

Forma de citar este artículo en APA:

Cogollo Ospina, S. N. (enero-diciembre, 2016). Facebook, la Mark(a) de los albores del siglo XXI. Funlam Journal of Students' Research, (1), 11-14.

Recibido: 2 de Diciembre de 2015

Aceptado: 5 de Abril de 2016

Editorial

Facebook, la Mark(a) de lo social en los albores del siglo XXI

Sonia Natalia Cogollo Ospina*

En todas partes estamos condenados a la técnica sin que nos podamos librar de ella, tanto si la afirmamos apasionadamente como si la negamos.

Heidegger, 1994.

En el año 2003, luego de que Erica Albright terminara su noviazgo con Mark Zuckerberg, éste en medio de la ebriedad y el despecho, comenzó a divulgar intimidades de ella a través de la red y a comparar chicas para clasificar quiénes eran las más atractivas de las distintas casas de Harvard. Éste fue el hecho que dio origen a la fama del estudiante de ingeniería de sistemas, con un alto coeficiente intelectual, pero con dificultades para establecer relaciones sociales y sobre todo, para ingresar a las hermandades o, en otras palabras, a las redes sociales presenciales de la segunda universidad más prestigiosa a nivel mundial. Es clave pensar en este deseo como el eje para la posterior creación del famoso libro de rostros, "Facebook", la marca más popular de las redes sociales en Colombia y el mundo; para ello, ahondaremos un poco en la figura de Mark Zuckerberg.

* Psicóloga Universidad de Antioquia. Magíster en Literatura Colombiana.

Mark Zuckerberg y su fórmula para hacer 900 millones de “amigos”

El cine tiene la posibilidad de re-crear los sucesos que dieron origen a distintos eventos, en este caso al Facebook. *La red social*, de David Fincher (2010), muestra una versión bastante interesante del comienzo de Facebook, pues la película empieza con un diálogo un poco extraño entre Erica y Mark Zuckerberg, que versa principalmente sobre el tema de los clubes o hermandades que hay en Harvard, algo sobre lo que Zuckerberg se ha obsesionado y que efectivamente se torna insistente en las diferentes apreciaciones que él realiza, por lo que Erica incluso le sugiere que vea a un especialista para que le recete algo para manejar ese “trastorno obsesivo con los ‘Final Clubs’” (Fincher, 2010). Esta primera escena es diciente respecto a cómo interactúa el joven estudiante de ingeniería con su novia y que se puede extrapolar a sus demás relaciones sociales. En efecto, su forma de conversar llama bastante la atención: le falta empatía, se centra en datos que sólo le interesan a él y que evidencian su egocentrismo, además en ocasiones pareciera hablar atropelladamente y sin responder realmente a las expectativas de los otros, lo que refuerza la apreciación de la dificultad para establecer relaciones empáticas con los demás, algo que para el interlocutor –en palabras de Erica–: “es agotador. Salir contigo es como salir con una caminadora” (Fincher, 2010). La despedida de Erica es enfática: “No tengo intenciones de hacer amistad contigo” (Fincher, 2010).

De manera que Mark tenía la idea fija de ingresar, a como diera lugar, a un “club final” y no habiéndolo conseguido, la ruptura por parte de Erica le sirve de empujón para hacer, a su modo, la “fiesta” o “reunión” con mujeres de la universidad de modo virtual, como está ocurriendo de manera paralela en la realidad presencial en el Club Phoenix (pues Fincher, el director, emplea el tiempo en simultaneidad para señalarlo). Así, el pasatiempo de comparar chicas de la universidad y establecer un *ranking* de las más calientes, es el puente para conocer a los gemelos Winklevos y su ayudante, quienes se interesan en las dotes inventivas de Zuckerberg. A su vez, éste parece interesarse en ellos al notar que son miembros del Porcellian Club. Le proponen la construcción de Harvard Connection con el principal objetivo de conocer chicas que quieran salir con estudiantes de Harvard. Ese fue el paso final para el surgimiento de The Facebook. Si bien Mark no poseía las habilidades sociales suficientes para ingresar a los clubes, sí tenía el intelecto necesario para razonar respecto a lo que los universitarios deseaban. Entonces, en esas primeras lecturas de El Facebook comprende que el sitio ha tenido acogida:

Pero no por las fotos de las chicas sexy. (...) Fue porque vieron fotos de chicas que ellos conocían. La gente quiere entrar a internet y ver sus amigos. Entonces, ¿por qué no creamos un sitio web para que puedan hacerlo? Amigos, fotos, perfiles, lo que quieras visitar, ver todo. Alguien que conociste en una fiesta. Pero no estoy hablando de un sitio de citas. Hablo de tomar toda la experiencia social de una universidad y ponerla en línea. (...) Será exclusivo. Tienes que conocer a las personas para que puedas entrar en su página. (...) La gente va a poner sus fotos y su propia información, y ellos van a ser quienes inviten o no a sus amigos para que se unan, en un mundo donde la estructura social lo es todo (Fincher, 2010).

Capta así algo esencial: “la estructura social lo es todo” y está atento a entenderla, siempre de manera racional, cual matemático, para mejorar cada vez más su plataforma virtual, que quizá le sirve para subsanar su falta de habilidades sociales en la realidad, si seguimos la teoría de la compensación de Alfred Adler (2000), lo cual también puede ser interesante de pensar en relación con los fanáticos usuarios de las redes sociales virtuales.

Siendo el gestor y administrador de Facebook, Mark Zuckerberg ha dejado marcas, señas, huellas, obedeciendo al significante de su nombre de pila. Su Mark(a) Facebook hoy es reconocida como la más importante red en la web, eje de lo que hoy los jóvenes denominan interacción social; una interacción que está mediada por un portátil o un computador de escritorio y un teclado, en la que el contacto personal ha decaído y, por lo tanto, es posible hacer 900 millones de “amigos”, como si la amistad fuera una cosa numérica, competitiva, en lugar de estar realmente con el otro, sentir afinidades con él, construir un espacio juntos.

La pregunta por la técnica hoy

Precisamente la pérdida o falla en el contacto personal que se puede ver con el uso sobreestimado que muchos le dan a la tecnología en el siglo XXI, es algo que nos debe interrogar a los profesionales de los estudios sociales, pero no para enjuiciarlo, sino para comprender eso que devela. Frente a los interrogantes que generan los temas de la película —las redes sociales virtuales, el uso del internet, la difusión de las fronteras entre lo público y lo privado—, considero conveniente retomar un texto corto del filósofo Martin Heidegger (1994), “La pregunta por la técnica”, que en el año 1954 hacía una reflexión en torno a la técnica. De él resalto dos aspectos: en primer lugar, Heidegger piensa **la técnica como un instrumento**, es decir, como un medio para unos fines y como un hacer del hombre. Y precisa que lo importante está en manejar de un modo adecuado la técnica como un medio. En segundo lugar, considera que **la técnica muestra lo oculto** y a su vez, lo oculto permite develar la verdad.

Con base en esos dos postulados propongo develar lo que oculta hoy la sobreestimación de las redes sociales, tomando como caso el Facebook en particular. Si se concibe como un medio para conseguir unos fines, se puede aseverar que, desde su configuración, se pensó en éste a manera de instrumento para crear círculos sociales, para establecer contacto con personas conocidas de los diferentes ámbitos de desenvolvimiento de los usuarios. Por ejemplo, Mark Zuckerberg quiere ser amigo de Erica Albright, su exnovia, y no puede. En lo real él tiene impedimentos para conversar con ella, después de la difamación que hizo de Erica a través de la web. Como él, muchos otros jóvenes desean conocer masivamente chicas de otras partes para salir con ellas, esa es la demanda que le hacen los gemelos Winklevos al creador de Facemash. En ese sentido, es un instrumento de socialización cuando se perciben obstáculos o dificultades para realizarlo en la vida real, como en el caso de Zuckerberg, o también para expandir los alcances de la socialización, conocer gente que está lejos, con la que no se interactúa, pero que resulta atractiva bien sea por afinidad de pasatiempos, por el físico, por su fama, por una ideología, por ser amigo de otro amigo, y demás.

Sin embargo, teniendo esto claro, lo más interesante es pensar qué oculta el Facebook para saber qué verdad devela. Según el estudio “Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual” (Megías Quirós y Rodríguez San Julián, 2014), los jóvenes de hoy consideran las redes sociales y las tecnologías esenciales, al punto que se consideran “aislados e incompletos” sin ellas, lo que refleja la importancia que le dan a estos intercambios en que utilizan la mediación de un computador y de una cámara web o un teclado para chatear con otros, para enamorarse, para discutir sobre temas políticos, pero especialmente para saber de los otros, como decimos coloquialmente, para “chismosear”. Entonces, podemos intuir que, en primera medida, el Facebook puede ocultar ese interés morboso que tenemos los seres humanos por saber del otro, por destruirlo con palabras, como lo hizo en su momento Mark con Erica; asimismo, ese interés por

cumplir fantasías, pues se sabe que en las redes sociales muchos enmascaran su verdadera identidad tras un seudónimo y hacen de este un cierto “Yo ideal”. O, incluso, pueden delinquir utilizando alias o violando cuentas de personas afamadas.

Igualmente es llamativo pensar que ese contacto social se establece desde un lugar cerrado, en el que no se interactúa con el otro. Se observa un nuevo “malestar en la cultura”: padres ausentes que regalan a sus hijos tecnología para entretenerlos y poder dedicarse ellos mismos a sus propios intereses, como si todo esto fuera producto del narcisismo que pulula en la actual sociedad (Lipovetsky, 2005) y que estas mismas redes sociales, al igual que el sistema consumista, se han encargado de robustecer una sociedad donde los demás sólo interesan en la medida en que elogien al nuevo narciso y en la que se han impuesto ideales como el ser popular, estar en forma, ser eternamente joven, entre otros (Bauman, 2004).

Referencias

- Adler, A. (2000). *El sentido de la vida*. Madrid: Ahimsa.
- Bauman, Z. (2004). Individualidad. En *Modernidad líquida* (3ª reimpr., pp. 59-97). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fincher, D. (Director). (2010). *La red social* [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Sony Pictures, Michael De Luca Productions, Scott Rudin Productions y Trigger Street Productions.
- Heidegger, M. (1994). La pregunta por la técnica. En *Conferencias y artículos* (pp. 9-37). Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Lipovetsky, G. (2005). Narciso o la estrategia del vacío. En *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo* (3ª ed., pp. 49-78). Barcelona: Anagrama.
- Megías Quirós, I. y Rodríguez San Julián, E. (2014). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud; Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). Recuperado de <http://adolescenciayjuventud.org/es/component/zoo/item/jovenes-y-comunicacion-la-impronta-de-lo-virtual>