. Era como una mezcla entre un correo electrónico y una libreta de contactos robusta.

Si estuviste en LiveJournal o Blogger (ambas lanzadas en 1999), podías escribir en un diario en línea. Podías agregar una o dos fotos, pero la internet no era lo suficientemente fuerte para permitir muchas imágenes, videos, stickers o filtros. Así que, principalmente, publicabas palabras.

Así como los receptores de cartas, las personas que leían tus palabras eran pocas y probablemente aquellas que te conocían bien en la vida real (yo leía ocasionalmente el blog de mi prima y el de mi amiga, ambos eran sobre noticias de fiestas de cumpleaños o recitales de piano). La internet todavía era relativamente nueva —apenas la mitad de los adultos estadounidenses tenían acceso en el año 2000 y en gran parte se relacionaba con trabajo o estudio. La gente tuvo correo electrónico antes de tener MySpace —en el 2005, apenas 5% de estadounidenses estaba usando las redes sociales.

Entonces, los que entraron primero no podían anunciar sus cambios de trabajo o embarazos por ese medio. Las redes sociales solo eran para divertirse y la mayoría no las visitaba todos los días (yo solía ponerme al día en mis dos blogs una vez al mes aproximadamente). La onda de las publicaciones y los blogs era personal. A las personas les escribían a su familia y amigos o escribían solo para ellos mismos, anónimamente, para nadie y para todos.

Eso hacía que también se sintiera auténtico. Los blogueeros no ganaban dinero, así que escribían sobre lo que les interesaba o lo que sabían, como política o deportes o eventos de la actualidad. Y muchos de ellos —principalmente mujeres— escribían sobre la vida diaria. Compartían cosas que no leerías

en las llamativas revistas de mujeres (o que no querías preguntarle a tu mamá), sobre pañales explosivos, sesiones dolorosas de amamantar o lo solitario que era quedarse en casa con los bebés.

Para muchas mujeres, compartir sus experiencias —o leer las de alguien más— era terapéutico y una forma de amistad. Tres de cinco mujeres ahora trabajaban y, en comparación con las generaciones anteriores, había menos probabilidad de que alguna de las cinco pertenecieran a una iglesia, grupo comunitario u organización de voluntariado.

Mientras que nuestras abuelas compartían café y recetas con sus vecinas, nuestras madres se abrían camino en familias de doble carrera, transportándose desde los suburbios y comprando televisores, sucesos que Robert Putnam, quien escribió *Bowling Alone* [Solo en la bolera] en el 2000, identifica como las razones principales del declive de la comunidad en los Estados Unidos.

Allí estaba yo exactamente por el año 2006. Era una nueva mamá en una nueva comunidad con un trabajo de medio tiempo y un esposo que trabajaba a tiempo completo, preguntándome cómo llenar las largas horas, cómo lograr que un bebé permaneciera dormido y cómo preparar la cena. Estar en casa me hacía sentir más aislada de lo que pensaba antes y las redes sociales eran un lugar maravilloso donde sentía que podía compartir un minuto con mis amigas entre las tareas del día.

APROXIMADAMENTE, UN CUARTO DE LAS MUJERES ENCUESTADAS POR THE GOSPEL COALITION DIJERON QUE SE UNIERON A LAS REDES SOCIALES EN EL 2004 (CUANDO SE LANZÓ FACEBOOK) O EN EL 2006 (CUANDO FACEBOOK SE ABRIÓ AL PÚBLICO).

## FASE DOS: EL MEDIO LE DA FORMA AL MENSAJE (ALREDEDOR DEL 2006)

Antes de unirme a Facebook, si una usuaria quería ver en qué estaba su amiga, visitaba su página o blog. Si no tenía nada nuevo publicado, la usuaria pensaba en otra persona sobre la que querría saber y se dirigía a su página. Si se cansaba de buscar contenido nuevo, salía del sitio web y hacía otra cosa. O, podía suscribirse a boletines informativos de blogs, los cuales llegaban regularmente a su bandeja de entrada del correo electrónico —como sucedería con un periódico o revista.

Y entonces —con el patrón de las noticias por cable las 24 horas— Facebook se inventó el *feed*. El equipo decidió reunir la información nueva de los amigos de un usuario (una nueva foto, un cambio de situación sentimental, quién estuvo en una fiesta) y priorizarla en una lista que se actualiza constantemente. Trabajaron en esto por más de un año, lo lanzaron a medianoche un día de septiembre del 2006 y destaparon la champaña para celebrar. Su trabajo había facilitado bastante las cosas para los usuarios y les ahorraría tiempo. Y entonces, se fueron a dormir.

“Al despertar, nos encontramos con cientos de miles de personas enojadas”, escribió el desarrollador de Facebook Ruchi Sanghvi. “En medio de la noche, se habían formado grupos en Facebook como ‘Odio el *feed*’ y ‘Ruchi es el diablo’. Los reporteros de noticias acamparon al frente de las oficinas. Tuvimos que pasar a escondidas por la puerta trasera para salir de la oficina”.

Algunos querían formar un boicoteo argumentando que “antes del *feed*, ya era suficientemente fácil revisar la información de alguien de tu escuela y todos los amigos de tu lista; pero con la llegada del *feed*, ahora es casi imposible que no te ‘vigilen’ o ‘vigilar’ a otros. Ahora, sin siquiera intentarlo, una

persona conoce la nueva situación sentimental de las personas en su lista de amigos, las nuevas ‘amistades’ que agregan los usuarios y las fotos etiquetadas por un usuario o los amigos del mismo”.

Se sentía asqueroso, como una violación de la privacidad de alguien más y de uno mismo. En menos de dos días, un millón de usuarios —10% de la población de Facebook— se había unido a un grupo que se oponía al *feed*. Hubo tantas personas protestando en las oficinas de Facebook que el personal tuvo que contratar un guardia de seguridad.

Pero, aunque Zuckerberg se disculpó públicamente por lanzar el *feed* sin ninguna explicación, no lo eliminó. Y la razón es que podía ver que las *mismas personas* que estaban protestando, estaban usando Facebook con el *doble de frecuencia* que antes. Aun si el *feed* los hacía sentir como voyeristas, la gente no podía dejar de verlo.

Unas semanas después, cuando Facebook abrió las puertas a todo el que quisiera unirse, la gente se registró a un ritmo de 50.000 nuevos usuarios por día.

(Nota: en el 2009, el personal de Facebook notó que muchos de los comentarios eran cosas como “¡Excelente!” “¡Qué bueno escucharlo!” o “¡Genial!” Para despejar la sección de los comentarios y dar espacio a más interacciones sustanciales, agregaron el botón de “me gusta”. Sin embargo, así como el *feed*, el botón de “me gusta” resultó ser adictivo. Como un apostador en las máquinas tragamonedas, tu cerebro no está seguro de cuando, o cuántos, “me gusta” recibirás por una publicación. Y cada vez que ves uno, recibes un golpe de dopamina de placer en tu cerebro. Así que no dejas de regresar.)

8 DE CADA 10 MUJERES  
ENCUESTADAS POR THE  
GOSPEL COALITION  
USAN FACEBOOK.

El *feed* marcó un antes y un después y se encuentra en las plataformas de las redes sociales desde entonces (en Twitter en el 2006, Instagram y Pinterest en el 2010, Snapchat en el 2011 y TikTok en el 2016). Esto cambió la experiencia en las redes sociales de dos formas importantes.

Primero, movió el ímpetu, que solía estar en que el usuario se entretuviera, a la plataforma de redes sociales. Es como cuando tu mamá mueve el tazón de papas fritas del mesón al sofá mientras están viendo Netflix —la cantidad de esfuerzo que necesitas para seguir consumiendo ha pasado a nada—. Incluso si me digo a mí misma que solo voy a revisar el perfil de un par de amigas, *siempre* termino navegando por el *feed*.

Y segundo, cambió la naturaleza de las novedades. Antes solo publicabas para los pocos amigos cercanos que se molestaban en buscarte. Ahora estabas publicando para todos los que alguna vez agregaste como amigos. Tenías que ser más cuidadosa con lo que decías, con esa foto que elegías, con cómo te mostrabas a ti misma.

Y si eras buena en esto, podías comenzar a reunir atención, alcanzar personas fuera de tus círculos más cerrados. Podías comenzar a aumentar tu audiencia: formar una plataforma.

## MIENTRAS TANTO, DE VUELTA EN EL BLOGERNÁCULO

Las primeras plataformas en línea para mujeres fueron los blogs. Yo soy escritora, así que podrías pensar que los blogs hacen parte de lo que me gusta. Pero en realidad, nunca tuve uno, no porque tuviera una objeción seria, sino porque no se me ocurría qué decir.

Tal vez fui la única que tuvo ese problema. Entre el 2003 y el 2006, el número de blogs se duplicó de 30 millones a 60 millones. Los negocios, el periodismo, las escuelas y los equipos

de relaciones públicas comenzaron a tomárselos en serio. En el 2005, se le dio un pase de prensa a un bloguero en la Casa Blanca por primera vez.

Ahora, el género de los blogs de mamás era lo suficientemente grande como para dividirse en subgéneros: las mamás cocineras, las mamás expertas en manualidades, las mamás de los proyectos ‘hazlo tú misma’, las mamás a la moda, las mamás que beben vino, las mamás cristianas. (Ann Voskamp comenzó su blog en el 2004; Ree Drummond comenzó *Pioneer Woman* en el 2006).

Y las mamás mormonas.

Escribir blogs en línea era algo natural para muchas jóvenes santas de los últimos días (SUD). Los mormones valoran los diarios, la familia, la vida saludable (sin alcohol ni café) y la economía de los proyectos ‘hazlo tú misma’—todo lo que se ve bien en los blogs o redes sociales—. En el 2007, un anciano de los SUD alentó a las personas a escribir blogs en un discurso de graduación en la Universidad Brigham Young University-Hawaii. “Si tienen acceso a la internet, pueden abrir un blog en pocos minutos y comenzar a compartir lo que saben que es verdad”, les dijo a los graduados.

Para el 2010, había 2.000 blogs de mamás mormonas y un blog falso llamado *En serio, ¡muy bendecida!* (también creado por un santo de los últimos días). Su audiencia era enorme y no todos eran mormones.

“Sus vidas no se parecían en nada a la mía —yo soy la mujer común y corriente al final de sus veinte, sin hijos, con muchos estudios, atea y feminista —pero estoy totalmente obsesionada con sus blogs”, escribió Emily Matchar en Salon en el 2011. “En un día común, puedo ojear media docena de blogs mormones, mirando fotos instantáneas de perros con

impermeables o niños con corbatines, leyendo listas de gratitud y admirando proyectos de costura”.

Para los que no son mormones como Matchar, los blogs de mamás SUD eran una ventana a un mundo que parecía relajado y tranquilo, lleno de alegrías anticuadas como amar al esposo, quedarse en casa tiempo completo con los hijos y decorar galletas con la mamá y hermanas. Parecía una versión del cielo.

A veces me pregunto si esta fue una oportunidad que perdimos los cristianos. Si estuviéramos mejor organizados, ¿no podríamos haber lanzado un ejército de bloggers para dar testimonio de la verdad de Dios obrando en nuestra vida?

Tal vez sí. Tal vez todavía podemos hacerlo. Sin embargo, tendríamos que evitar los errores de algunas mamás blogueras mormonas, por ejemplo, no mencionar mucho el mormonismo y mostrar una vida que sea demasiado buena para ser cierta.

La popularidad de aquellas vidas “brillantes y felices” era el extremo contrario de los primeros blogs que hablaban de la vida dura y real. Se sentía como si hubiéramos regresado a un estante de revistas de moda que les vende a los lectores la ropa perfecta, las pañaleras perfectas y la decoración perfecta para la casa.

Pero ¿por qué el cambio? Si a los lectores les atraía la honestidad cruda de aquellos primeros días, ¿por qué se debía cambiar algo?

Mi querido Watson, se trata de la economía.

### FASE TRES: FOTOS Y DINERO

(ALREDEDOR DEL 2010)

Fue el momento preciso. Cuatro meses después del lanzamiento del iPhone 4 —el primero con cámara frontal— dos graduados de Stanford de veintialgo de años lanzaron una aplicación para compartir fotos llamada Instagram, la cual tuvo éxito de inmediato. Obtuvo un millón de usuarios en

unos meses y se vendió a Facebook por mil millones de dólares en dos años.

Tener la oportunidad de compartir fotos fácilmente —y editarlas y agregarles filtros— fue algo determinante. Fue como pasar de blanco y negro a color, o del radio a la televisión. Parecía que toda mi familia se había vuelto más bonita de un día para otro y los momentos que antes eran normales —como caminar por un charco, montar bicicleta, leer libros juntos— se convirtieron de repente en oportunidades para fotos. Y no lo digo de una forma despectiva; en realidad me encantaba ver y capturar la belleza de nuestra cotidianidad. Pero ya conoces los peligros aquí —la mamá que pasa más tiempo en el teléfono que con sus hijos—, o las maromas que hacemos para que las cosas parezcan más divertidas de lo que son.

Otro efecto fue que ya no necesitabas ser una escritora talentosa para ganar popularidad. Solo necesitabas tomar buenas fotos. Y los negocios, que ya acechaban los alrededores de las redes sociales y los blogs, tuvieron una forma de llegarles de frente a los millones de usuarios de las redes sociales.

Esta es la cuestión: el cerebro humano procesa las imágenes mucho más rápido que el texto —puedes identificar los arcos de McDonald's o la sonrisa de Amazon en una décima de segundo. Las fotos también funcionan para mover nuestras emociones (preferirías abrazar a un bebé que te mostré que a uno del que te hablé) y se quedan en nuestros recuerdos por más tiempo que las palabras. Cuando las agregas a una publicación o un blog, las personas las comparten un 40% de veces más que las publicaciones sin imágenes.

Alrededor de esta época, los blogs y las redes sociales se convirtieron en un festín frenético para los publicistas. Y no los puedes culpar; si querías vender camisetas de Taylor Swift antes, comprabas un anuncio físico (tal vez en la revista *Rolling*

*Stone* o *Entertainment Weekly*) o un comercial de televisión y esperabas lo mejor. Ahora podías pedirle a Facebook que le mostrara tu aviso publicitario a mujeres entre 18 y 24 años que vivieron en Chicago y sus alrededores durante las cuatro semanas anteriores a un concierto de Taylor Swift.

O podías pagarle a un influenciador de Instagram —tal vez alguien de 25 años que tenga 100 mil seguidores y que le guste la música y viva en Chicago —que use la camiseta, diga algo sobre lo cómoda que es y que ponga un enlace a tu tienda.

Las mujeres que eran populares en las redes sociales ahora tenían la oportunidad de ganar un poco de dinero extra, terminar de pagar su carro o —si eran realmente famosas— sostener a su familia. Algunas aprovecharon el éxito en internet para firmar contratos con editoriales (Glennon Doyle publicó *Carry On Warrior* en el 2013), acuerdos para televisión (Jen Hatmaker fue la presentadora de *Your Big Family Renovation* en el 2015) y acuerdos con marcas (Target comenzó a vender la línea Magnolia de Joanna Gaines en el 2017). Para el 2016, las compañías estaban gastando 255 millones de dólares al mes en publicidad con influenciadores.

Para aquellas mujeres, las redes sociales se convirtieron en un negocio. Para ser exitosas, necesitaban atraer más y más seguidores, quienes debían dar clic para comprar lo que su marca estaba vendiendo. Por tanto, sus publicaciones se volvieron más consideradas y sus fotos más hermosas. Los mensajes ya no se dirigían a sus amigos sino a una audiencia.

Eso significaba que era más probable que las mujeres que no eran influenciadoras fueran parte de una audiencia y que siguieran personas que nunca habían conocido en la vida real.

“Ya no solo veías lo que tu hermano hizo el fin de semana”, me dijo Laura Wifler, la cofundadora del ministerio *Risen Motherhood*. “Ahora sigues personas que no conoces. ¿Por qué

lo hacemos? Hay un elemento de curiosidad aquí —ver cómo vive la otra mitad o lo que hacen las otras mamás”—.

Y hay una gracia común en ello: he aprendido a doblar correctamente las sábanas ajustables, a memorizar más eficazmente versículos bíblicos y crear un vestuario básico. Pero como todo lo demás, las redes sociales se basan en sistemas imperfectos y están conformadas por pecadores. También hay elementos de voyerismo, codicia, envidia o de seguir a alguien solo para sentirte mejor contigo misma.

LA MITAD DE LAS MUJERES ENCUESTADAS POR THE GOSPEL COALITION DIJERON QUE SIGUEN A VARIOS INFLUENCIADORES POR DIFERENTES RAZONES, ENTRE ELLAS ENTENDER SU FE O COMO INSPIRACIÓN DE ESTILO DE VIDA.

#### FASE CUATRO: EL PANORAMA SE VUELVE MÁS OSCURO (ALREDEDOR DEL 2015)

Para la segunda mitad de la década del 2010, ya me era más fácil ver los problemas con mi uso de las redes sociales. Entonces, ya sabía que no solo estaba siguiendo personas que no eran realmente mis amigas sino que no estaba viendo su vida real.

“La vida en línea’ para nosotras ahora es completamente diferente a cuando salimos a construir esta comunidad además del peso emocional y físico de ella se está convirtiendo rápidamente en un peligro de salud”, escribió la famosa bloguera (y antes mormona) Heather Armstrong, cuando cerró su blog en el 2015. Ella había estado luchando con la depresión, un matrimonio fallido y con la ética de fabricar experiencias para promocionar productos.

El suyo no era el único matrimonio que se estaba hundiendo debajo de la fachada de perfección en línea y tampoco fue la única en abandonar su fe. Glennon Doyle se separó de su esposo en medio de la promoción de un libro sobre su matrimonio. Más adelante, se casó con la estrella de fútbol Abby Wambach. Jen Hatmaker anunció que su matrimonio había terminado diez semanas después de una publicación en la que celebraba su relación con su esposo Brandon. Ella dejó de ir a la iglesia y destruyó su fe. Rachel Hollis (que se hizo famosa después de publicar una foto de sus estrías en Facebook) anunció su divorcio inminente casi un mes después de lanzar un podcast con su esposo donde hablaban sobre sus sesiones de besos y caricias.

Adicionalmente, la presión también está comenzando a venir de los hijos de los influenciadores ya que algunos ya tienen la edad suficiente para oponerse a lo que sus padres comparten en internet.

No obstante, los influenciadores no son los únicos con dificultades en internet. Durante los últimos cinco años, se han encendido las alarmas por:

- la cantidad de tiempo que pasan las personas comunes en las redes sociales (más de 1300 horas en el 2020, en promedio);
- la naturaleza adictiva de las redes sociales (34% de mujeres dicen que fueron adictas a las redes sociales en el 2019, comparado con 26% de los hombres);
- la desinformación, el odio y el acoso que vemos en redes sociales (64% de estadounidenses dijeron que las redes sociales tienen un “efecto mayormente negativo en la forma en que las cosas funcionan en el país hoy”);

- la aparente correlación de las redes sociales con las tasas crecientes de ansiedad y depresión (especialmente entre las adolescentes).

No sé tú, pero yo me puedo identificar con cada una de estas afirmaciones. Sin embargo, la verdad es que creo que Jesús murió para redimir al mundo. Creo que el Espíritu Santo obra esa redención en y por medio de los cristianos. Y creo que, por la gracia preciosa de Dios, todo subsiste —desde los océanos, los hijos y hasta la internet.

#### LA REDENCIÓN (HOY)

Así que aquí estamos, en las plataformas en línea (sin importar su tamaño) que nos pueden llevar a sentir envidia y ansiedad, adicción y enojo. A pesar de esto, en ellas también podemos compartir nuestras vidas, testificar de la bondad de Dios, alentar a otros y formar conexiones.

¿Cómo podemos hacerlo bien? Podemos comenzar haciendo una pregunta seria: ¿Por qué usas las redes sociales? Ya sabes por qué sigo ahí... problemas de identidad. (¿Tú también?)

Ya que este parece un aspecto fundamental, comencemos por ahí.

## PREGUNTAS PARA REFLEXIÓN Y DIÁLOGO

*Comencemos:* ¿Cuándo comenzaste a usar las redes sociales?  
¿Cuál fue tu primera publicación?

1. “Las redes sociales eran un lugar maravilloso donde sentía que podía compartir un minuto con mis amigas entre las tareas del día” (p. 22). ¿Esta ha sido tu experiencia?  
¿Qué otras razones tienes para entrar a tus redes?
2. ¿Cómo cambió el *feed* la experiencia de las redes sociales (p. 23)? ¿Qué efectos tienen estos dos cambios en tu uso de las redes sociales?
3. ¿Cómo se relacionan las redes sociales con el dinero?  
¿Alguna vez has comprado algo en (o debido a) las redes sociales? ¿Alguna vez has vendido algo? ¿Por qué es importante ser consciente de las dimensiones económicas de las redes sociales?
4. Aún si la historia o las ciencias sociales no son lo tuyo,  
¿por qué es valioso entender el desarrollo de las redes sociales? Habla de algo que aprendiste en este capítulo que cambia la manera en que ves tu tiempo en línea.

*Estudio adicional:* Lee Génesis 3:1-21.

1. ¿Qué le mandó Dios a Adán y Eva (ver Gn 2:16-17)?  
¿Qué hicieron Adán y Eva?
2. ¿Cuáles fueron las consecuencias del pecado de Adán y Eva?
3. ¿Qué bendición prometió Dios a pesar de su rebeldía?
4. ¿Por qué es importante para nosotros, en el siglo XXI, conocer la historia registrada en este pasaje?
5. ¿De qué manera nos ayuda a entender las redes sociales el darnos cuenta de que son desarrolladas —y usadas— por personas caídas? ¿Cómo puede Génesis 3 llevarnos a ser cuidadosos con las redes sociales? ¿De qué manera nos da esperanza Génesis 3?

Esperamos que hayas disfrutado de  
esta pequeña muestra del libro  
*Redime tus redes en un mundo “Insta”*.

Para conseguir el libro completo y conocer más  
acerca de nosotros, visita nuestra página web:

[www.poiema.co](http://www.poiema.co)

O comunícate con nosotros al correo:

[info@poiema.co](mailto:info@poiema.co)



© 2023 Poiema Publicaciones

¡El evangelio para cada rincón de la vida!