
INDICE



The Social Network
Jesse Eisenberg

Baby, you're a rich man.

A film by
David Fincher

Aaron Sorkin writing
Jesse Eisenberg Andrew Garfield
Trent Reznor and Atticus Ross score
Jeff Cronenweth cinematography

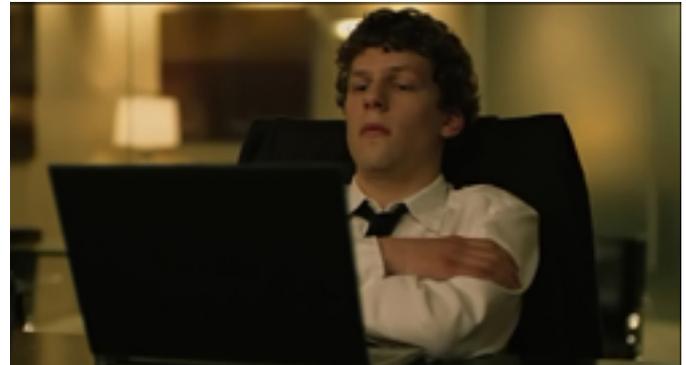
Sobre la creación de Facebook	pág. 3
Hipotesis: Facebook como propaganda	pág. 4
Líneas metodológicas	pág. 7
Conclusión	pág. 10
Bibliografía	pág. 11

SOBRE LA CREACION DE FACEBOOK

El 4 de febrero de 2004 en Cambridge, Massachusetts surgió una de las redes sociales más influyentes en la actualidad, Facebook. Todo comenzó cuando Mark Zuckerberg (actual director ejecutivo de la red) junto a la ayuda proporcionada por su entonces amigo Eduardo Saverin y otros colaboradores crearon Facemash, una plataforma en la que se elegía a la persona “más guapa” de las dos que se mostraban en pantalla. El gran éxito que experimentó esa red en tan poco tiempo llamó la atención de los hermanos Winklevoss, quienes lo invitaron a colaborar con ellos en la programación de una red de uso exclusivo a los integrantes de un privilegiado club de Harvard. Mark inspirado por su idea intentó crear algo más grande, una plataforma en la que se recopilase información personal de cada persona y la capacidad de poder compartirla con aquellos considerados “amigos”. Así Facebook nació y se trasladó primero de universidad en universidad americana y más tarde a todo el mundo.

Lo que comenzó como un blog en el que Mark mostraba sus sentimientos acabó siendo una red internacional de datos.

El film muestra la historia de Facebook desde su creación, los inicios de esta red y los problemas afrontados por todos los personajes en la vida real (incluyendo las diversas demandas y juicios realizados en la primera década del siglo XXI).



En la imagen izquierda, Zuckerberg, todavía universitario, centrado en la pantalla de su ordenador trabajando en su proyecto. En la derecha, el mismo Mark, tras el éxito de Facebook, igualmente centrado la red social. Aquí se nos muestra que su pasión por la informática iba más allá del éxito.

HIPOTESIS:

FACEBOOK COMO PROPAGANDA

A continuación desarrollaremos los aspectos a los que publicitó la creación de Facebook: a aquella persona que se cree una cuenta, a Mark Zuckerberg y a las empresas/marcas que esta plataforma les ha permitido publicitarse.

LA PROPIA PELICULA COMO PROPAGANDA

“La Red Social” es un film norteamericano dirigido por David Fincher (*El curioso caso de Benjamin Button*) y protagonizado por Eisenberg (*Now You See Me*).

Nos cuenta la historia de la creación de Facebook desde el protagonismo de Mark Zuckerberg.

La película se presenta como los juicios por las demandas a Mark Zuckerberg por parte de los hermanos Winklevoss y Eduardo Saverin.

Conforme los demandantes son preguntados, surgen *flashbacks* que nos narra la historia de Zuckerberg y su gran proyecto, “the Facebook”.

En el desarrollo de la historia se nos presenta la figura de Mark como un genio de la informática sin gracia, que termina siendo “seducido” por los irresistibles planes de Sean Parker, que le llevan a traicionar a su único amigo y cofundador de la red, Eduardo Saverin.

Se destaca su carácter provocador en varias ocasiones, y su escasa sociabilidad.

Esta imagen, junto a su carácter insolente y cínico crean en el espectador un rechazo inicial hacia Mark, que es presentado como una persona cruel con Eduardo, a quien ridiculiza en numerosas ocasiones e infravalora su trabajo. Se deja en el aire la opción de que Mark Zuckerberg plagiera el proyecto a los hermanos Winklevoss, dejando la imagen de nuestro protagonista como poco legal.

Mark es un universitario con poco tacto cuyo afán es la creación de una red social muy exitosa, “cueste lo que cueste”. Debido a las propuestas de Sean Parker, Mark pasó a ser un títere. Sean se introdujo de lleno en el proyecto “Facebook”, cuyos creadores fueron Mark y Eduardo, logrando la desaparición empresarial de éste último. Mark termina por traicionar a a Eduardo dejando que sus acciones pasaran de representar el 30% de la empresa, a un insignificante 0,03%, lo que provocará la demanda de Eduardo. Por tanto, este film nos da una propaganda negativa de Zuckerberg, dándonos también una igual propaganda de la red social, que se ve perjudicada por la mala imagen que se nos da de su creador.

Esta mala propaganda se deja reflejada en la personalidad de Mark, infravalorando a sus amigos y novia.

La mayoría de lo mostrado del protagonista es negativo, siendo sólo admirado por su inteligencia y habilidad informática, ya que tiene una actitud egoísta en el 99% de los casos.

No obstante, también se nos muestra una parte buena del personaje en los comentarios de sus personas allegadas, nunca en acciones del protagonista. Cabe destacar que su



pasión por la informática se ve reflejada a lo largo de la película, parte de su carácter que no se alterado ni un ápice. Por tanto concluimos que la totalidad propaganda recibida por los espectadores, tanto del personaje como de la red, es negativa.

EL PERFIL PERSONAL COMO PROPIA PROPAGANDA

El simple hecho de crearse una cuenta en cualquier red social tiene un fin publicitario-propagandístico de nuestra persona puesto que elegimos aquellas fotografías o que mejor nos representen, compartimos hechos o momentos que nos parezcan relevantes al momento que estamos viviendo o que le puedan interesar a aquellos que consideramos "amigos". En resumen, mostramos nuestro mejor "yo" puesto que aunque subyazca nuestra verdadera esencia tras esos perfiles siempre lo endulzamos incluso hasta de manera involuntaria. En la actualidad ha surgido recientemente gran polémica, movilización surgida enormemente tras la salida de las redes sociales de una modelo, quien ha hecho abiertas declaraciones sobre la presión que sentía en estas de asemejarse a aquello descrito como "perfecto". Tras este hecho cientos de modelos, famosos o gente de a pie han comenzado a hablar sobre la falsedad existente en todas las redes sociales, descartando instagram sobre las demás (puesto que en esta plataforma se comparten momentos mediante fotografías), haciendo que muestren momentos de su vidas mas cotidianos o diciéndolo de otro modo, menos perfilados. A pesar de que este movimiento ha sido más reciente, en mi opinión Facebook fue uno de los principales motores en promover la creación de un perfil en el que se mostrase nuestra mejor cara (y con mas razón ahora, multitud de empresas consultan los perfiles de aquellos posibles candidatos a sus puestos, puesto que es una ventana abierta a nuestras vidas, siendo esta prueba a veces decisivas en la decisión de ser contratado). Sin embargo esta red no surgió con ese fin, si no que se Zuckerberg la ideó con el fin de saber el estado sentimental (principalmente de su ex pareja, como se puede comprobar en la última escena del film).

PROPAGANDA PARA MARK ZUCKERBERG

La primera escena de la película muestra a Mark hablando con su pareja (Jessica) sobre los "Final Clubs" (sociedades secretas colegiadas en las cuales tiene que superarse un rito de iniciación para su entrada en ellas) mostrando un ligero resentimiento hacia ellos junto con una visión bastante positiva de estas asociaciones (cabe mencionar que Eduardo Saverin fue aceptado en un Final Club de Phoenix y Mark aprovechó esa situación para que Eduardo publicitase la reciente página entre sus contactos; este hecho muestra la importancia e influencia que tienen en Estados Unidos este tipo de grupos) . Tras la creación de Facemash Mark comenzó a experimentar un aumento de popularidad que comenzó con los hermanos Winklevoss y que actualmente es a nivel mundial. Este éxito hizo que le fuesen reconociendo universitarios y hasta Sean Parker (creador de Napster (servicio de distribución de archivos de música, primera gran red P2P), quien más tarde sus consejos provocarían el fin de la amistad entre Mark y Eduardo. En la película comprobamos como todos estos hechos se relatan acompañados de las demandas que tuvieron que superar los diversos personajes; a su vez esta problemática creó más polémica sobre el nombre de Facebook por lo que publicitó este producto.

PROPAGANDA EN FACEBOOK

Aunque no se muestre de manera directa en el film, Facebook ha evolucionado a una plataforma en la que las empresas pueden mostrar un un mensaje propagandístico comprando un espacio publicitario. Aspecto al cual Zuckerber se negó en un principio.

DIVERSAS VISIONES DE SU POTENCIAL

En el film se nos muestra la visión de Facebook a través de Mark Zuckerberg, Eduardo Severin y Sean Parker.

Nuestro protagonista principal, ya sea creador original o un plagiador de la idea, posibilidad que no queda desmentida en la película, cumplió su sueño de crear la red social “the Facebook” gracias a la financiación de su único amigo, Eduardo Saverin.

La visión de **Mark** era la de una red social completamente distinta, un proyecto recién nacido que auguraba grandes expectativas de futuro. Para lograr que su proyecto saliera a flote, Mark haría lo que hiciera falta, lo conseguiría literalmente “cueste lo que cueste”.

Por otro lado tenemos la visión de la mano derecha de Mark en sus inicios, **Eduardo Saverin**. Aunque es importante decir que Eduardo guardaba “cariño” al proyecto por ser algo creado entre los dos amigos, éste concebía la empresa como una inversión de la que era necesario obtener beneficios. Su trabajo se centraba en la búsqueda de financiación, ya fueran socios capitalistas o publicitarios, opción que quedó desechada por la negativa de Parker a incluir publicidad en su web por no ser propio de ella.

Por último, tenemos la visión de **Sean Parker**, el cual da un giro a la historia y a la concepción de la web para Mark.

Los ambiciosos planes de Parker cegaron a Mark y el objetivo inicial de “the Facebook” con beneficios millonarios y un futuro exitoso lleno de dinero y popularidad.

En ese momento, Mark relegó a Eduardo, dándole el papel de “mano derecha” a Sean Parker. Desde que éste llega a la empresa, Facebook crece de manera impresionante. En primer lugar, se le cambia el nombre a la red social, eliminando el “the”, denominándose desde ese momento “Facebook”.

La escena comienza a tener alcance internacional, contando con millones de perfiles, y poco a poco va adquiriendo nuevas acciones. A medida que Facebook evoluciona, Eduardo se ve en un segundo plano y sus acciones se convierten en una parte sin importancia de la empresa. Cuando se hace consciente de que Mark le ha estafado, decide demandarle. Finalmente se demuestra que Parker tenía razón, y Facebook creció sin precedentes.



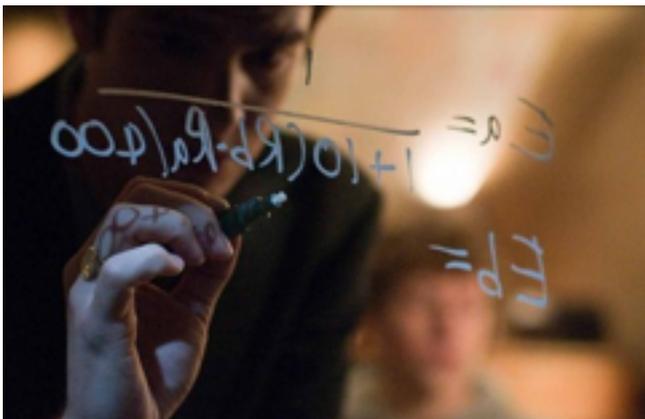
Escena en la que se muestra una reunión de socios de la empresa, con Saverin en primer plano, y Zuckerberg al fondo.

Concluimos que sin este personaje, Facebook no se habría desarrollado hasta ser la gran red social que es hoy en día. Expuso los grandes planes que tenía para Facebook a Mark y cambió su visión inicial de la web y cambió su imagen, creando un proyecto de modernización de una forma sutil.

Mostró a Mark una visión tan exitosa de futuro que éste, seguido por su afán de prestigio, siguió cada uno de sus consejos.

Esta afirmación puede ser justificada con el traslado de la empresa a California a propuesta de Sean.

LINEAS METODOLOGICAS



Saverin ideando logaritmos que posteriormente ayudarían al diseño tecnológico de Facemash

En cuanto al **visionado crítico**, se puede decir que la suma de un gran director como Fincher y un escritor excepcional como Aaron Sorkin resulta una historia interesante.

La película toca temas muy actuales como son la pérdida de identidad ante la ausencia de relaciones personales verdaderas, la celeridad de la técnica que provoca la irreflexión, inmadurez... El guión está lleno de detalles simpáticos como el papel irónico de la gallina de Eduardo Saverin o la presentación del creador de Napster. El escritor es uno de los más aplaudidos de la historia de la televisión, por lo tanto, es normal que haya escrito un gran guión.

El **análisis interpretativo sobre la época** resalta la fecha de comienzo de la película. Se sitúa a los dos años del ataque terrorista contra los Estados Unidos (2001, Nueva York y Washington), que produjo una guerra global contra el terrorismo, y que dio lugar a la invasión de Afganistán por parte de los Estados Unidos (7 de octubre de 2001) y, años más tarde a la ejecución del jefe de la Red Terrorista, Osama Bin Laden en Pakistán por orden del presidente norteamericano Barack Obama. En 2003 los Estados Unidos invaden a Iraq basándose en que el régimen dictatorial de Sadam Hussein usaba armas de destrucción masiva. Esta guerra fue muy criticada tanto desde dentro como desde fuera de los Estados Unidos. Fuera de los Estados Unidos, se desarrollaban en este año de 2003 otros acontecimientos importantes como los brotes de SARS (Síndrome Agudo Respiratorio) en diversos países, el terremoto de Irán y las conversaciones sobre la crisis nuclear norcoreana. La película pues, parte desde un año muy conflictivo en lo social y con una

intensa actividad terrorista.

Los **modelos de comunicación y propaganda** que quedan reflejados en la película, describen el desarrollo de un nuevo medio de comunicación online y está centrada por lo tanto en los medios de comunicación electrónicos. En la película se observa la confluencia de todos los formatos de información (texto, fotografías, audio, vídeo...), es decir, el carácter multimedia de la Red. Puede observarse a su vez la existencia de la información en tiempo real, que comenzó en los años ochenta con el primer noticiero mundial en directo de la CNN. La Red Social pone también de manifiesto la fácil accesibilidad de los medios electrónicos y la debilidad que supone la falta de control sobre la veracidad de la información. En el film podemos ver cómo los medios en línea pueden generar comunidades y convertir a los usuarios en creadores de un espacio comunicativo universal. La necesidad de conocer los resortes necesarios para navegar por el océano de la información que la red pone a nuestro servicio, es otro de los puntos destacables.

Los **espacios públicos y privados** que la red dispone son espacios de información de diverso tipo, unos públicos y otros privados. Los espacios privados tienen la capacidad de hacerse públicos en mayor o menor medida a voluntad del usuario que los gestiona. La publicación de lo privado es uno de los mayores peligros de este modo de comunicación, y debería ser uno de los principales objetivos de la protección legal.

Hoy en día entendemos como **propaganda** una forma de comunicación cuyo principal objetivo es influir sobre el pensamiento o la ideología de las diferentes personalidades que conforman la sociedad. Para ello utiliza diferentes métodos como el uso parcial de la información, centrándose en la parte positiva del argumento a tratar, o la repetición de la idea a difundir. El fin último es establecer un punto de vista positivo sobre el tema o cuestión a tratar, que normalmente es de carácter político, religioso o comercial.

Por esta razón la propaganda se considera manipuladora y tiene connotaciones negativas, ya que a lo largo de la historia se ha utilizado para justificar acciones negativas como las distintas guerras (la guerra fría, la guerra de Irak) o campañas políticas como la de Adolf Hitler durante los años 20. Por otro lado, cuando la actividad propagandística busca la compra o el consumo tanto de bienes como de servicios, recibe el nombre de publicidad.

El término 'propaganda' proviene de la palabra latina *propagare*, que significa 'perpetuar, extender', exactamente lo que se hace con la información que quieren hacer llegar a los diferentes individuos.

La propaganda ha estado presente durante toda la historia de la humanidad, aunque es cierto que su importancia comienza a ser más notable después de la invención de la imprenta, que facilitaba la producción y promulgación de esta.

Los primeros restos propagandísticos datan del siglo III a.C, en forma de edictos escritos distribuidos por el Norte del subcontinente indio. En cuanto a Europa, nos remitimos a la Antigua Grecia, donde se utilizaba para difundir mensajes religiosos y cuya idea será utilizada posteriormente por la Iglesia católica. Un momento histórico en el que fue muy importante esta actividad de manipulación ideológica fue la Contrarreforma.

Sin embargo, no es hasta la Primera Guerra Mundial cuando se comienza a usar la propaganda con fines belicistas. Fue utilizada en diferentes guerras como la civil española, la Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría, la Guerra de Irak...

En definitiva, tanto la publicidad como la propaganda han estado influenciadas por los diferentes momentos históricos y han variado según las diferentes ideologías dominantes durante los diferentes periodos históricos (liberalismo, capitalismo,



comunismo...)

A esto hay que añadirle los diferentes inventos que han aparecido a lo largo de la historia (radio, TV, internet..) La radio apareció a finales del siglo XIX con fines informativos, en una época conflictiva en la que estaban en juego los grandes imperios en Europa, donde la incertidumbre política y la inestabilidad social eran máximas. Otro gran invento revolucionario fue la televisión, un medio audiovisual que combina de forma simultánea tanto la imagen como el sonido y emplea un mecanismo de difusión. Esto le atribuye una gran importancia y proporciona un gran interés en la sociedad de la época, Es un medio de comunicación de masas que aparece a mediados de los años 20, un momento de esplendor económico, sobre todo en Estados Unidos, pues estaba en auge la inversión en bolsa y el espíritu triunfador se apoderaba de la sociedad americana del momento. En España se establece este medio de forma definitiva en los años 50. Es un medio de comunicación que cobra mucha importancia, sobretodo, en los países desarrollados, por lo que la propaganda y la publicidad están muy presentes en este medio.

Sin embargo, muchos son los que dicen que el invento del siglo ha sido otro medio de comunicación mucho más complejo y extenso: **Internet**. Éste es un conjunto de redes de comunicación cuyos orígenes se encuentran en 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como Arpanet en California. Uno de los servicios más importantes y que más éxito ha obtenido en internet es la World Wide Web (WWW), un sistema que permite la consulta remota de archivos y utiliza internet como medio de transmisión de información. Actualmente, Internet mantiene una unión muy estrecha con la comunicación y, por lo tanto, con la propaganda. Es el medio de comunicación con más usuarios y el más solicitado a día de hoy puesto que ofrece innumerables servicios tanto comunicativos como de cualquier otro carácter. Dentro de esta gran plataforma que es internet, es imprescindible destacar la existencia de las redes sociales, donde la publicidad y, sobretodo la propaganda, cobran un papel muy importante.

El film que estamos analizando en este trabajo, La red social (the social network) refleja de forma detallada la propaganda y su uso durante los últimos 10 años gracias a las redes sociales, en concreto la creada por Mark Zuckerberg, Facebook. Esta red social nació en el año 2004 cuando el estudiante de la universidad de Harvard y sus socios lanzaron este proyecto. Con el paso de los años Facebook fue creciendo y con él el número de usuarios, hasta llegar a los 1650 millones de usuarios en julio de 2015. En una sociedad consumista y capitalista como la que vivimos hoy en día, las redes sociales toman un papel muy importante en la vida de los millones de individuos que utilizan esta plataforma. Este factor es aprovechado por los sectores dominantes para promocionarse y aquí es donde la propaganda ha llegado a su punto más alto. Gracias a sitios web como Facebook, donde hay tanto tráfico de información entre millones de individuos con ideologías completamente diferentes, tanto la publicidad como la propaganda consiguen llegar a todo el público. En la película dirigida por David Fincher, se muestra a los espectadores como surgió toda la idea de la invención de Mark y como la llevó a cabo, mostrando todos los aspectos tanto positivos como negativos. Cabe mencionar la presencia de los fundadores y también de los gemelos Tyler y Cameron Winklevoss, quienes acusaron al creador de haberles copiado la idea de crear Facebook.



CONCLUSION

La película "La red social" además de mostrarnos el proceso de creación de Facebook, expone los distintos conflictos interpersonales que se dan en su realización.

Hoy en día, Facebook se constituye como la red social con mayor seguimiento. Esto supone una nueva y rica forma de mantener contacto los unos con los otros, no es solamente un lugar virtual asociado a una página web, o un lugar de encuentro en línea, es todo un mundo de experiencias compartidas.

En la película no se observan claros ejemplos de propaganda, únicamente relata un hecho real, si no que podría considerarse psicológica ya que intenta hacer al espectador reflexionar. Precisamente lo que caracteriza a Facebook es que no contiene propaganda como tal si no que son sus usuarios los que se encargan de dar a conocer este fenómeno.

Esta plataforma inicialmente fue creada como una forma de "encontrar sexo fácil", es decir, de conocer la vida personal de el grupo reducido de estudiantes de Harvard que la componían. Finalmente se mantiene igual pero a nivel mundial por lo que Facebook se constituye como la mejor manera de hacer propaganda de uno mismo y de crear la idea en los demás que uno desee.

Esta dimensión viral ha sido aprovechado por las empresas como forma de dar a conocer su servicios o aplicaciones, cuando un amigo agrega una aplicación aparece en su página y en su perfil. Clickear lleva a la aplicación y permite interactuar directamente con ella. Esto se traduce en que todos los amigos de ese usuario observan su elección y deciden probarla también.

En definitiva, facebook se ha convertido en el principal soporte para la propaganda, que pasa del papel a la red, gracias a su gran velocidad , extensión y alcance ya que cualquiera puede participar y ofrecer sus servicios a otros internautas,internautas que de promedio se conectan todos los días una media de veinte minutos, que les agregan o no a su perfil.

Sin embargo la película en general se centra más en la relación entre los protagonistas. A medida que se va desarrollando la trama y van surgiendo los conflictos entre ellos, se muestra la personalidad de cada uno.Se presenta a Mark como un ser egoísta y egocéntrico, Eduardo inocente y Sean manipulador, lo que se traduce en una propaganda negativa para todos ellos. Más que hacer propaganda del fenómeno Facebook, lo hace de las personas inmersas en su creación.

No obstante Mark Zuckerberg encuentra discrepancias en algunos aspectos de la película. Declarará en varias entrevistas que la película está bien documentada y se apoya en la realidad, pero que en ella no se define bien su personaje al que encuentra exagerado y dramatizado. Eduardo Saverin coincidirá a su vez con estas declaraciones. Quizás los guionistas encuentren más interesante y comercial como tema principal la crítica personal. El resultado, Facebook un proyecto realizado por dos amigos para unir a personas y que entablasen una amistad, acaba destruyendo la única amistad que tenía su creador.

También aparecerán reflejados en la película algunos aspectos negativos de Facebook y en general de las redes sociales e internet. En la escena inicial se muestra como, tras el protagonista cortar con su novia Érica, publica en la red una serie de comentarios que perjudican y violan la intimidad de ella.En la primera escena en la que sale Sean Parker, una chica con la que mantiene relaciones confiesa ser adicta a este fenómeno y como le repercute en su día a día. Dos ejemplos más de los peligros que supone internet y su mala utilización.

La película resulta entretenida. Los diálogos directos y sencillos ayudan a su



comprensión. Los saltos espacio-temporales son una constante, permiten conocer las razones por las cuales Mark Zuckerberg ha sido demandado y el por qué de la celebración de los juicios. La vestimenta de todos ellos se adecuan a la perfección a la realidad al igual que los interiores y exteriores escogidos. El reparto, a pesar de los guiones exagerados, resultan muy aceptados por los verdaderos creadores y encajan en el perfil esperado por los espectadores.

Facebook ha supuesto un antes y un después en la historia de la propaganda. Ha surgido una nueva forma de hacer propaganda. Una mucha más accesible, eficaz y rápida.

BIBLIOGRAFIA

<http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>

http://spanish.people.com.cn/spanish/200312/31/sp20031231_71289.html

<http://filasiete.com/peliculas/la-red-social/>

https://es.wikipedia.org/wiki/The_social_network

<https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

<http://t.blogdecine.com/criticas/la-red-social-ciudadano-zuckerberg>

<https://bloguionistas.wordpress.com/2010/11/15/analisis-de-guion-la-red-social-espoilers/>

<http://www.jhcnewmedia.org/gestion/?p=311>