DOPPIOZERO

Il Bianco e l'oscuro

Paolo Landi
26 Febbraio 2021

Due libri ci trascinano nella valle oscura e nel bianco nebbioso della tecnologia. Si chiamano proprio cosÃ¬ *La valle oscura* di Anna Wiener e *Bianco* di Bret Easton Ellis. Un "romanzo" e un'"autobiografia" (cosÃ¬ li presentano i rispettivi editori, Adelphi e Einaudi) che raccontano come sta cambiando il modo di narrare nell'epoca dei social, oggi che possiamo raccontare qualsiasi storia in qualunque modo. Il libro di Anna Wiener Ã¨ la vicenda di un apprendistato nella Silicon Valley, straordinario luogo propulsore della potenza di Internet, diventata la trama delle nostre vite. Quello di Ellis Ã¨ il resoconto di come forme molto antiche dell'attivitÃ umana stiano modificando la loro natura grazie alla tecnologia, che trasforma in micidiali trappole le piattaforme social di comunicazione, sulla carta espressioni avanzate di democrazia. Tutti e due i libri fanno ricorso a un linguaggio ibrido, tra il romanzo e il saggio, tutti e due abbandonano moduli epici di narrazione, in storie dove non ci sono eroi e dove anzi la quotidianitÃ esalta il senso dell'esperienza ordinaria, vero motore di esistenze altrimenti inghiottite nell'anonimato.

Nel risvolto di copertina di *La valle oscura* c'Ã¨ scritto "Si ride molto, a leggerlo. Ma si ride sempre, quando si ha paura". Invece nel libro Ã¨ assente qualunque spunto di comicitÃ , non si ride mai perchÃ© tutti, a partire dalla protagonista, si prendono molto sul serio. E non si ha nemmeno paura perchÃ© le oltre trecento pagine del romanzo sono il diligente elenco dei luoghi comuni che abbiamo imparato a conoscere, chi ha vissuto la "rivoluzione digitale" dall'inizio, e a vederli indebolirsi, sparire, rigenerarsi sotto altre forme. CosÃ¬ questo libro â?? che se fosse uscito quindici anni fa ci avrebbe detto qualcosa di nuovo â?? appare oggi un reperto archeologico, una specie di classificazione di quel che sapevamo giÃ sulla infrastruttura delle comunicazioni via computer, da cui dipendono ricchezza, informazione e potere nel mondo di oggi. A partire dalla contrapposizione ideologica tra l'armoniosa comunitÃ locale di San Francisco, tutta dedita a capire come "la tecnologia potesse cambiare il mondo" (pag. 235), in aziende che si ispiravano "alla comunitÃ del software libero, con il suo ethos sovversivo, controcorrente e profondamente tecno-utopista" (pag. 175) e l'esistenza alienata di quelli che chiamavamo "nerd" , incollati alle loro extension elettroniche (pc e devices vari) e orientati al modo piÃ¹ rapido da seguire per accumulare soldi. Tutta gente che non fa paura, quella descritta da Anne Wiener, con "magliette larghe e scarpe usurate", che dorme nei sacchi a pelo e mangia hamburger nelle tavole calde.

Non fanno paura nemmeno nel prevedibile maschilismo che Wiener descrive: lei Ã¨ una donna alle prese con colleghi che hanno sullo smartwatch il GIF animato "di un seno perennemente ballonzolante", con l'indecisione a menzionare o meno nei suoi report "l'incessante elenco di occasionali atteggiamenti ostili verso le donne" e la scoperta di "liste di quelle piÃ¹ trombabili dell'ufficio" (pag. 155). Ma appena incontra Patrick, imprenditore digitale, "fui lusingata che volesse essere mio amico, e stupita che mi dedicasse tempo e attenzione" (pag. 228). "Mi consideravo una femminista, ma il mio lavoro mi aveva messa in una posizione di incessante e professionalizzata deferenza verso l'ego maschile" (pag. 129). Quello descritto da Wiener Ã¨ un mondo di individui soli che non hanno mai tempo da dedicare agli altri e si accontentano di corpi occasionalmente accessibili: le donne lo abitano conformandosi alle norme, adattandosi a uno stile di vita

frenetico dove i rapporti personali sono esclusivamente strumentali. Il titolo originale *Uncanney Valley* (la valle inquietante) rimanda all'ipotesi presentata con lo stesso titolo nel 1970 dallo studioso di robotica giapponese Masahiro Mori, che analizzava la sensazione di familiaritÃ e di piacevolezza sperimentata da un campione di persone alle prese con robot antropomorfi, che volge perÃ² alla repulsione e all'inquietudine quando l'estremo realismo delle macchine diventa invasivo.

Un po' quello che accade qui, dove l'infatuazione della nostra protagonista per il tech dura pochi anni perchÃ© le basta poco per capire che "i soldi non bastavano a mitigare il peso emotivo, il sovraffaticamento, la ripetitivitÃ , la tossicitÃ ciclica". Poteva tenere il suo lavoro per sempre e invece decide di mollarlo ("Stavo accettando ciecamente la mitologia che il settore aveva creato su se stesso?" si chiede retoricamente a pag. 216). Per essere una "rivoluzione", quella della Rete Ã¨ infatti molto prevedibile, basata com'Ã¨ principalmente su una filosofia commerciale che non ha bisogno di esegesi complesse. Sapevamo giÃ tutto, prima di leggere questo libro, sui "soldi per sfanculare: uno slogan, una motivazione, uno stile di vita", sugli "uffici delle start up che tendevano ad assomigliarsi tutti - finti mobili anni Cinquanta, pareti con mattoni a vista, angolo bar, carrello bar" (pag.163), sui *nickname,* sul "I am a data driven" dei nuovi profeti dei numeri, delle statistiche e dei sondaggi.

Anna Wiener

La valle oscura

Sapevamo che la cultura di Internet Ã¨ la cultura dei creatori di Internet, una costruzione collettiva che va oltre le preferenze individuali ma influenza gli atteggiamenti delle persone, una cultura che emerge dal romanzo di Anne Wiener, con i suoi quattro strati: quello tecno-meritocratico ("Quando entrai per il primo colloquio in un simulacro intimidatorio della Situation Room della Casa Bianca e vidi che ai lati del tavolo c'erano due bandiere con le parole IN MERITOCRACY WE TRUST, risi di gusto" pag. 168), quello hacker, quello comunitario virtuale, quello imprenditoriale. *La valle oscura* dice â?? ed Ã¨ questo l'aspetto piÃ¹ interessante del romanzo â?? che le origini culturali di Internet sono impregnate di cultura americana mainstream.

Poco di "rivoluzionario", in effetti. Dalla Silicon Valley fino alla non lontana Seattle, Internet ha espresso la way of life americana dall'inizio degli anni '90 in poi nella sua profonditÃ : un misto di competenze tecnologiche e di stile di vita middle class tipo villetta con giardino e barbecue, alle origini vicina ai movimenti di controcultura che avevano le loro radici nell'underground della costa Ovest negli anni Sessanta, subito ripudiati. "Nei libri di storia *la febbre dell'oro* era un capitolo che serviva da ammonimento, ma nella Silicon Valley le persone ricorrevano con orgoglio a metafore che vi si ispiravano... Le scoperte giuste potevano valere oro" (pag. 51-52). La vicenda della giovanissima impiegata di una casa editrice che si ritrova catapultata in un mondo dove "non era chiaro se stavamo lavorando mentre facevamo festa, o se stavamo facendo festa mentre lavoravamo" Ã¨ dunque quella di una generazione di ragazzi che riversavano online gran parte dei comportamenti che sperimentavano nei cosÃ¬ detti "giochi di ruolo", tipici di quella fase della vita in cui si fanno esperimenti con la propria personalitÃ . Tutto il romanzo Ã¨ pervaso da questa autoreferenzialitÃ , ognuno impegnato a tirar fuori dalla tecnologia quel che gli serve di piÃ¹, per dar corpo ai propri interessi o desideri, siano essi l'abbandono dell'equo canone per un affitto "piÃ¹ centrale", come capita alla nostra protagonista, siano i profitti stratosferici inseguiti da "uomini animati da cieca ambizione, senza nessuna esperienza professionale, che si scambiavano insegnamenti basati su aneddoti e consigli sotto forma di elenchi puntati" pag. 140).

Ma questa antropologia fin troppo lunga e dettagliata, non risponde a nessuna delle domande che aleggiano nel minuzioso *memoir*, e che non vengono soddisfatte. Siamo lontani, con *La valle oscura,* dal grande romanzo americano che gli Usa aspettano da sempre, tuttavia era forse necessario che qualcuno facesse il punto sull'ubriacatura della new economy, che elencasse le nuove parole del gergo imprenditoriale-tecnologico â?? e qui ci sono tutte â?? che raccontasse il lavoro ("per lo piÃ¹: mandare mail") che assorbe tutto il tempo e tutte le energie possibili e che immola sentimenti, amore e famiglie sull'altare della pulsione cieca per il danaro e il potere.

La coscienza di essere diventato un "brand" apre *Bianco,* l'ultimo libro di Ellis, che si interroga nel prologo se non fosse l'ora di lasciare il mondo analogico che gli era familiare, per il mondo digitale, smettendo di scrivere romanzi tradizionali e lanciandosi nei podcast, nelle webseries, nei social media. Come nel romanzo di Anna Wiener, anche Ellis racconta il suo percorso iniziato da un mondo che sta via via scomparendo (quello dei romanzi, quello del cinema, quando i film si vedevano principalmente nelle sale pubbliche, quello della radio e delle riviste) per approdare all'*online,* a tutto quello cioÃ¨ che accade in Rete. *La valle oscura* Ã¨ il backstage di *Bianco,* Ã¨ la fase "prima" che la tecnologia ci incasellasse "per essere venduti, brandizzati, usati come target pubblicitari o fonti di dati" (Ellis, pag. 122).

"Il social che tutti odiavano", secondo la definizione che ne dÃ Anna Wiener che non cita mai per nome Facebook, Ã¨ quello che nel libro di Ellis spinge le persone a "autobrandizzarsi", per presentare un ritratto

idealizzato di se stesse "in modo da apparire piÃ¹ carine, piÃ¹ amichevoli, piÃ¹ melense... asservite all'ennesima versione dello status quo voluta da una corporation". L'apparente rassegnazione con cui Ellis subisce tweet che vorrebbero minarne la reputazione e l'assurditÃ di questi giudizi emessi in duecentoquaranta caratteri, la stupiditÃ di questo meccanismo stritolante, Ã¨ il filo conduttore del libro che, da un lato, vede Ellis succube, dall'altro gli offre il destro per dare esempi concreti delle aberrazioni perpetrate e messe a punto nella Silicon Valley di Anna Wiener. "Nella nuova era digitale post-Impero ci siamo abituati a recensire gli spettacoli televisivi, i ristoranti, i videogiochi, i libri, perfino i medici, e in generale diamo giudizi positivi perchÃ© nessuno vuol passare per hater. E anche se non lo sei Ã¨ cosÃ¬ che vieni etichettato se ti allontani dal gregge. Ma allo stesso tempo, e in misura sempre maggiore, sono anche le corporation a recensire noi. Aziende della sharing economy come Uber e Airbnb valutano i loro clienti e rifiutano quelli che non passano l'esame. E dato che opinioni personali e riscontri critici viaggiano in entrambe le direzioni, le persone hanno iniziato a preoccuparsi di essere all'altezza".

Il crimine piÃ¹ grande commesso dalla Rete, attraverso Facebook, Instagram, Twitter Ã¨ quello di ridurre al silenzio gli individui, imponendo lo stesso conformismo descritto da Anna Wiener. Il vicolo cieco dei social secondo Ellis ti impedisce di educarti a metterti nei panni degli altri, ti spinge a creare la tua piccola personale utopia, dove c'Ã¨ posto solo per quelli uguali a te, quelli con cui ti identifichi, che la pensano come te. Praticamente il primo passo verso la rigiditÃ e l'autoritarismo, ossimori nel lessico progressista. Eccola dunque, alla fine, la paura. Evocata nel risvolto del libro Adelphi, compare invece e ci fa rabbrividire in quello di Ellis, il piÃ¹ bravo a raccontare la nuova democrazia dei social come una psicosi, la tecnologia che ci pervade come un'epidemia, l'ossessione narcisistica come una droga.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio Ã¨ grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

BRET EASTON ELLIS

BIANCO

EINAUDI