

## **“THE SOCIAL NETWORK”: 500 MILIONI DI AMICI PER NON AVERNE NESSUNO**

MARCO STANCATI\*

Nell'autunno del 2003, Mark Zuckerberg che aspira a entrare nei circoli più esclusivi di Harvard, viene mollato dalla sua ragazza non perché sia un nerd maniacale (“avrà successo” gli predice) ma perché è uno “stronzo” supponente, che non riesce ad avere un rapporto paritario con le donne. Mark, nel quale un'autostima smisurata e un senso di inadeguatezza si mescolano e basculano continuamente, la prende malissimo. Si ubriaca, posta sulla rete universitaria commenti offensivi sulla sua ex e, dato che c'è, crea un sito interattivo, che chiama “Facemash” con le foto di tutte le ragazze del campus, mettendole poi a confronto e chiedendo ai colleghi maschi di scegliere la più carina. Facemash invade la rete universitaria come un virus determinando, per il concentrarsi del traffico, la caduta del sistema e Mark si becca una triplice accusa: misoginia del sito, violazione della privacy, violazione della sicurezza. Ma la strada è imboccata. Di lì a poco lancerà “thefacebook.com” che si diffonderà da Harvard alla Silicon Valley, poi all'America intera e infine a tutto il mondo, perdendo nel percorso soltanto l'articolo. E sarà, semplicemente, “Facebook”.

### **Le narrazioni parallele**

Il film è la storia, raccontata a più voci e cioè tante quante sono quelle dei protagonisti principali, dei primi fibrillanti ed euforici momenti della nascita di un fenomeno che avrebbe inciso profondamente sulla nostra cultura e cambiato il modo di relazionarsi delle persone. Ma tutto questo avvenne anche attraverso contrasti, colpi bassi e il conflitto tra i giovani che quel progetto innovativo aveva unito per poi successivamente dividere: Mark Zucherberg appunto, Eduardo Saverin il suo amico del cuore che aveva finanziato all'inizio con mille dollari la nuova società, Sean Parker fondatore di Napster che procurerà il contat-

\* Marco Stancati è consulente direzionale, docente alla Sapienza di Roma, dir. responsabile della Rivista degli Infortuni dell'INAIL.

to decisivo con i finanziatori della Silicon Valley, i palestrati gemelli Vinklevoss che denunceranno Mark accusandolo di avere rubato loro l'idea.

Nel film ognuno è narratore della propria verità: la storia di Facebook si compone come un mosaico attraverso una serie di tessere che rendono protagonista lo spettatore e la sua soggettività interpretativa, perché lo sceneggiatore (un bravissimo Aaron Sorkin, per il quale azzardo la previsione: vincerà l'Oscar!) riesce a non parteggiare mai per nessuno dei protagonisti, presentati nella loro grandezza e nella loro contingente meschinità.

Sorkin, che ha condotto una ricerca rigorosa e puntuale su documenti legali, contratti e accordi e riscontrato che c'erano, inevitabilmente, dei "conflitti narrativi" ha pensato che la cosa migliore fosse di portare nella sceneggiatura tutte le differenti versioni: "ero molto più interessato alle sfumature grigie che al bianco o al nero assoluto. Inoltre l'idea di una serie di realtà possibili sembrava molto più coerente con il modo di essere di Facebook stesso, con ciò che Facebook è in realtà, con le molteplici possibilità di reinventare, fabbricare e mostrare un concetto molto personale di verità".

### **Un cult per i digitali, un'occasione per gli analogici**

È stato presentato come un film generazionale. Limitante e ingiusta valutazione: la visione è da raccomandare innanzitutto ai politici, che troppo spesso si fanno un vanto di non essere digitali, come se questo fosse garanzia della qualità delle categorie analogiche sulla base delle quali presumono di agire e di fare l'interesse della collettività. Capire il fenomeno più sconvolgente, alla lettera, del sistema delle relazioni sociali dell'ultimo decennio dovrebbe essere, per chi fa politica, un imperativo categorico. Consigliabile anche ai docenti che troppo spesso guardano ai nativi digitali come a mutanti genetici con codici linguistici incomprensibili. Visione da raccomandare ai sociologi che si ostinano, troppo spesso, a leggere il Web come un mondo "alternativo e virtuale" piuttosto che come la parte digitale della quotidianità di noi tutti che sempre più integra, fondendoli, virtuale e reale rendendoli indistinguibili. E per gli psicologici una buona occasione per studiare le dinamiche di un innovatore vero (vero perché incide e modifica profondamente il contesto), le leve che lo muovono, gli obiettivi che si prefigge, le reazioni alle banalità e ai traumi del signor Mark Zuckerberg, sfigato di genio. Film da non mancare per gli aspiranti sceneggiatori e registi per capire cosa sia un ritmo narrativo coerente con il soggetto e capace di tenere sempre alta la tensione in sala, sostenuto da un'ironia illuminante e funzionale alla storia. Da segnalare agli imprenditori mancati, che accusano il sistema di non riconoscere la genialità dei loro progetti: Facebook inizia con un autofinanziamento di mille dollari e finisce (anzi continua) con una valutazione che, oggi, si attesta a 25 miliardi di dollari. E, infine, agli imprenditori affermati ed ai miopi capitalisti

di casa che devono ritrovare la capacità di riconoscere l'innovazione vera finanziando i talenti come fecero, nel 2005, i capitalisti della Silicon Valley che offrirono l'occasione per il decollo definitivo su scala mondiale del Social network.

## Una rivoluzione

Facebook in soli sei anni ha connotato una generazione, influenzato le altre e messo in discussione il concetto di privacy. Ha forgiato i connotati di una nuova identità, quella digitale, in cui tutti propongono una rappresentazione di sé perché gli altri la conoscano ed interagiscano, arrivando perfino a archiviare sistematicamente ogni aspetto della propria esistenza come fa Nicholas Feltron, teorico del "self-tracking" e fondatore della comunità Daytum.

L'irruzione dei social network nel panorama relazionale è stato salutato da alcuni con ottimismo da altri con feroce disgusto, ma tutti concordano che è un punto di non ritorno nell'evoluzione delle relazioni e nella creazione e manutenzione della leadership: la rete ha creato rapidamente il personaggio Obama, la rete con il suo passaparola esponenziale può distruggerlo. E nessun analista sociale si sbilancia nel prevedere quale sarà l'evoluzione futura dei fenomeni che si sviluppano in rete. È già difficile capire cosa siano, come ripetono più volte nel film i protagonisti, figuriamoci cosa saranno.

## Una storia di progressiva inimicizia

Con l'affermarsi del "fenomeno Facebook", sono iniziate le beghe personali e legali per il riconoscimento della proprietà. Di chi è stata in effetti l'idea? L'idea di quel modello matematico di "grafico sociale", basato su una constatazione tanto banale quanto esplosiva: "ogni persona tende a costruire legami con le persone che conosce". Ci voleva Mark Zuckerberg, un nerd con problemi relazionali, per trasformare un'esigenza sociale, avvertita da sempre, in un codice informatico d'avanguardia? O erano stati i fratelli Winklevoss ad aver avuto la prima intuizione di un social network, restringendola però spocchiosamente all'universo di Harvard e senza avere le capacità di produrre o far produrre i codici informatici necessari? Ed Eduardo Saverin è stato un cofondatore a pieno titolo o ha occupato abusivamente questo ruolo, dal quale la selezione naturale del mercato capitalistico lo ha violentemente e rapidamente rimosso?

Già, il mercato. Perché il contestatore Mark sembrerebbe difendere la sua creatura dal potere degli adulti dal quale non vuole dipendere in alcun modo, resistendo alla commercializzazione pubblicitaria. Ma cede poi alla visione pragmatica dell'altro grande (e da lui ammirato) digitale Sean Parker e si trasferisce nella Silicon Valley, dove impera il sogno americano fatto d'innovazione e di capitale per finanziarla.

Ma la legge del mercato (capitalistico) finisce per normalizzare la presunta diversità di Mark. Quando il gioco si fa duro e viene denunciato dagli ex amici, l'ex hacker si comporta come il più scontato degli analogici accettando le logiche tradizionali degli aggressivi studi legali americani che lo affiancano mirando a massacrare gli avversari. Pazienza se occorre sacrificare l'unica amicizia di Mark, quella con Eduardo che, come lui, "ci aveva creduto".

"*Get to 500 million Friends whitout making a few enemies*" recita il claim del film. Più che una banalità è un'autoassoluzione consolatoria: in realtà il signor Mark Zuchenberg ha creato una comunità di 500 milioni di "amici" per non averne poi nessuno. Il successo paga, ma lui paga il successo.

### **Lo "spazio estetico deterritorializzato" e il ritorno possibile della mediazione**

E questa comunità sterminata (nel frattempo ha superato i 600 milioni: il doppio degli americani e quasi la popolazione dell'intera Europa) rappresenta un quarto del popolo di Internet. Quei due miliardi di persone che vogliono essere protagoniste nello "spazio estetico deterritorializzato" e cioè, come ha sintetizzato Mauro Magatti, in quella "*sorta di nuvola mediatizzata nella quale confluiscono le più disparate visioni del mondo...un insieme informe, perennemente in movimento, di immagini, impressioni, punti di vista, riferimenti culturali, stimoli sensoriali a cui ogni singolo individuo ha direttamente accesso senza mediazioni sociali e culturali e da cui può liberamente trarre il materiale simbolico con cui costruirsi il proprio personale punto di vista*".

Ma sono già più che evidenti i segnali di una stanchezza sia della navigazione sul Web sia del protagonismo dei singoli che ha portato ad un proliferare di blog e di post che, molto spesso, nessuno ha il tempo (e la voglia) di commentare. Le Apps (applications), e cioè una navigazione proceduralizzata e guidata, stanno sostituendo la navigazione autonoma spostando gli accessi a Internet progressivamente sulle apparecchiature "mobile". Inoltre il successo di Huffington Post (e de "Il Post" di Luca Sofri tra i siti nazionali) dimostrano che si ricomincia a sentire il bisogno di una mediazione culturale che in qualche modo certifichi la qualità delle informazioni e della conoscenza. Potrebbe essere, se la tendenza si confermasse, un'occasione anche per il ritorno della "mediazione sociale" della politica. Politica che, diventata prigioniera delle logiche della spettacolarizzazione mediatica della televisione prima e degli altri media poi, ha l'occasione di tentare di riprendere quel potere di influenza che deriva dalla capacità di rilevare i bisogni, categorizzarli, fare priorità e riallacciare un rapporto con i cittadini sui problemi reali. Ma, allo stato, i partiti sembrano troppo impegnati a fare soltanto "branding", cioè a pubblicizzare il proprio marchio "a prescindere". Occorrerebbe, invece, una funzionale comunicazione (politica) di prodotto: illu-

strare con quali strategie, quali priorità, quali tempi e, soprattutto, quali soluzioni si intende affrontare il difficile quadro dei tanti problemi del quotidiano.

## RIASSUNTO

Il film di David Fincher, presentato fuori concorso al festival del Cinema di Roma a novembre, non è un'opera generazionale. Per i “nativi digitali” la storia dello sfigato di genio Mark Zuckerberg, è certamente un cult, ma per gli analogici di qualsiasi età è l'occasione per entrare nelle logiche, nei riti, negli obiettivi del fenomeno mediatico che in sei anni ha rivoluzionato il sistema relazionale a livello globale, coinvolgendo 500 milioni di persone. Per i politici italiani, refrattari al digitale, un'occasione per accostarsi alla Grande Rete e ai suoi fenomeni in costante evoluzione. Con un'interessante ipotesi: il ritorno possibile della mediazione sociale della politica.

## SUMMARY

David Fincher's film, presented but not competing at the Rome Film Festival in November, is not a generation based work. For “digital natives” that of the genius nerd Mark Zuckerberg is certainly a cult story but, for the analogues of all ages, it is an opportunity to enter into the logic, rituals, and objectives of this media phenomenon that has revolutionised the relational system at a global level in just six years, involving 500 million people. For Italian politicians, digitally noncompliant, it is an opportunity to approach the world wide network and its ever-changing phenomena. With an interesting hypothesis: the possible return of political social mediation.