



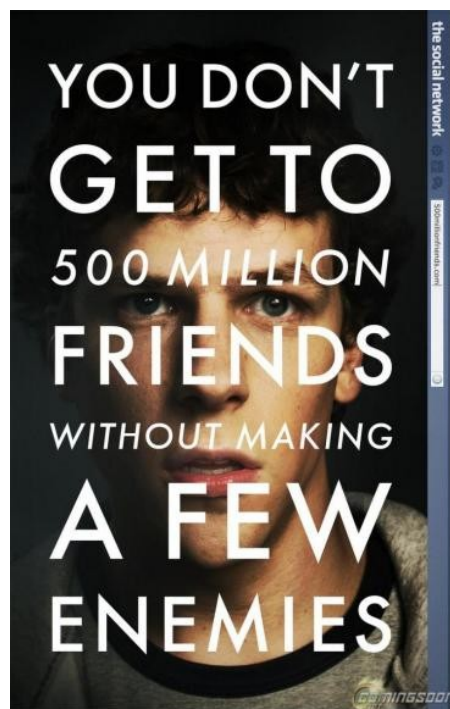
THE SOCIAL NETWORK

LA XARXA SOCIAL

Autor: Ramon Breu

SINOPSI-COMENTARI

The Social Network ens relata els orígens de Facebook el 2004, un invent d'un geni de la informàtica, Mark Zuckerberg, estudiant de Harvard, tan dotat per aplegar gent al voltant del seu invent com negat per fer amics cara a cara. La pel·lícula se centra en les disputes i denúncies mútues entre Zuckerberg i el seu únic amic, Eduardo Saverin, que va col·laborar amb ell en l'inici de la idea a qui Zuckerberg va apartar quan Facebook ja tenia més d'un milió de seguidors i començava a valer milions de dòlars.



El pròleg de la cinta que s'ambienta en un concorregut pub, on una parella manté una tensa conversa ja proporciona als espectadors un retrat força descriptiu del protagonista, de la seva manca de competències socials i emocionals, així com de l'orientació que més tard prendrà la seva milionària, contradictòria i fosca existència.

Zuckerberg és capaç de sacrificar el seu únic aliat per aconseguir un èxit fonamentat en el ressentiment personal, de classe social; en la venjança i en l'hostilitat contra els altres. La cinta, a més, podria establir un paral·lelisme amb *Citizen Kane*, el magnat com una mena de forat negre, com enigma existencial. Un individu, com Charles Foster Kane, incapacitat per a la interacció social, incapacitat per estimar es converteix en multimilionari quan crea un sofisticat instrument per fer un simulacre, precisament, d'interacció social...

The Social Network és un film inclassificable, que toca diferents temes: el cinema judicial; el preu de l'èxit; l'amistat traïda, l'arribisme; els taurons financers de les noves tecnologies... No sabem si el guionista Aaron Sorkin i el director David Fincher ho pretenien, però la pel·lícula ens proporciona material poder realitzar una reflexió sobre l'egocentrisme desfermat, sobre la manca de valors, sobre les persones (joves o no joves) que tenen com a única ideologia

l'ambició i la notorietat personals i desconeixen el camí de la generositat. Es a dir, tot un retrat de la contemporaneïtat.

FITXA DE LA PEL·LÍCULA

Direcció: David Fincher

Títol original: The social network

País: USA, 2010

Guió: Aaron Sorkin, basat en el llibre *Multimilionaris per accident* de Ben Mezrich

Producció: Dana Brunetti, Ceán Chaffin, Michael De Luca y Scott Rudin

Música: Trent Reznor i Atticus Ross

Fotografia: Jeff Cronenweth

Muntatge: Kirk Baxter i Angus Wall

Durada: 122 minuts

Intèrprets: Jesse Eisenberg (Mark Zuckerberg); Andrew Garfield (Eduardo Saverin); Justin Timberlake (Sean Parker); Armie Hammer (Cameron Winklevoss / Tyler Winklevoss); Max Minghella (Divya Narendra); Rooney Mara (Erica); Rashida Jones (Marylin Delpy).

ACTIVITATS

1.- Escriviu la sinopsi del film.

2.- Completeu aquest quadre d'anàlisi dels personatges:

	Mark Zuckerberg	Eduardo Saverin	Sean Parker
Personalitat			
Evolució al llarg del film			
Aquest personatge em recorda a...			

3.- Opineu sobre el *concurs de noies* que organitza en Mark Zuckerberg al principi del film

4.- Com valoreu valoreu que s'esbombés la història de la gallina de l'Eduardo? Qui creieu que en va ser el responsables? Per què?

5.- Qui creieu que va avisar la policia en la festa de celebració del milió d'apuntats al *Facebook* ? Per què ho devia fer?



6.- A la darrera escena per què creieu que la jove advocada li diu a en Zuck que no és *un gilipolles però que treballa dur per ser-ne*? Per cert, si ho recordeu, el noi es queda sol amb el seu portàtil, què fa? Quin significat té aquesta situació?

7.- Com definireu *Facebook* després d'haver vist aquesta pel·lícula?

Llenguatge i tècniques audiovisuals

El tractament del temps en el cinema

Si els guionistes d'un film opten per l'ordre cronològic per explicar una història, els fets es narren en el mateix ordre en què van succeir. De vegades se'ns explica un fet minut a minut, però més endavant es resumeix amb poques paraules o amb un recurs el que ha passat en una setmana, en un o en vint anys, i tot sense trencar la linealitat del relat. Els salts en el temps s'anomenen **el·lipsis** i la seva funció és comprimir el temps. L'habilitat del director/a o del muntador/a fa resoldre de manera visual aquest salts. A vegades es fa amb els fulls d'un calendari que van passant, com a *Temps Moderns* (1936), o amb titulars de diaris al llarg d'un període de temps com a *El Gran Dictador* (1940). En altres circumstàncies hi ha solucions genials: a *Ciudadà Kane* (1941) es resumeixen uns quants anys del primer matrimoni de Kane a partir d'unes quantes escenes a l'hora d'esmorzar, que corresponen a anys successius i anem veient el deteriorament de les relacions entre marit i muller a partir de les seves actituds, gestos i petits comentaris. O al principi de *2001, una Odissea de l'espai* de Stanley Kubrick (1968), on un os llançat per un homínid en la prehistòria es converteix en una nau espacial del, llavors, futur. És, probablement, l'el·lipsi més llarga de la Història del Cinema.

També es pot donar la distensió del temps, tot i que és molt més estrany. Un exemple el tenim en la seqüència de les escales d'Odessa del film *El cuirassat Potemkin* d'Eisenstein (1925), que abans hem al·ludit. En aquesta seqüència

els fets duren més que en temps real. Veiem com una multitud acomiada els mariners revoltats, sobtadament es produeix una càrrega policial que provoca innombrables víctimes. El director, Eisenstein, fragmenta l'escena en un gran nombre de plans que corresponen a diferents subjectes que pateixen una tragèdia personal que sumades conformen una gran tragèdia del poble, i veiem també la imatge dels soldats, impertorbables, símbol del poder capitalista que no demostra cap pietat.

En certes ocasions, però, ens trobem amb què el film no segueix l'ordre cronològic i es retrocedeix en el temps, és l'anomenat **flash-back o salt enrere**. En tenim molts exemples, a *Recuerda* d'Alfred Hitchcock (1945), el protagonista, al final del film, aconsegueix recordar les circumstàncies de la mort del seu germà, causada involuntàriament per ell. A la versió d'Otel·lo d'Orson Welles (1955), el film comença amb l'enterrament del protagonista. A *Casablanca* de Michael Curtiz (1942), el protagonista, Rick, després de retrobar el seu antic amor, Ilsa, recorda amb un got de whisky i amb la companyia del seu amic pianista, els dies feliços que va passar amb ella a París, justament abans de l'ocupació nazi. Tots els records de París estan explicats dins d'un inoblidable salt enrere.

Un altre, dels molts exemples que podríem trobar, l'observem a *Johnny va agafar el seu fusell* de Dalton Trumbo (1970), un oblidat però excel·lent film, on són habituals els salts cap enrera amb la finalitat d'anar reconstruint la vida d'un soldat terriblement ferit de guerra, a través dels seus pensaments i sentiments expressats en off.

Costa, en canvi, de trobar exemples de **flash-forward o salt endavant** que vindria a ser un salt cap al futur, una imatge que estaria situada amb posterioritat als fets que es narren. A *La llavor del diable* de Roman Polanski (1968), la protagonista veu, al principi del film en els seus malsons, una casa en flames que després descobrirà que és l'apartament on ha anat viure. També es podria considerar flash-forward les visions del futur a *El temps a les seves mans* de George Pal (1960).

Activitat

Expliqueu el tractament del temps que trobem a *The social network*



PANTALLA DE LECTURAS

FACEBOOK NACIÓ POR UNA VENGANZA

Muchos conocen su obra. Más de 500 millones de personas la utilizan – numerosos de forma enfermiza, adictiva – y otros tantos la desprecian.

Muy pocos saben de su autor. A Mark Zuckerberg se le considera el multimillonario más joven del mundo. A los 26 años ocupa el puesto 35 en la lista de ricos estadounidenses. Su patrimonio se cifra en 6900 millones de dólares.

Las ventanas virtuales, detrás de las que tanto le gusta fisgonear, se han abierto de par en par, con él, a su pesar, en el centro de las miradas. El ideólogo y fundador de *Facebook*, en la piel de Jesse Eisenberg, se ha convertido en la inspiración de *The social network*, cuya *première* se produjo el viernes en la apertura del festival de cine de Nueva York. Hubo aplausos, a siete días del estreno.

Es la primera película – la dirige David Fincher – que aborda cómo surgió la red social de mayor influencia. Según esta versión, nació de una venganza, por un despecho sentimental. Aquella noche del otoño de 2003, en una habitación del complejo universitario de Harvard, marcó el inicio de una época, del encumbramiento de un *hacker*. El relato, sin embargo, va más allá. Hace un retrato del nuevo poder tecnológico.

Es una crónica clásica de amistad, lealtad, traición y celos, afirma Aaron Sorkin, responsable del guión. La narración se articula en torno a un doble pleito. El que formularon los gemelos Tyler y Cameron Winklevoss, quienes sostienen que Zuckerman les robó la idea. Han cobrado 65 millones de dólares, aunque ahora le reclaman más. Y la demanda que planteó un cofundador de la empresa, Eduardo Saverin. También se ha llevado una indemnización (sin cifra). Así que Zuck, como le llaman sus amigos, ha empezado a ser popular, aunque él no sólo se ha negado a participar, sino que ha despreciado el trabajo, por falta de exactitud. Una de las principales fuentes de las que se nutre el filme, de 40 millones de dólares de presupuesto, es el libro *The accidental billionaires*. A su autor, Ben Mezrich, le acusan de mezclar con demasiados los hechos con la fantasía. Todo empezó cuando hace dos años Mezrich recibió un e-mail. Un estudiante de Harvard le confesó que su mejor amigo estuvo implicado en el origen de *Facebook* y no se hablaba de él. Ese amigo era Saverin.

Mark Zuckerberg nació en el estado de Nueva York. Es hijo de un dentista y de una psiquiatra. De niño no utilizaba los juegos de ordenador. Los diseñaba. Aún le apasionan los héroes griegos. Siendo crío ideó un sistema de aviso a las visitas de la consulta de su padre. Un prodigio que llegó con fama en el 2002 a una de las universidades de prestigio.

Desde ahí se convirtió en el mesías de la transparencia *on line* – *todo sería mejor si la gente fuera más abierta*, sostiene – mientras que él se difumina. Es su contradicción. Desprecia las críticas de falta de privacidad de su invento, pero él se esconde.

En parte, aseguran los que le han tratado, por sus escasas habilidades para las relaciones sociales cara a cara, cuestión que se refleja en las imágenes. Un tipo genial, vestido con chancletas en la nieve de Boston, con sudadera, rápido, enérgico con el teclado que, en las conversaciones *reales*, se desconecta a menudo. En una escena, mientras Saverin trata de cerrar un negocio, él está ido, haciendo ruidos con la boca.

La historia se abre con una escena, ambientada en un bar estudiantil, Zuck, tímido y arrogante, humilla a Erica, su novia. Ella se levanta y lo manda al infierno con un sonoro *gilipollas*. Esa noche, en su cuarto, Mark manipuló la red informática de Harvard para vengarse de ella y, de paso, hace caer su ira en el resto de las compañeras al difundir el concurso de *la chica más caliente*. Es la semilla de *Facebook*. Cuando las autoridades académicas le pasan cuentas, él replica:

- *Deberían felicitarme.*

Al final de la película está solo. Una de las abogadas le ha dejado otra frase: *No eres gilipollas, pero trabajas duro para serlo.*

Hoy vive en California, con Chan, su compañera. No hace ostentación de riqueza. Su casa es discreta, su coche también. Le gusta la esgrima y practica el mandarín. Entra de los primeros y sale el último de la oficina.

Francesc Peirón “*Facebook* nació por una venganza”
“La Vanguardia” 26-9-2010



LA CARA OCULTA DE *FACEBOOK*

El recent intent de *Facebook* (una de les xarxes socials d'internet) de voler fer-se amb el control de tota la informació que allotja - des de i per sempre- ha fracassat gràcies a una àmplia campanya de protesta a internet que denuncia que els gestors d'aquesta xarxa puguin fer el que els doni la gana, per sempre, sense permís dels usuaris.

El mite de les "xarxes socials" a internet es basa en la idea que les xarxes són un espai de llibertat quasi il·limitat. En realitat, no és així. L'amo de Facebook són els administradors de la xarxa social: ells decideixen com, en quines condicions i quan es pot accedir i sortir d'aquesta. Així, el gestor - privat- del sistema opera com un poder constituent - públic- de la comunitat virtual. Sense cap tipus de control públic sobre la seva actuació. L'únic control possible és el de la pròpia comunitat capaç de forçar - com a Facebook- que el gestor s'autolimiti mitjançant mecanismes d'autoregulació.

Les anomenades "xarxes socials" són, en realitat, una mica més - molt més -que xarxes i socials. Són, sobretot, gegantins dipòsits d'informació controlada i gestionada per algú diferent als seus titulars, els quals, en molts casos sense ser conscients d'això, dispositen en el sistema informació d'altíssima utilitat i que pot ser explotada comercialment pels gestors obtenint ingressos multimilionaris.

En realitat, el model de gestió de continguts i d'accés a la informació no és ni neutre, ni lliure: és un model generat per algú - l'administrador del sistema- que no renunciarà fàcilment al seu poder, és a dir, a aquest control de continguts i informació.

Facebook, Google i els seus derivats són en realitat dipòsits d'informació, no de coneixement, però en tot cas d'informació imprescindible per a operacions de intel·ligència de difícil elaboració si calgués acumular-la de manera artesanal. Així, Google va cedir al govern xinès dades sobre internautes opositors polítics que avui estan presos; la Patriot Act va obligar a facilitar dades al govern nord-americà després de l'11-S, i ara el govern espanyol obligarà els usuaris de mòbils de prepagament a registrar-se per seguretat nacional després dels atemptats de l'11-M. Res és el que sembla: internet tampoc. I és que la cara oculta de Facebook és molt dura.

R. J. MOLES I PLAÇA, director del Centre de Recerca en Governança del Risc (UAB-UOC) "La cara oculta de Facebook" La Vanguardia. 24-2-2009.
Traducció de Cinescola.

Activitats

1. Què creieu que es pot fer amb un cabdal d'informació tan gran com el que genera *Facebook*?
2. Els enormes guanys de *Facebook*, d'on penseu que surten?

3. Quina diferència creieu que hi ha entre informació i coneixement?



FACEBOOK I LA PRIVACITAT

Robbie Harbour, Ryan Raisch i Eric Gustafson tenen tres coses en comú. Són nord-americans, viuen a Bozeman, un poble de l'Estat de Montana, i formen part del network homònim a la xarxa social online Facebook. A la seva comunitat real, que no arriba als 30.000 habitants, treballen, estudien, van al centre comercial per comprar o van al cinema amb els amics. Però és en la comunitat virtual, que agrupa més de 8.000 residents en aquest poble i els seus voltants, on cada dia intercanvien informació sobre la seva vida, gustos i aficions.

Sabem, per exemple, que Gustafson va complir 22 anys el passat 8 de gener, que és un físic acabat de llicenciar a la recerca de treball; que té una "orientació política liberal", li agraden les pel·lícules de David Lynch i es relaciona amb 35 persones. Però seria suficient seguir la seva vida virtual durant una setmana per conèixer-lo gairebé com si fossim la seva mare.

I és que els milions d'usuaris de Facebook, nascuda el 2004 de la mà de Mark Zuckerberg, un estudiant que volia crear una espècie de anuari de l'escola, corren el risc d'estar sent espiats o estudiats. Perquè el sentit d'aquest lloc de trobada virtual és precisament l'intercanvi d'experiències reals. Molt pocs menteixen o es registren sota nom fals. És de Madrid i vol fer amics? ¿Va estudiar a la Universitat de Granada el 1982 i vol localitzar als seus antics companys? Facebook pretén ser una "eina per descobrir a la gent que ens envolta".

A l'hora de crear un perfil, els usuaris poden afegir, sota la seva responsabilitat, informació personal detallada, des d'un *currículum vitae* fins als seus hàbits alimentaris. Però així poden també començar els problemes. Perquè les dades

que es solen considerar confidencials es converteixen de sobte en informació pública. Si es considera, a més, que aquests hàbits poden marcar unes pautes, per exemple, en el comportament de la població universitària, es converteixen també en material sociològic molt valuós.

"Facebook no té l'obligació d'adaptar la seva política de privacitat a la llei espanyola perquè no processa les dades a Espanya", explica l'advocat Alonso Hurtado, de l'estudi X-Novo. El mateix passa en altres països, de manera que els experts coincideixen que el portal pot ser utilitzat com una eina de segmentació per eficaços campanyes de màrqueting i fins i tot per a tesis acadèmiques. No és ciència-ficció. Fa unes setmanes, uns investigadors de la Universitat de Califòrnia, a Los Angeles, i de Harvard van començar a estudiar una classe d'alumnes de primer de carrera a través d'aquesta web per a "analitzar la informació que donen de si mateixos i com es relacionen entre ells", en paraules de Nicholas Christakis, un membre de l'equip. Només hi ha un detall atípic: els estudiants no saben que estan sent observats. A Facebook asseguren que no hi ha cap clàusula que prohibeixi estudis sociològics. És veritat. Tot i que donar-se de baixa pot resultar llarg i aparatos, aquests mateixos usuaris -que a Espanya inclouen representants polítics com Rajoy i Llamazares- decideixen en quin grup volen entrar a formar part i quin tipus d'informació compartir. En qualsevol cas, per Arturo Paniagua, membre d'Hipertextual, companyia editora de blocs, "Facebook situa sempre als seus usuaris demogràficament i geogràficament". Estem davant l'enèsim Gran Germà de la Xarxa? De moment, algunes associacions nord-americanes d'internautes s'han rebel·lat contra els gestors del portal, valorat en 8.750 milions d'euros. Ja fa temps que més de 60.000 usuaris van exigir que l'empresa retirés un sistema publicitari amb el qual compartia dades de les seves compres. Tot seguit, Facebook va anunciar que demanarà el consentiment de cada perfil abans de fer pública aquesta informació. "Per això", destaca Paniagua, "és important llegir sempre la lletra petita. L'usuari mig no ho sol fer i acaba picant". Com en la vida real.

Francesco Manetto "La cara oculta de Facebook". Ciberpaís 27-1-2008
Traducció i adaptació de Cinescola

Activitats

1. Després de llegir aquesta informació i de veure aquest vídeo http://www.dailymotion.com/video/xa20r3_la-cara-oculta-de-facebook_webcam
Què penseu que caldria fer per protegir-se dels riscos de Facebook?
2. Davant d'aquests riscos, per què Facebook creix dia a dia de manera tan espectacular?
3. Si haguéssiu sabut els riscos dels que parla l'article que hem llegit, us haguéssiu fet de Facebook?



CONTRACAMP: ASPECTES DIDÀCTICS PER AL PROFESSORAT

- OBJECTIUS

- Analitzar els mecanismes d'influència dels mitjans de comunicació relacionats amb les emocions i els sentiments del públic.
- Reflexionar sobre el poder dels nous grans mitjans de comunicació.
- Conèixer un cas d'ambició empresarial que passa per sobre de l'amistat.
- Ser conscients dels objectius de les xarxes socials d'internet.
- Reflexionar sobre la utilització d'internet i les xarxes socials.
- Analitzar una producció cinematogràfica.

CONTINGUTS

- Funcionament dels nous mitjans de comunicació.
- Influència que els mitjans exerceixen a la ciutadania.
- Coneixement de l'origen de *Facebook*
- Ètica personal i empresarial en els negocis d'internet
- Conceptes del llenguatge audiovisual.

CRITERIS D'AVALUACIÓ

- Expressar opinions raonades davant el fenomen de les xarxes socials
- Prendre consciència del poder que tenen els nous mitjans de comunicació.
- Aprofundir en el coneixement del llenguatge audiovisual per tal de comprendre millor la creació dels missatges en aquest suport.

- Visionar el film de manera atenta, correcta i respectuosa.
- Respondre les qüestions de comprensió i del llenguatge audiovisual de forma reflexiva i interessada.
- Identificar els temes i subtemes de la pel·lícula.
- Llegir de forma comprensiva els textos de la proposta didàctica i realitzar adequadament les activitats.
- Participar activament en els debats que es puguin suscitar.
- Presentar les feines proposades de manera correcta tant oralment com per escrit.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

- Competència social i ciutadana: Presa de consciència de la importància que tenen les xarxes socials. Reforçar l'anàlisi crítica dels continguts d'internet.
- Competència audiovisual: llenguatge i tècniques audiovisuals
- Competència lingüística: pantalla de lectures
- Competència sobre el tractament de la informació

WEBS I ALTRES REFERÈNCIES

<http://www.sonypictures.com/movies/thesocialnetwork/>
<http://peliculas.labutaca.net/la-red-social#criticas>
<http://www.youtube.com/watch?v=xzTgldNW6lg>
http://www.dailymotion.com/video/xa20r3_la-cara-oculta-de-facebook_webcam
<http://www.youtube.com/watch?v=lwwAr0fyMjE&NR=1&feature=fvwp>

Ambrós, A.; Breu, R. (2007) *Cinema i educació*. Barcelona: Graó

