

È il fenomeno di cui si parla e di cui tutti in forme diverse cercano di far capire che ne sanno qualcosa, che se ne intendono... Poi però se si va un po' oltre la crosta, si capisce che sono più le domande delle risposte, le zone oscure rispetto a quelle illuminate. Stiamo parlando di Facebook, una realtà in espansione che è già arrivata a coinvolgere sulla sua piazza virtuale un popolo di oltre 160 milioni di persone. È un oceano umano che si ingrandisce giorno dopo giorno. Per cercare di capire e far capire di che cosa si tratta, abbiamo intervistato uno specialista di questa magmatica materia: **Davide Bennato** docente di Teoria e Tecnica dei Nuovi Media all'università "La Sapienza" di Roma e autore del blog www.tecnoetica.it.

Che vuoto ha colmato questo nuovo fenomeno?

Più che vuoto, preferirei parlare di esigenza. Una delle caratteristiche della contemporaneità è sicuramente la mobilità. Ovvero solo poche persone fortunate riescono a crescere e lavorare nello stesso posto dove sono nati, molti - moltissimi - sono costretti a spostarsi da una regione all'altra, da una città all'altra e questo rende difficile mantenere contatti stabili. Spesso trasferirsi in un altro quartiere di una grande città rischia di sfilacciare rapporti che il tempo aveva reso stabili. Facebook si inserisce in questa situazione fornendo un'opportunità, quella di continuare a "frequentare" digitalmente persone che non vivono più vicino a noi.

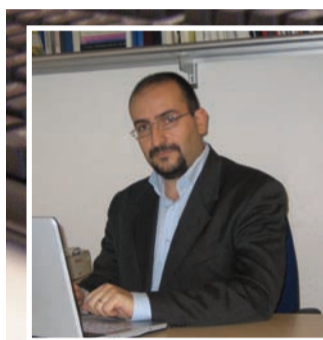
Come lei scrive, nel suo blog, "Facebook può essere considerato un grande palcoscenico dove ciascuno si costruisce e interpreta un proprio ruolo". Non si rischia di estraniare il soggetto dalla concretezza della realtà?

Una delle cose che hanno insegnato gli studi più recenti sui media digitali è che le persone su internet cercano di ricostruire pezzi della propria identità tradizionale. Cercano informazioni sui propri hobby; coltivando le proprie passioni, elaborano tutta una serie di strategie che non fanno altro che riaffermare quello che si è a computer spento. È difficile avere

Fenomeno FACEBOOK

Spiare e farsi spiare da un buco della serratura.
Intervista con Davide Bennato, docente di Teoria e Tecnica dei Nuovi Media all'Università "La Sapienza" di Roma.
Il problema di un uso consapevole di uno strumento semi-privato

Servizio di
LAURA DI TEODORO



un'identità digitale concreta se non si ha una solida identità tradizionale. I mondi virtuali non estraniano, anzi spesso rafforzano alcuni aspetti del nostro essere persone.

I social network come Facebook stanno diventando anche un veicolo per le società per operazioni commerciali e di marketing. Uno strumento di business e non solo di socializzazione quindi?

Ovviamente Facebook - e tutti gli altri social network - nascono come imprese commerciali e quindi è inevitabile che diventino strumenti per il marketing. Ma nessuno si sognerebbe di criticare i lettori dei libri, solo perché il libro è diventato parte dell'industria contemporanea dei media. Così come nessuno si sentirebbe di criticare le persone che trasformano il momento dello shopping come situazione per incontrare amici, per passare del tempo insieme. Basta guardare le persone

che frequentano un grande centro commerciale: da un lato c'è chi vaga da un negozio all'altro in cerca di merci, dall'altro invece ci sono cricche di adolescenti che usano gli spazi dei centri commerciali come luoghi per incontrarsi.

Il confine tra pubblico e privato all'interno di questa piattaforma può diventare labile. Secondo lei, senza un uso consapevole, l'effetto può essere dirompente?

Questo è il vero problema. Senza un uso consapevole della dimensione semi-pubblica (o semi-privata, a seconda dei punti di vista), Facebook può diventare un rischio costante per la privacy delle persone. Ma a ben vedere questo è un problema dei media digitali e della loro dimensione sempre più personale. Un caso emblematico è quello del cellulare: c'è chi lo usa per comunicazioni episodiche e impersonali e chi invece per comunicazioni intime e

confidenziali. È difficile dire quali dei due stili renda meglio l'uso "giusto" del mezzo, perché dipende dallo stile di relazione delle persone.

Quanto e cosa di etico ci può essere in Facebook?

Un uso pertinente della piattaforma è quello di un'etica del rispetto dell'altro. Non si possono bombardare le persone di inviti, messaggi, test che hanno solo un ruolo di distrazione: comunicare il vuoto è sintomo di qualcosa che non va nei rapporti fra persone. Infatti la tecnologia su cui Facebook incarna proprio questa esigenza: se vuoi essere sommerso dai brandelli di relazione, lo puoi fare, ma se ciò ti disturba puoi "spegnere" il rumore derivante dal chiacchiericcio altrui.

Come è possibile sfruttarla senza venirne "assorbiti" troppo?

È difficile dare una risposta che vada bene per tutti. Basta avere presente opportunità - la ca-

pacità di stare sempre in contatto con la nostra rete sociale di riferimento - e limiti - il rischio di ipersocializzazione e di rarefazione della privacy. Su queste basi si può usare questo strumento in maniera compatibile con la nostra dimensione individuale.

In qualità di docente, quotidianamente si trova a contatto con i ragazzi. Come pensa sia cambiato il loro modo di comunicare e socializzare?

La mia sensazione è che siano molto più smaliziati nell'uso di queste tecnologie, anche se hanno maggiore bisogno di figure di riferimento, non che dia loro delle regole, ma che li faccia riflettere su cosa vale la pena fare con questi strumenti e cosa no. D'altra parte la questione è antica: si ricordi dell'effetto deleterio della lettura che ebbe su Don Chisciotte de la Mancia, il quale immerso nei suoi libri non riuscì più a riconoscere l'immaginazione dalla realtà quotidiana.

In ITALIA un popolo di oltre 4 MILIONI di utenti

Facebook è un social network, ergo una rete sociale che riunisce un gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali. FB è stato fondato nel 2004 dallo studente di Harvard Mark Zuckerberg che in origine lo concepì come circolo esclusivo per tenersi in contatto con i compagni di college, scambiarsi dispense e appunti. Oggi questo social network è un vero e proprio fenomeno diventato un business da 300 milioni di dollari, aperto a tutti, gratis. All'inizio del 2008 gli italiani iscritti a Facebook erano

circa 100 mila, prima dell'estate erano poco più di mezzo milione, a settembre erano raddoppiati e nel giro di altri due mesi sono arrivati a oltre 4 milioni. In tutto il mondo i contatti sono oltre 160 milioni. Secondo un sondaggio del *Sole 24 Ore* il 60% lo utilizza per ritrovare amici e fare nuove conoscenze, seguono quelli che ne apprezzano soprattutto la possibilità di espansione (22%) e gli appassionati di giochi (8%). Un utente su dieci si collega anche due ore al giorno (con punte fino a nove). Per entrare basta compilare un pro-

filo con qualche dato ed eventuale foto: ci si connette con conoscenti, amici, persone con interessi in comune. Ci si scambia opinioni attraverso la bacheca personale, via posta o utilizzando il sistema della chat. È possibile collegarsi al sito anche con il cellulare in modo da aggiornare il proprio status in tempo reale. Utilizzando questa piattaforma è possibile recuperare amicizie del passato, dai vecchi compagni delle elementari ai compagni di università, pubblicare fotografie e pubblicare e pubblicizzare eventi.

Prima il boom del telefonini, SMS, internet ora questi social network. Quale sarà la prossima frontiera?

La prossima frontiera è l'integrazione fra le due tecnologie. Se siamo sempre in movimento, ma abbiamo bisogno del contatto con gli altri che riteniamo importanti, queste due tecnologie si intrecceranno l'una con l'altra in modo che siano le persone a decidere - in piena autonomia - se interagire con gli altri con la voce, con un messaggio, o semplicemente fissando un appuntamento per un caffè.