

La “Social Crisis” dei #Ferragnez e il Paradosso del Controllo

di Giuseppe Mastromattei - Risk Strategist

Nel 1998, usciva nelle sale un film che ha segnato un'epoca. Mi riferisco a “The Truman Show” diretto da Peter Weir, su soggetto di Andrew Niccol, e interpretato da Jim Carrey, in una delle sue prove attoriali più apprezzate. La pellicola fu definita allora una “satira fantascientifica” ispirata parzialmente a un episodio di “Ai confini della realtà” e alla moda allora nascente di raccontare la vita in televisione attraverso i reality show, immaginando una situazione paradossale, portata all'estremo, dalla quale emergono temi filosofici.

Chi di voi ha visto il film, uscito dalla sala, avrà provato una immensa sensazione di amarezza, tristezza e sconforto, consolato però dal fatto che si trattava di “fantascienza”

Era il 1998, sono passati 20 anni: sono arrivati iPhone e social media, non è più fantascienza...

Proviamo per un attimo a ritornare indietro nel tempo e analizziamo, con un approccio diverso, quello che è successo nei giorni scorsi e che ha visto protagonisti i coniugi Chiara Ferragni e Fedez, ovvero i “Ferragnez” (almeno così mi risulta si facciano chiamare...).

La moglie organizza una festa a sorpresa per il compleanno del marito e sceglie di farla in una location assolutamente innovativa: un supermercato.

Un'idea meravigliosa, quanti di noi hanno desiderato, da bambini, di avere la possibilità di passare una sera in un supermercato ed essere liberi di consumare tutto quello che si vuole?

Se fossimo veramente stati nel 1998, forse ci sarebbe stato qualche articolo sui giornali che avrebbe raccontato i fatti, lasciandosi andare a commenti entusiasti per l'idea e la sua originalità, un po' come quella pubblicità di molti anni fa dove un uomo portava al cinema la moglie ed invece di un film, in sala venivano proiettati filmati (in super8) e fotografie della loro storia d'amore e lui le regalava un diamante. WOW!

Ma purtroppo per i Ferragnez siamo nel 2018, e tutto viene condiviso su social, volontariamente. Sin dal primo momento, i filmati iniziano nell'ascensore di casa per poi raccontare ogni momento della festa, che ben conosciamo e che trovo inutile commentare.

Non riesco però a non fare un paragone con un altro film, questa volta un capolavoro di animazione, e soprattutto di soli 10 anni fa: “Wall-e” (nel settembre 2008 Facebook fece il primo salto di visibilità che portò gli utenti, in Italia, a superare il milione e l'iPhone era stato appena lanciato sul mercato).

Bene, nel film c'è una scena dove un uomo e una donna, seppur vicini, si parlano, seduti su una poltrona mobile, attraverso un dispositivo che altro non è uno schermo.



A volte le immagini parlano di più delle parole...



Quello che è successo quella sera ha scatenato una serie infinita di reazioni negative sui social, facendo diventare quella che doveva essere una festa in una vera e propria crisi, una *Social Crisis*, che ha coinvolto non solo la celebre coppia ma anche la catena di supermercati che non aveva resistito all'idea di affiancare il proprio marchio a quello dei *Ferragnez*, sperando in un ritorno in termini di immagine che purtroppo così non è stato, anzi.

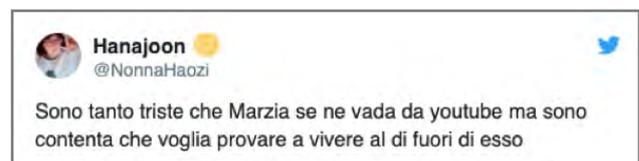
Torniamo ai fatti: ad un certo momento si è costituita un'unità di crisi composta da Chiara Ferragni, Fedez e la madre. Durante una riunione lampo, è stato deciso di comunicare immediatamente che tutto sarebbe stato messo a posto e che sarebbe stata fatta beneficenza, scusandosi di essere stati fraintesi. Bella intenzione, forse comunicata troppo in fretta e con un linguaggio non verbale poco adeguato ma, soprattutto, senza sapere che sui social andavano in onda i filmati della "riunione del comitato di crisi" e del briefing fatto prima per decidere i contenuti da diffondere.

Cosa è successo quindi? Ecco il paradosso del controllo: pensando di avere il pieno controllo dell'evento e di quello che si stava svolgendo, sia all'interno del supermercato sia in rete, il controllo è stato perso completamente.

Al punto che una delle prime reazioni è stata - dopo l'ennesimo filmato di scuse, questa volta con gli occhi pieni di lacrime - di chiudere uno degli account sui social, proprio come successe al povero Truman che, andando a sbattere sulla scenografia che divideva il suo mondo da quello reale, decise di salire le scale e di uscire da una porta di servizio, dalla quale non è però più rientrato.

Esattamente quello che ha fatto una famosa "youtuber" italiana che ha deciso di chiudere il proprio canale (almeno queste le ultime notizie) con una sua fan che ha commentato con il seguente tweet: "sono contenta che voglia provare a vivere al di fuori di esso..." (sic!)

Al di là di questi recenti ed interessanti casi che fanno emergere infiniti temi filosofici, proprio come "The Truman Show", forse è arrivato il momento di prendere piena consapevolezza dei limiti e dei conseguenti rischi che le nuove tecnologie ma, soprattutto, il loro utilizzo eccessivo possano comportare, non solo per i singoli individui ma anche per le organizzazioni.



Quante aziende oggi si trovano ad affrontare improvvise situazioni di crisi che vengono gestite senza minimamente tenere conto del fatto che ciò che avviene sui social non è controllabile? Proprio per questo motivo, è fondamentale tenere presente che, in fondo, esiste una parete oltre la quale c'è il mondo reale, e che basta uscire dalla porta di servizio per rendersi conto che, alla fine, basta un po' di coerenza e un pizzico buon senso per non perdere il controllo.

Ah dimenticavo, "casomai non vi rivedessi, buon pomeriggio, buona sera e buona notte!" (Truman Burbank).