

**¿FACEBOOK AFIRMA O NIEGA A LOS USUARIOS?  
ACTUALIDAD DEL PENSAMIENTO DE MARX**

**Metztli**

**Dulce Elisa Hernández Millán**

**Plantel 8 “Miguel E. Schulz”**

**Introducción**

El objetivo de este escrito es dar a conocer la relación y actualidad de la ideología marxista de la enajenación y la ideología respecto a las relaciones sociales involucrando en ellas el uso de redes sociales. En esta ocasión se tomará en cuenta la red social más importante de la actualidad, Facebook, y se hará el análisis sobre su influencia en las relaciones de pareja, en específico, las relaciones amorosas.

La hipótesis a defender es que las relaciones amorosas se ven afectadas, de manera negativa gracias al uso excesivo de Facebook, dando como resultado la pérdida del individuo debido a que en lugar de fortalecer capacidades como el demostrar afecto y llevar una buena comunicación directa con la pareja, dichas capacidades se pierden provocando un retraso en los individuos respecto a su manera de desenvolverse en el mundo.

Para defender la hipótesis anteriormente planteada, me apoyaré en las *teorías marxistas de la enajenación y la ideología*, también haré una comparación actual para demostrar que las teorías marxistas son vigentes. a más de 200 años del nacimiento de Carlos Marx.

En primer término, realizaré una definición de los conceptos que emplearé y, a continuación, los aplicaré a situaciones concretas para la reflexión del tema que aquí me ocupa.

**Desarrollo. Conceptos marxistas y su aplicación**

Comenzaré por definir *ideología*. El concepto de ideología tiene significados distintos según el autor que la estudia, sin embargo, para este trabajo se describirá la ideología como la conciencia falsa, invertida y distorsionada acerca de la realidad que a su vez funciona para mantener en bajo perfil y legítimamente las relaciones de dominio.

Tomando en cuenta la obra de Marx, se comprende la ideología como algo negativo dentro de la sociedad ya que impide que los hombres alcancen la concepción verdadera de realidad y porque además funciona para producir relaciones de explotación. Esto lo podemos analizar en el prólogo de *Ideología alemana* en el que sostiene:

Hasta ahora, los hombres se han formado siempre ideas falsas acerca de sí mismos, acerca de lo que son o deberían ser. Han ajustado sus relaciones a sus ideas acerca de Dios, del hombre normal, etc. Los frutos de su cabeza han acabado por imponerse a su cabeza. (Marx, 1846).

Lo que estas palabras quieren decir es que los hombres forman ideas falsas porque las adaptan a Dios y a lo que para la sociedad es un hombre normal, pero no son más que eso, ideas falsas sobre el presente, lo que son; o el futuro, lo que deberían ser. De igual manera, se hace una división entre el ser y el deber ser, donde el deber ser es más importante.

Por lo tanto, la ideología queda entendida como la falsa conciencia de nosotros mismos, lo que somos y deberíamos ser, dando lugar a relaciones de dominio que han sido impuestas.

El siguiente concepto a tomar en cuenta es la *enajenación*, la cual se encuentra inserta en la concepción histórica-materialista de Marx, él la define como un proceso socioeconómico donde el obrero es ajeno al producto que realiza, esto ocurre debido a que su trabajo, que es obligatorio y no creativo, se convierte únicamente en un objeto.

El obrero no se pertenece a sí mismo, sino al jefe y al medio de producción capitalista, llevándose a cabo una pérdida de autonomía y de cultura, dando lugar a una relación de sometimiento.

El trabajo es *externo* al trabajador, es decir, no pertenece a su ser; (...) el trabajador no se afirma, sino que se niega; no se siente feliz, sino desgraciado; no desarrolla una libre energía física y espiritual, sino que mortifica su cuerpo y arruina su espíritu. Por eso el trabajador sólo se siente en sí fuera del trabajo, y en el trabajo fuera de sí. Está en lo suyo cuando no trabaja y cuando trabaja no está en lo suyo. Su trabajo no es, así, voluntario, sino forzado, *trabajo forzado* [...] El trabajo externo, el trabajo en que el hombre se enajena, es un trabajo de auto sacrificio. (Marx, 1844).

En otras palabras, la enajenación queda definida como el enfrentamiento a algo externo, en este caso al trabajador, que no le pertenece a su esencia, esto quiere decir que el trabajador se niega, se siente a disgusto, “arruina su espíritu”. Se reafirma que el trabajo no es creativo ni voluntario, sino obligatorio, forzado; esta enajenación se debe a que el mismo trabajo no es algo suyo, sino de otro, es decir, tanto el producto como el trabajo no pertenecen al obrero, sino que pertenece a otro, significando la pérdida de sí mismo.

Como conclusión la ideología es la falsa conciencia de nosotros mismos y la enajenación es algo externo a cada uno, se trata de algo obligatorio y que ocasiona una pérdida de nosotros mismos.

Para analizar y actualizar las teorías marxistas, primero debemos mostrar la situación de Facebook en las relaciones amorosas.

Durante los últimos años, Facebook ha mostrado ser la red social más importante debido a la facilidad que tienen los usuarios para compartir los momentos más importantes de su vida con sus contactos y por mantener cierta comunicación con personas con las que normalmente no podrían entablar alguna relación. Desde este punto de vista, Facebook parece ser un medio de comunicación positivo, entonces ¿cómo es que interviene de manera negativa en las relaciones amorosas?

En primer lugar, las personas se dejan llevar por la impresión de las redes sociales de los demás individuos, convirtiéndose en entes superficiales; se preocupan por la cantidad de “me gusta” que reciben sus fotografías, si muestran tener una personalidad extrovertida o la calidad de sus publicaciones, pero se olvidan de que esta no es la

verdadera faceta de aquellas personas a quienes pertenecen los perfiles, en este caso, de Facebook.

Un ejemplo de esta situación es que tu contacto de Facebook sea un individuo de 30 años, y en realidad podría tratarse de un sujeto de 40 años cuyos intereses no son los que muestra su perfil en Facebook, muestra una falsa faceta de su persona para lograr algún objetivo en específico como podría ser obtener aceptación en algún grupo o porque no se siente él mismo y se identifica con el perfil que ha creado.

Otro ejemplo relacionado con el tema principal de este escrito, las relaciones amorosas, es el siguiente: una pareja comparte fotografías de sus mejores momentos, ambos individuos escriben en sus perfiles lo mucho que se aman y dan a conocer a sus contactos una imagen aceptable, aunque en la vida real, esa misma pareja tiene discusiones a diario, no se demuestran afecto y parece que se ha convertido en una relación tóxica. En este ejemplo, damos a conocer el “deber ser” del que habla Marx en su teoría de *Ideología*, que consiste en tener una falsa idea de la realidad que cumpla con lo que para la sociedad es un “hombre normal”, es más importante definir quién eres o debes ser en tu perfil social que en tu realidad, incluso llegando a extremos como el de fingir que eres otra persona.

Por lo que toca a la definición de Marx respecto a la ideología y la oportunidad que ésta brinda para imponer relaciones de dominio, podemos afirmar que en la relación Facebook-persona, la red social nos domina, ya que nos encontramos muy pendientes respecto al contenido que publicamos y a su vez mostramos un falso “yo” que se adapta a la sociedad para sentirnos dentro de un grupo, siendo aceptados.

También cabe mencionar el tiempo que le dedicamos a las redes sociales, ya que actualmente consumen la mayor parte de nuestro día, Facebook nos domina en el momento en que causa una adicción, una constante preocupación y nuestra mente solo piensa en las siguientes preguntas: ¿cuántos “me gusta” tiene mi publicación? ¿tengo solicitudes de amistad hoy? ¿ya publiqué alguna fotografía con mi pareja?

En lo que toca a la relación que hay entre la teoría de enajenación que planteó Marx y la intervención de Facebook en las relaciones de pareja, encontramos que los perfiles sociales no pertenecen al individuo, así como el producto del trabajo no pertenece al obrero, ya que se trata de una actividad externa a él que muy lejos de afirmarlo, lo niega, niega su esencia y en resumen, arruina su espíritu.

El perfil de Facebook no pertenece en realidad al individuo que lo creó, sino a los contactos que tienen acceso a él, tanto el perfil como las publicaciones no le pertenecen al individuo y esto significa la pérdida de sí mismo, esto ocurre como consecuencia de la ideología, es decir, muestran la falsa idea de ellos mismos y con el tiempo, viene la enajenación, los individuos no se sienten ellos mismos, no sienten que ese perfil sea suyo.

En cuanto a las relaciones de pareja, los individuos no sienten que ésa sea su relación, porque muestran una falsa imagen a sus contactos, esto es, que no les pertenece, los niega, niega toda interacción que tienen y como consecuencia, la relación se vuelve falsa, se pierde.

La actualidad de la teoría de *Ideología* de Karl Marx radica en que los miembros de la sociedad siguen formando ideas falsas de sí mismos, ideas que se adaptan a su entorno social, el claro ejemplo es que las parejas muestran una relación plena y perfecta para ser miembros de un grupo amistoso aunque en realidad cabe la posibilidad de que no es así y recurren a mostrar una falsa faceta para lograr su objetivo.

Respecto a la teoría de *Enajenación* que planteó Marx, pienso que sigue vigente, al vez no es tan notoria respecto a la relación obrero-trabajo, pero hemos analizado que aplica para otras situaciones en las que el individuo realiza acciones que de pronto comienzan a sentir como externas a ellos, los niegan, se pierden a sí mismos.

Cuando nosotros comenzamos a actuar para otras personas, también estamos llevando a cabo un acto enajenante; el caso que se manejó durante este escrito fue crear un perfil de Facebook, en el que vamos a estar continuamente publicando fotografías,

estados, compartiendo noticias, etc., pero en realidad no estamos haciéndolo para nosotros mismos, sino para otros: para aquellos que tenemos agregados como contactos.

## **Conclusión**

Se ha mostrado que mi hipótesis inicial es correcta debido a que Facebook influye negativamente en las relaciones amorosas, en las que los individuos involucrados en lugar de fortalecer sus capacidades como el demostrar afecto y llevar una buena comunicación directa con la pareja, las pierden, al igual que su relación.

De modo tal que podemos afirmar que las ideas de Marx son aplicables en la actualidad, tal vez no en las mismas circunstancias que él planteó originalmente pero sí en otro tipo de relaciones humanas, donde podríamos hacer una analogía: el trabajo es a las nuevas tecnologías electrónicas como el obrero a los usuarios de las mismas.

Esto nos hace pensar en la necesidad que tenemos como sociedad de reflexionar acerca de las relaciones humanas y, especialmente, acerca de las amorosas; así como a valorar objetivamente los beneficios y perjuicios de las redes sociales porque como hemos visto, nos ayudan a mantener comunicación con personas con las que normalmente no podríamos entablar alguna relación aunque por otro lado propician que nuestra facilidad de mantener relaciones en la vida real, nos sea difícil.

Lo que Karl Marx nos enseña a los jóvenes del siglo XXI es que tomemos los conceptos de *ideología* y *enajenación*, los apliquemos en nuestra vida cotidiana y desarrollemos una conciencia real de nosotros mismos, de esta manera todas nuestras acciones serán creativas, nos pertenecerán, nos afirmarán y, como consecuencia podremos utilizar la tecnología conscientemente y permitiendo un progreso en la sociedad.

## **Referencias**

- Marx, K. (1844) *Manuscrito Económicos y filosóficos de 1844*. Recuperado el 2/2/2019 de <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/manuscritos/man1.htm#1-4>
- Marx, C. y Engels, F. (1846) *La ideología alemana*. Recuperado el 2/2/2019 de <https://teoriaevolutiva.files.wordpress.com/2013/10/marx-k-la-ideologc3ada-alemana.pdf>