

internet cosa c'è di nuovo

Tutto quello che non vi hanno mai raccontato su

f1o



Katherine Losse ha lavorato per il social network più potente del Pianeta. Entrata a Facebook come assistente ai clienti, è arrivata a scrivere i testi di Mark Zuckerberg. Dopo cinque anni, si è licenziata e ha scritto un libro che svela retroscena inediti. *Millionaire* l'ha incontrata

80 | millionaire

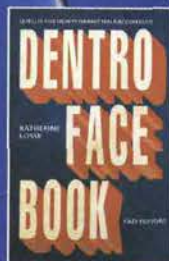
di Maria Spezia
m.spezia@millionaire.it

www.ecostampa.it



Katherine Losse ha 28 anni e per cinque ha lavorato per Facebook a Palo Alto. Nata a Phoenix (Arizona), si è laureata in Letteratura inglese alla Hopkins University di Baltimora. Nel 2005 ha inviato una email a Facebook, e immediatamente le è stato offerto un posto di lavoro come assistente ai clienti. In pratica doveva rispondere alle migliaia di email che gli utenti di tutto il mondo scrivono al social network. Poi, unica donna in un mondo di ingegneri, si è occupata di internazionalizzazione del sito e infine è arrivata a scrivere i testi di Mark Zuckerberg. Nel 2011, stanca di una vita virtuale, fatta solo di post e foto, si è licenziata e ha scritto il libro *Dentro Facebook* (copertina a fianco).

A destra,
la copertina di
Dentro Facebook,
di Katherine Losse
(Fazi Editore,
14,50 euro).



internet > cosa c'è di nuovo

Cosa ha significato lavorare per Facebook?

«Questa esperienza professionale ha trasformato la mia vita. È stato entusiasmante partecipare alla creazione di un fenomeno mondiale. Ho incontrato persone interessanti, mi sono divertita, ho lavorato in un settore del tutto nuovo per me. Ed è stata un'esperienza economicamente profittevole».

Che tipo è Mark Zuckerberg?

«Cammina con il petto in fuori e a volte sembra un piccolo Napoleone. È uno che ama lavorare di notte per aver un anticipo sui venture capitalist e gli altri businessman. È perennemente incol-

lato al telefono o indaffarato in riunioni, gira strascicando i piedi in ciabatte. Per lui esistono solo i suoi vice, i soci fondatori e poi, in ordine decrescen-



te, gli ingegneri informatici. Ogni venerdì pomeriggio fa delle riunioni dove la frase che ricorre più frequentemente è "Voglio solo creare flussi di informazioni". L'idea è fin troppo vaga per essere contestata».

Come tratta i suoi dipendenti?

«Mark è il leader, su questo non si discute. Voleva che fossimo in un perenne stato d'emergenza, portati a dedicarci senza distrazioni alla società e alla sua missione. A volte, quando non eravamo abbastanza stressati, dichiarava ufficialmente uno stato d'emergenza fittizio, durante il quale gli impiegati dovevano lavorare anche nel weekend o a tarda sera».

Qual è l'obiettivo di Facebook?

«Far entrare in Facebook ogni singola persona al mondo. Eravamo così convinti che tutti dovessero abbracciare Facebook che quando la compagnia creò, nell'autunno 2006, uno strumento sperimentale chiamato *Dark Profiles*, nessuno batté ciglio. *Dark Profiles*, in pratica, creava profili nascosti per persone che non si erano ancora iscritte, ma che erano state taggate o nominate nel network. Per Mark, Facebook non è mai finito: è una piattaforma destinata a crescere, assorbire sempre più utenti e spingersi sempre più nel profondo delle nostre vite, estraendo carichi di dati per il bene dell'impresa e di tutti noi».

Che clima si respirava?

«Gli uomini dotati di qualità cosiddette "virili" (tecnicismo, coraggio, dinamismo) erano considerati brillanti e visionari, mentre gli altri, in particolare gli impiegati del team di assistenza ai



Mark Zuckerberg

«Facebook era una religione, e per noi impiegati tutti erano potenziali fedeli, anche chi ancora non si era avvicinato alla nostra chiesa»

la storia

Nasce Facebook. Fondatori l'allora 20enne Mark Zuckerberg, studente universitario a Harvard, oltre a un programmatore e a un responsabile per gli aspetti aziendali. Obiettivo: costruire un database studentesco, in breve allargato ad altri atenei. Investimento: 27 euro per la registrazione dell'indirizzo, più 65 euro al mese per l'affitto del server.

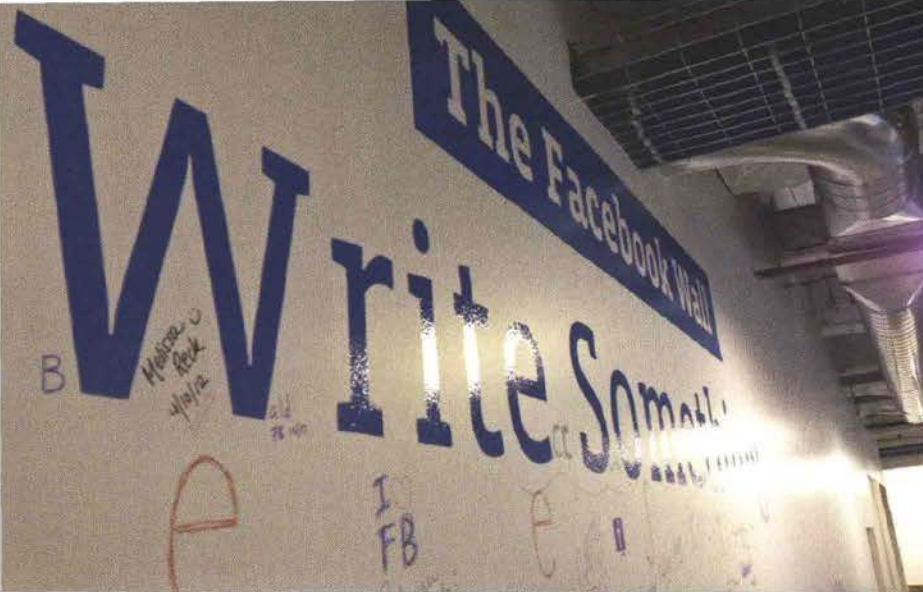
4 FEBBRAIO 2004

Primo finanziamento da parte del cofondatore di PayPal, Peter Thiel, pari a quasi 400mila euro.

2004

La registrazione al sito è aperta a chiunque abbia compiuto 13 anni. Il sito è il 70° tra quelli più visitati.

2006



© Matt Hamack (4)

«Ci portiamo sempre dietro tutto per filmare, registrare, postare. Cercando di catturare qualche momento straordinario. Ma forse le cose della vita che più di tutte cerchiamo di catturare, sono quelle che non si lasciano prendere...»

clienti, soprattutto donne e spesso nere, a differenza degli informatici, erano considerati ottusi e incapaci di trovare soluzioni rapide e intelligenti».

Nel tuo libro, Facebook è dipinta come un'azienda "maschile"...

«Facebook serve agli uomini, su un piatto d'argento, un infinito numero di foto di donne da giudicare. Per i miei colleghi le informazioni non erano mai disgiunte dai voti, dalle valutazioni, dagli indici di gradimento».

Come sei riuscita a fare carriera in un'azienda così?

«Mio padre è un matematico sviluppatore di software, sono cresciuta imparando a vivere con un uomo dalla ▶▶



Il sito è tra i primi 10 più visitati: 60 milioni di foto caricate alla settimana. Lancio di Beacon, sistema di social advertising che in automatico fa condividere le attività svolte in altri siti, come per esempio gli acquisti online. Yahoo! offre oltre 700 milioni di euro per l'acquisto di Facebook, ma Zuckerberg rifiuta.

2007

Raggiungimento del primo bilancio in positivo.

2009



internet) cosa c'è di nuovo

►► mentalità tecnica. Poi ho trovato buoni mentori a Facebook che hanno riconosciuto i miei talenti e mi hanno affidato incarichi adatti a me».

Come sono gli stipendi dei dipendenti?

«Nel 2005 il mio compenso era di 20 dollari l'ora: non buono a Palo Alto, dove a fatica potevi trovare un monolocale per meno di 2mila dollari al mese. Dopo una piccola promozione ho ricevuto un aumento di stipendio insignificante: cinquanta centesimi in più all'ora. Ho iniziato a guadagnare quando sono arrivata a occuparmi dell'internazionalizzazione del sito. A Facebook i dipendenti godono di molti benefit. Nell'autunno del 2006 Zuckerberg fece un annuncio: "Abbiamo deciso di elargire un sussidio di 600 dollari al mese alle persone che vivono entro un miglio di distanza dall'ufficio". Ora che vivevamo tutti nei paraggi, con gli affitti sovvenzionati, i pasti conse-



«Ho capito che il lavoro che stavo facendo era più duro di quanto avessi immaginato quando ho letto sul profilo di Mark, nel campo libri preferiti, "non leggo"»

gnati dal catering e persino i vestiti lavati gratis dalla lavanderia esclusiva di Facebook, avevamo ormai le caratteristiche di un distretto residenziale autonomo dal quale in teoria non dovevamo mai allontanarci».

Quando la tua love story con Facebook ha iniziato a incrinarsi?

«Nel luglio 2006, un pomeriggio, tutti mi chiesero se stessi uscendo con un collega. Andai a vedere il mio profilo, c'era scritto che mi trovavo in una "relazione complicata con Samuel Henley". Dopo un attimo di perplessità, capii: si stava testando un nuovo prodotto, *News Feed*, che inaugurava un mondo in cui tutto ciò che ci accade poteva fare "notizia". Che lo volessimo o meno, eravamo diventati

i personaggi di un romanzo che Facebook e i suoi algoritmi stavano scrivendo per noi. Mi chiesi allora se *News Feed* andasse interpretato come un segnale di quello che sarebbe diventato Facebook: un network incentrato sul rispetto della persona o un network sempre più indifferente alla correttezza e alla sfera individuale? A quanto pareva, avevamo imboccato la seconda strada e probabilmente a Zuckerberg non importava più di tanto».

È una questione di privacy?

«Nel corso del 2009, appresi che per tutta la primavera e l'estate di quell'anno, un team di informatici aveva lavorato alla riconfigurazione delle impostazioni della privacy: a differenza di prima, si volevano ora rendere obbligatoriamente pubbliche alcune infor-



Gli utenti sono 500 milioni. Lancio del bottone "Mi piace". Possibilità di controllo privacy anche sui singoli post pubblicati sul social network.

2010

Gli utenti raggiungono il miliardo, 70 le lingue disponibili, circa 2,8 miliardi di euro il fatturato.

2011

Lancio in Borsa, con un valore di 80 miliardi di euro (il più alto mai registrato). In Italia gli iscritti sono 24 milioni.

2012





L'ESPERTO

Perché siamo su Facebook?
Per paura di essere dimenticati

Come mai affidiamo a Facebook senza paura dati e foto? Il social network di Zuckerberg ha cambiato la nostra percezione della privacy? Lo abbiamo chiesto a Matilde Depangher (matilde.depangher@libero.it), consulente per la comunicazione



integrata e coautrice di *Facebook come. Le nuove relazioni virtuali* (a cura di R. Borgato, F. Capelli, M.

Ferraresi, **Franco Angeli**, da 19 euro in e-book). «È cambiato il contesto in cui si svolgono i rapporti: in un ambito virtuale la comunicazione avviene secondo regole che non sono più quelle dello spazio fisico, ma assomigliano a quelle del gioco, in cui le modalità sono stabilite da noi stessi. Nel Web costruiamo la nostra immagine all'interno dei limiti che vogliamo dare agli altri: da questo punto di vista dunque il Web è vissuto come uno spazio privilegiato e molto tranquillizzante. Facebook ha quindi intercettato un bisogno ancora insoddisfatto, cioè quello di dare un'immagine di noi stessi che ci piace: non è pertanto il social network a carpirci informazioni, siamo noi che trasmettiamo ciò che vogliamo e viviamo Facebook come una vetrina che ci consente libertà. La forza del sito di Zuckerberg sta poi nel dare soluzione a una paura che gli uomini sentono da migliaia di anni: quella di essere dimenticati. Facebook invece ci consente di comunicare ciò che vogliamo con tanti canali, dalle foto ai commenti e di esprimere i nostri umori cogliendone l'attimo». <<<

mazioni, come le foto del profilo e l'elenco degli amici. La privacy totale nei confronti dei perfetti sconosciuti, il motivo per cui mi ero innamorata del sito e che lo rendeva diverso dagli altri social network come Myspace, rischia di essere perso per sempre».

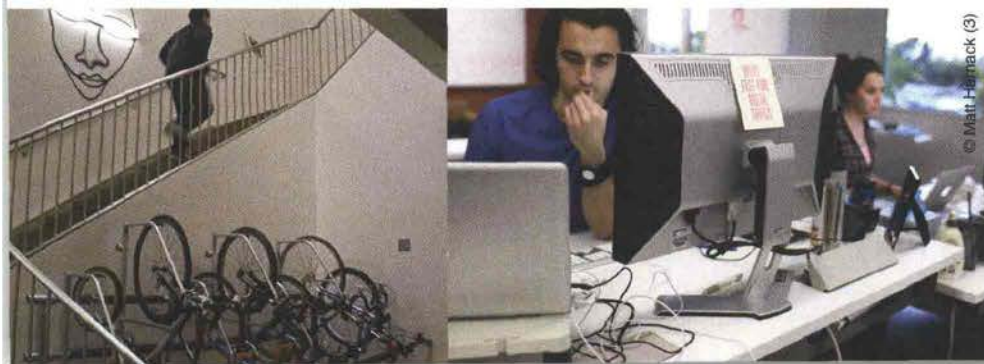
Come hai trovato la forza per andartene?

«Nel 2010 passavo ore e ore davanti al computer. Vivevo da anni in un mondo di foto, post e aggiornamenti e d'un tratto notai che le mie relazioni si erano fatte sempre più esili. Mi mancava la vita reale. Un giorno Mark mi disse: "Io e te scriveremo insieme un libro su Facebook". Che sorta di libro sarebbe stato? Quello che avrei scritto io non avrebbe certo coinciso con quello che aveva in mente lui. Ma l'idea di Mark si era fissata nella mia testa suggerendomi un'altra. Avrei potuto la-

sciare la società e scrivere il mio libro. Dopo anni in cui mi ero morsa la lingua e avevo parlato solo a nome di Facebook, sarebbe stata una liberazione parlare e scrivere finalmente in mio nome. Certo poi tra dire "mollo Facebook" e farlo non è la stessa cosa, ma ce l'ho fatta».

Come è cambiata la tua vita?

«Da quel giorno la mia vita è cambiata in meglio. Da San Francisco mi sono trasferita a Marfa, in Texas, dove ho scritto il libro. A Marfa la connessione a Internet non serve granché. Qui ho capito lo strano rapporto che abbiamo con la tecnologia. Ci portiamo sempre dietro tutto per filmare, registrare, postare. Cercando di catturare qualche momento straordinario. Ma forse le cose della vita che più di tutte cerchiamo di catturare, sono quelle che non si lasciano prendere...».



© Matt Hamack (3)