

SEI QUI: Home » Festival » Altri festival » Why I'm not on Facebook



Why I'm not on Facebook

9 ottobre 2016

L'arma di imbecillimento di massa

Per combattere il nemico di turno devi prima di tutto conoscerlo alla perfezione, studiarne attentamente le caratteristiche, le strategie, il pensiero e le sue dinamiche interne. Solo dopo avere raccolto tutta questa mole di informazioni si può procedere all'offensiva, scendendo in prima linea per affrontarlo faccia a faccia sul campo di battaglia. Quello appena illustrato è uno dei cardini della cosiddetta "arte della guerra", sposato in pieno da Brant Pinvidic per combattere la sua personale battaglia contro Facebook, il suo illustre creatore e lo sterminato esercito di utenti che ne fanno uso e lo difendono dal 28 aprile 2004, data del suo debutto ufficiale in Rete. Le fasi salienti di quella che è a tutti gli effetti l'ennesimo confronto tra Davide e Golia, ma a colpi di post, tag, like e foto di ogni genere, sono raccontate nel documentario **Why I'm not on Facebook**, presentato in anteprima italiana nella sezione Panorama Internazionale della *seconda edizione di Visioni dal Mondo* dopo la world premiere al *Woodstock Film Festival 2014*. **Why I'm not on Facebook** è un viaggio di esplorazione di cosa può rappresentare per tutti noi il social network più popolare e diffuso al mondo, del quale abbiamo conosciuto vita, morte e miracoli nello straordinario e folgorante **The Social Network** di David Fincher. Nel documentario è il regista regista stesso, un giovane imprenditore e creativo di successo, a indagare nei meandri e nei segreti della celebre community. Per farlo sceglie di puntare sullo humour, lanciandosi senza paracadute in una vera e propria odissea nel cyber spazio. La ricerca inizia dal proprio ambiente domestico, per poi spaziare sui campioni di Facebook, quelli che l'hanno inventato, o quelli che con diversi milioni di follower ci hanno guadagnato delle fortune. Il risultato è un'immersione in soggettiva in una dimensione alfanumerica che, a giudicare dalle situazioni che si vengono a creare, dai bizzarri incontri sul web e nel reale avuti dal protagonista e dalle scoperte alle quali giunge lungo il folle cammino, assomiglia paurosamente a una specie di "corte dei miracoli". E sono proprio gli incontri con alcuni dei follower più folli presenti su Facebook a rappresentare i passaggi più riusciti del film (vedi quello con la Signora in rosa).

La tecnica usata da Pinvidic, qui alla sua prima e al momento unica esperienza dietro la macchina da presa, è quella del giornalismo d'inchiesta immersivo, vede il soggetto che conduce l'indagine penetrare nell'ambiente sino ad esserne completamente assimilato. Con l'approccio e la faccia tosta di uno Spurlock o di un Moore, ma non con la medesima prorompente presenza scenica, Pinvidic si tuffa nel ventre della bestia trasformandosi in un autentico infiltrato attraverso un falso profilo. Questa pratica è molto diffusa, con tutti i danni collaterali che ne scaturiscono, tanto da diventare il plot di un reality di successo a stelle e strisce dal titolo **Catfish**. Questo gli consente di muoversi indisturbato nel social, quanto basta per scandagliarlo da cima a fondo e valutarne i pro e i contro, ma anche per venire

a conoscenza di come la “creatura” di Mark Zuckerberg può arrivare a influenzare, nel bene o nel male, le vite di miliardi di persone.

Ne viene fuori un interessante studio socio-antropologico sull’Io 2.0, incapace di vivere nella realtà, preferendo ad essa quella virtuale. Il merito del documentario sta nell’averla condotta senza alcun pregiudizio, con uno stile narrativo veloce, divertente e accattivante. Uno stile, quello di Pinvidic, d’assalto e in quanto tale costretto a ricorrere a diverse tipologie di hardware di ripresa. La discontinuità qualitativa delle immagini e del suono è l’inevitabile conseguenza, ma visto la natura del progetto e il linguaggio che utilizza, questo neo passa per forza di cose in secondo piano. Interessante, ma non esaustivo, è anche il discorso sui pericoli dell’uso distorto di Facebook (e dei social in generale) e della violazione della privacy. Quando l’attenzione si sposta su queste tematiche, il documentario ne risente e perde la bussola dell’ironia che caratterizza positivamente le restanti argomentazioni. Ed è la perdita della bussola il tallone d’Achille di un’opera che, altrimenti, avrebbe guadagnato qualche punto in più in classifica.

Francesco Del Grosso