

Anna Wiener, *La valle oscura*, Adelphi Book, 2020 (titolo originale: *Uncanny Valley*) traduzione di Milena Zemira Ciccimarra

Per iniziare una recensione non si dovrebbero fare riferimenti troppo stretti a esperienze personali, ma in questo caso non ne posso fare a meno. Ho un numero spropositato di nipoti: 27 tra nipoti e pro-nipoti che offrono una discreta rappresentanza di *millennials* (nati tra il 1981 e 1995) e generazione Z (Nati tra il 1995 e il 2012) tutti considerati nativi digitali.

Tra i nipoti millennials per fortuna ce ne sono stati alcuni che hanno scelto professioni per me comprensibili: tre medici di cui uno esercita all'estero, e anche un avvocato specializzato in diritto internazionale. Ma di tutti gli altri mi è difficilissimo capire che cosa esattamente fanno.

Lavorare lavorano, certe volte persino nei fine settimana, ma per la loro povera vecchia zia pro-pro-zia, che delle reti informatiche è un'utilizzatrice terminale e nemmeno tanto in gamba, capire in che cosa esattamente siano impegnati è fuori questione. Uno dei più irresistibili tra i miei pro-nipoti, esponente della generazione Z, mi ha rivelato il suo progetto, già in parte attuato: "Lavorare nel lusso". Quando ho insistito per capirci qualcosa di più, mi ha spiegato che ad esempio la sua azienda veicolava il rapporto tra distributori e acquirenti di vini. "E che caratteristiche devono avere questi vini?" Ho chiesto io. "Una sola, mi ha detto sorridendo, non devono costare meno di 200 euro la bottiglia."

Mi sono cascate le braccia e mi sono rassegnata a non capire. Poi è arrivata Anna Wiener e, come sempre, quando le cose stanno nero su bianco si riesce a vederci un po' più chiaro.

Anna, cresciuta a Brooklin, era una giovane editor che lavorava a New York presso una casa editrice nella selezione di manoscritti destinati alla pubblicazione. Appassionata di letteratura, immersa in un contesto sociale un tantino snob e molto intellettuale. Con un reddito non sufficiente ad affittare una casa se non in condivisione delle spese.

I miei amici lavoravano sodo e davano tutto, ma le loro vocazioni erano mal retribuite; se giudicate in base a questo criterio, le loro scelte di vita erano assolutamente mediocri.

A venticinque anni la protagonista di questo racconto autobiografico prende una decisione cruciale: trasferirsi a San Francisco per lavorare in una startup di analisi dati. Qui le cose vanno un po' come con i vini del mio pro-nipote: stipendio più che triplicato, ottima assicurazione sanitaria, diversi benefit, possibilità di diventare azionista della società.

Cosa volevano i partecipanti era chiaro: volevano che le loro società crescessero. Parlavano con eccitazione delle loro startup, e tutti i convenevoli preludevano sempre a una presentazione in piena regola. Io non ero da meno: andavo fiera del posto in cui lavoravo.

...

L'unico dilemma morale che riconoscevamo apertamente era se si dovesse o meno vendere i dati agli inserzionisti. Noi non lo facevamo, e in questo eravamo virtuosi.

Ma (commento mio) una volta che avessero agevolato la raccolta delle informazioni, le piattaforme non avevano la minima idea di come queste sarebbero state utilizzate, e da chi.

Sessismo, misoginia e oggettificazione non definivano il luogo di lavoro – ma erano ovunque. Come carta da parati, come l'aria.

Il mio personale fardello psichico era che potevo pretendere uno stipendio a cinque zeri, eppure non sapevo fare niente. Qualunque cosa abbia imparato tra i venticinque e i trent'anni, l'ho imparata da tutorial in rete.

...

Con la promozione venne anche un aumento delle quote societarie. (...) avevo ventisei anni e guadagnavo novantamila dollari all'anno.

Avevo raggiunto la terra promessa per i lavoratori della conoscenza del nuovo millennio.

Non possiamo tuttavia accusare l'*ecosistema* come lo chiama l'autrice, di avidità, unita a una totale indifferenza per l'impegno nel sociale, di una completa mancanza di consapevolezza politica: con le elezioni presidenziali del 2016, perseguendo un ideale di partecipazione civica, un gruppo di fondatori di startup investì molte risorse in iniziative che miravano a incrementare l'affluenza alle urne, cercando di incoraggiare i millennial a compiere un dovere di cittadinanza. Le donazioni digitali arrivarono in grande quantità. Una startup open source decise che il giorno delle elezioni avrebbe pubblicato un banner, per ricordare agli utenti degli Stati Uniti che era il giorno delle elezioni. Ma sappiamo bene come le cose andarono a finire allora e come sono finite oggi, alle ultime elezioni americane.

L'imperante idealismo del mondo ipertecnologico delle startup con l'andare del tempo è risultato infine sempre più discutibile. Il *tech*, per lo più, non si è dimostrato progresso, ma soltanto business.

Dopo diversi anni a San Francisco, Anna prende una nuova decisione: lascia la tech industry per molte ragioni, tra cui la delusione sulla cultura delle compagnie e il sessismo in queste diffuso.

Quella primavera la startup era stata coinvolta in uno scandalo di discriminazione di genere di cui si era molto parlato. La prima donna della squadra tecnica – una sviluppatrice e progettista, una donna di colore, sostenitrice della diversità nel settore tecnologico – aveva pubblicato una serie di rimostranze sulla piattaforma di microblogging. La startup, affermava, era un circolo per soli uomini.

In conclusione di questa non facile recensione aggiungo qualche osservazione sullo stile dell'autrice: innanzitutto una predilezione per il fraseggio breve e incisivo. Ernest Hemingway l'avrebbe approvata. Seconda caratteristica, un'attenzione un po' maniacale – questa probabilmente tipica della sua generazione – all'immagine delle persone: capi di abbigliamento più o meno griffati, montatura degli occhiali, taglio di capelli, postura e – con particolare insistenza – linea e muscolatura. Una spiccata capacità di osservazione di questi particolari e dello stile (di solito opulento) delle occasioni sociali.

Il libro non menziona mai il nome delle compagnie per cui ha lavorato o con cui ha interagito, anche se spesso la descrizione dei prodotti e delle culture aziendali rendono facile per il lettore americano individuarle. Così come la trasparente e frequente allusione a Facebook, sempre definita "il social network che tutti odiano". Una recensione del libro che ho incontrato in un sito statunitense rivela che le startup di analisi dati per cui Anna Wiener ha lavorato si chiamano *Mixpanel* e *GitHub*, e riferisce inoltre della sua amicizia personale con l'amministratore delegato di *Stripe* Patrick Collison. Non so di quale interesse siano per noi lettrici italiane queste informazioni, ma magari per qualche lettrice millennial o generazione Z potranno avere un senso.

Commento di Ferdinanda Vigliani