

The Social. Facebook: la rabbia come profitto

Di Lig

Creato il 06/10/2026 - 08:43

Articolo di: Livia Bidoli



[1]

Il nuovo film di **Aaron Sorkin**, presentato come sequel a *The Social Network*, sceneggiato da lui ma allora diretto da **David Fincher**, scopre l'indagine investigativa del **Wall Street Journal** denominata **The Facebook Files**, andando a ritroso nel tempo e delineando ciò che la **whistleblower Frances Haugen** ha rivelato al giornalista investigativo e **Premio Pulitzer Jeff Horwitz** (interpretato nel film da **Jeremy Allen White**). Il film sarà al cinema dal 9 ottobre *The Social, il prezzo della verità* in inglese *The Social Reckoning*, ovvero la resa dei conti.

Il cognome *omen* della protagonista, **Frances Haugen**, in tedesco Augen, senza H vuol dire "**occhi**", siamo già dentro un meccanismo proprio cogli occhi di questo ingegnere informatico arruolato da Facebook come data manager per quanto riguarda gli algoritmi per "**spingere**" lo **scrolling** perpetuo degli utenti.

In realtà nel film Frances (interpretata dall'attrice **Mikey Madison**) viene presentata più come una studentessa nerd che è dentro una sezione chiamata **Integrità Civica** (Civic Integrity) che nel ruolo di preminenza che aveva in Facebook, dopo aver già lavorato per Yelp e Pinterest.

Il film la presenta sicuramente come **molto motivata a lavorare in facebook**, che ha la funzione di far **condividere liberamente interessi ai propri utenti**, il punto è che facebook chiaramente guadagna dal tempo trascorso online dai propri utenti perchè più tempo vi trascorrono più è probabile che comprino qualcosa guardando la pubblicità, e nel 2018, per farlo aumentare, **Mark Zuckerberg**, l'inventore ed amministratore delegato dell'azienda, introdurrà un nuovo tipo di algoritmo, battezzato **MSI**, ovvero **Meaningful Social Interactions**.

L'introduzione delle Meaningful Social Interactions (Interazioni Sociali Significative) ha segnato la più grande rivoluzione nella storia recente dell'algoritmo di Facebook. Annunciata direttamente da Zuckerberg, questa metrica ha ridefinito **le priorità della piattaforma**, spostando il focus dal "tempo totale trascorso online" al "tempo di qualità speso", che in termini comprensibili significa quanto **coinvolgimento** si verifica da parte dell'utente (Engagement bait), ovvero se le interazioni producono **commenti e condivisioni**. Questo però può essere estremamente pericoloso e tradursi in radicalizzazioni poichè **premia e amplifica la rabbia per generare profitto**, ovvero **affilia gli utenti a gruppi sociali estremisti** e manipola individui già arrabbiati o vulnerabili.

Il meccanismo è semplice: il premio è dato una serie di contenuti sempre più accesi sugli argomenti preferiti dall'utente, e che vanno ad amplificare la sua risposta: soprattutto se sono ingenerati dalla rabbia, che è **l'interazione più "significativa"**.

L'algoritmo MSI cerca contenuti che generino **accesi dibattiti, risposte e commenti lunghi**. Nella psicologia sociale, nulla spinge una persona a commentare, litigare o condividere compulsivamente quanto **l'indignazione**

The Social. Facebook: la rabbia come profitto

Pubblicato su gothicNetwork.org (<https://www.gothicnetwork.org>)

morale e la rabbia.

Al contrario, un post moderato o scientifico riceve pochi commenti passivi. Un post d'odio, o divisivo riceve centinaia di commenti furiosi. Per l'algoritmo MSI, il secondo post ha un valore immensamente più alto e viene mostrato a un pubblico sempre più vasto. Esistono anche le cosiddette "**Camere dell'Eco**" (Filter Bubbles) per gli individui arrabbiati: quando un individuo già frustrato o arrabbiato inizia a interagire (anche solo commentando negativamente) con contenuti tossici, l'algoritmo interpreta quel comportamento come un forte interesse. La ricerca della Haugen, che viene rivelata nel film, cita **vari studi interni a facebook**, a dimostrazione che tutti sapevano, anche della pericolosità in particolare per i **bambini e gli adolescenti**, che anche su Instagram (sempre proprietà di Facebook, oggi META, come anche Whatsapp) bullizzavano i loro coetanei.

Tutto questo, grazie al coraggio della Haugen, che ha rivelato tutto al giornalista investigativo Horwitz, ha trovato delle sponde nel 2021, non senza molte riserve e lentezza da parte di facebook nell'aggiornarsi.

In ogni caso, visto che i suoi **ricavi annuali, dal 2018 al 2025** sono passati **da oltre 55 miliardi a oltre 200**, sono tuttora sulla cresta dell'onda, **essendosi quadruplicati**.

Le interpretazioni magistrali di **Mikey Madison** come Frances, **Jeremy Allen White** come Jeff Horwitz, **Jeremy Strong** nella parte di Mark Zuckerberg, insieme alla colonna sonora di **Alexandre Desplat**, ne fanno un film da sondare, con *vis critica*.

Pubblicato in: GN49 Anno XVIII 12 ottobre 2026

//

Scheda**Titolo completo:**

The Social Reckoning

Titolo italiano: ***The Social: Il prezzo della verità***

Regia e Sceneggiatura: Aaron Sorkin

Genere: Biografico, Drammatico, Thriller

Fotografia: Jeff Cronenweth

Musiche: Alexandre Desplat

distribuito da Eagle Pictures / Sony Pictures Italia

Cast Principale

Mikey Madison – Frances Haugen

Jeremy Allen White – Jeff Horwitz (giornalista del Wall Street Journal)

Jeremy Strong – Mark Zuckerberg

Betty Gilpin

Billy Magnussen

Wunmi Mosaku

Uscita al cinema 8 ottobre 2026

[Frances Haugen Official](#) [2]

[Jeff Horowitz Official](#) [3]

- [Cinema](#)

URL originale: <https://www.gothicnetwork.org/articoli/social-facebook-rabbia-come-profitto>

Collegamenti:

[1] <https://www.gothicnetwork.org/immagini/social-reckoning>

[2] <https://www.franceshaugen.com>

[3] <https://www.jeffhorwitz.com/>