

# C'ERA UNA VOLTA IL TELEFONINO<sup>1</sup>

Premessa

Introduzione

Epifanie letterarie: dai caratteri al racconto

1. Dal mezzo al tema
2. Sospetti e patafisica
3. Indizi e indici
4. Ruoli narrativi

Cinema portatile: azioni e passioni *di Nicola Dusi*

1. Partenza: fenomenologia del cellulare
2. Valorizzazioni pratiche
3. Verso una valorizzazione esistenziale
4. Dalle azioni alle passioni: fine corsa

Strutture e valori nella cronaca giornalistica

1. Mitologia dell'imprevisto
2. L'Eroe
3. L'Aiutante
4. L'Antisoggetto
5. L'Oppositore
6. Il senso
7. L'insignificanza

Immaginario e strategie della pubblicità

1. Una riflessione deformante
2. Il racconto e le assiologie del consumo
3. I singoli apparecchi
4. I due gestori del servizio

Dall'oggetto al fatticcio *di Federico Montanari*

1. L'oggetto e il mondo
2. I tre piani dell'oggetto
3. Bricolage: l'ibrido parlante
4. Valori guida

Conclusione

Bibliografia

---

<sup>1</sup> Roma, Meltemi 1999.

## INTRODUZIONE

### *Sfondo tecnologico*

La recente, rapidissima diffusione del telefono cellulare sul territorio nazionale e internazionale è dovuta in primo luogo ai notevoli progressi compiuti dalla tecnologia: l'invenzione di questo nuovo strumento di comunicazione è legata a un progressivo perfezionamento tecnologico che ha permesso sia di telefonare di fare e di ricevere telefonate in qualsiasi luogo e in qualsiasi momento facendo a meno dei collegamenti via cavo. Così, si è passati da apparecchiature ancora semplici, di grandi dimensioni e acusticamente imperfette, ad altre estremamente sofisticate, semplici da gestire, di dimensioni ridotte e dunque facili da portare con sé. Contemporaneamente, è stato perfezionato il sistema complessivo dei collegamenti, di modo che è stato possibile sia "coprire" zone sempre più ampie di territorio nazionale, sia consentire la comunicazione cellulare con altri paesi europei e con altri continenti.

Se è dunque evidente che l'invenzione e la diffusione del telefonino deve essere inserita nel più generale sviluppo delle tecnologie della comunicazione che caratterizza l'età contemporanea, è innegabile che questo strumento ha, ed è destinato ad avere sempre più in futuro, notevoli ricadute sul piano economico, sociale, culturale e linguistico che non possono essere assimilate a quelle relative ad altre forme di comunicazione. Laddove *media* come la radio o la tv, per esempio, hanno permesso la nascita e il radicarsi della cultura di massa su scala planetaria, uno strumento apparentemente di poco conto come il telefonino sta provocando eventi e processi che colpiscono innanzitutto la sfera intima dell'individuo, ma che si riverberano quasi immediatamente sul piano collettivo.

Il che non significa – come talvolta si sente ripetere – che l'invenzione e la fortuna questo nuovo strumento tecnologico abbia *causato* in modo automatico la costituzione di nuove forme di socialità e di cultura. Se il telefonino s'è affermato con tanta rapidità è infatti anche perché esistevano già una cultura e una società che in qualche modo potevano favorire la sua penetrazione sociale: una cultura sensibile alla comunicazione e ai rapidi sviluppi delle tecnologie relative; una società in perenne trasformazione, dove gli individui si spostano con grande frequenza, modificando tempi e spazi del lavoro, della vita familiare e, in generale, della quotidianità. Ma non bisogna nemmeno ribaltare la questione e affermare – come qualcun altro pure sostiene – che il telefonino è la semplice *risposta* a richieste sempre più pressanti di un miglioramento della telefonia o, in generale, delle tecnologie comunicative. È indubbio infatti che le nuove *possibilità* comunicative offerte dal telefonino si sono via via trasformate in *necessità*, diventando in qualche modo delle esigenze da soddisfare. In poche parole, come qualsiasi altra tecnologia, il telefonino non è né la risposta a un bisogno preesistente né l'imposizione di un nuovo bisogno: è qualcosa che sta a metà strada tra le due cose, in una tipica dialettica sociale che non può avere origini definibili o scopi prestabiliti.

### *Contesto economico*

L'enorme diffusione sociale del telefonino ha avuto nel nostro Paese evidenti ricadute sul piano economico: sono nati un nuovo oggetto e un nuovo servizio, ed è sorta di conseguenza tutta un'organizzazione economica destinata a produrlo, diffonderlo, commercializzarlo, pubblicizzarlo e così via.

Da un lato sono sorti gestori del servizio di telefonia portatile distinti da quelli della telefonia fissa. In Italia, per esempio, la Telecom Italia Mobile (Tim) è nata come costola della Telecom, per poi lanciarsi sul mercato in modo del tutto autonomo nel luglio 1995. A essa s'è contrapposta la Omnitel (del gruppo Olivetti), nell'aprile 1996, ponendo fine al regime di monopolio e provocando una guerra commerciale che ha portato a un miglioramento del servizio, a un abbattimento dei costi, a una differenziazione delle tariffe, a una generale moltiplicazione

di più gli scenari, consentendo certamente un'ulteriore differenziazione delle varie offerte. In generale, la nascita in Italia di un mercato della telefonia non più monopolistico ma concorrenziale ha portato a una trasformazione profonda del concetto stesso di telefono: non più uno specifico *servizio* garantito da una qualche istituzione pubblica, ma un *bene di consumo* come tanti altri, prodotto autonomamente dalle imprese e immesso in un libero mercato.

Da un altro lato, le case produttrici di apparecchiature elettroniche si sono lanciate nella produzione e nella commercializzazione di telefonini, dalle prestazioni, caratteristiche fisiche, forme e colori molto diversi tra loro. E, anche qui, è nata una guerra di mercato, il cui più evidente segnale è certamente la diffusione e la pervasività della pubblicità del settore. Inoltre, il sempre maggiore impegno, oltre che sul piano tecnologico, anche e soprattutto su quello del *design*, ha fatto sì che quest'oggetto diventasse sempre meno uno strumento di comunicazione e sempre più un *gadget*, con tutta una serie di accessori a esso legati: batterie, arnesi per la loro ricarica, schede di varie entità e funzione, custodie e così via; per non parlare delle imitazioni, delle versioni giocattolo, delle riproduzioni su scala ridotta a mo' di portachiavi, accendini, soprammobili etc.

### *Esiti linguistici*

Oltre a costituire un evidente successo tecnologico ed economico, l'invenzione del telefono cellulare e la sua rapida diffusione nel giro di pochissimi anni offrono allo studioso della società e della comunicazione più di uno spunto di riflessione e d'analisi.

Innanzitutto, in quanto strumento di comunicazione, il telefonino ha prodotto nuove forme linguistiche e comunicative. Dal punto di vista interno alla lingua, per esempio, è sorta una serie di termini più o meno specifici: ora per quel che riguarda il segno intero (si pensi allo stesso "telefonino" e ai suoi derivati, come il pubblicitario "telefoniamoci", a termini tecnici come "roaming", ma anche a sigle come Tacs, Gsm, Pin etc.), ora per quel che riguarda il solo significato dei lessemi ("copertura", "campo", "rete" etc.).

Più che sul piano degli enunciati effettivamente proferiti, le modifiche linguistiche maggiormente evidenti legate al telefonino hanno comunque avuto luogo sul piano dell'*enunciazione*. Come è stato più volte notato, se nelle conversazioni telefoniche via cavo si esordisce con un "chi parla?", o in ogni caso con locuzioni che pongono la questione dell'identità degli *attori* coinvolti ("io sono", "mi chiamo", "sto cercando", "vorrei parlare con" etc.), in quelle fatte con il telefonino sono lo *spazio* e il *tempo* a divenire oggetto di interrogazione: "dove sei?" e "ti disturbo?" sono le formule di apertura più frequenti nelle conversazioni via cellulare, proprio perché la riconoscibilità dell'utilizzatore non è più in questione (al punto che, quando risponde un'altra voce, siamo pressoché certi di aver sbagliato numero).

Un altro aspetto di grande importanza, su cui si riflette ancora molto poco, consiste nel fatto che la comunicazione via telefonino coinvolge pressoché sempre, volenti o nolenti, altre persone in qualità di ascoltatori. La presenza di estranei diventa cioè la norma: il che comporta la instaurazione di un *terzo attante dell'enunciazione*, che non è definibile in senso stretto né come enunciatore (simulacro del parlante) né come enunciatario (simulacro dell'ascoltatore), ma come un *quasi-enunciatario*, figura che si trova inevitabilmente dotata della modalità del "non-poteron-ascoltare" (legata, magari, a quella del "voler non ascoltare"). Così, l'assetto comunicativo si riverbera immediatamente sulle relazioni sociali.

Queste trasformazioni enunciazionali hanno finito con l'estendersi sempre più, investendo il piano della pragmatica linguistica: il telefonino ha prodotto forme di conversazione che danno luogo a *discorsi tipici*, veri e propri sotto-generi della conversazione telefonica nei quali ricorrono tematiche e stilemi in stretto legame fra loro. In generale, sembra evidente che a modificare le forme della conversazione telefonica nei dialoghi tramite il cellulare siano soprattutto tre fenomeni tra loro collegati.

Il primo è l'*emergere in primo piano della situazione comunicativa*, del contesto d'uso dell'apparecchio, dell'ambiente spaziale da cui si chiama (o dove si riceve la chiamata). Così, i rumori di fondo (annunci negli aeroporti e nelle stazioni ferroviarie, traffico automobilistico etc.) diventano sempre più parte costitutiva del dialogo telefonico, sino ad autenticare la conversazione stessa, a permetterne la veridicità ("ciao cara, sto per partire", "sì, sono imbottigliato nel

traffico” e simili). Da qui, tra l’altro, l’enorme diffondersi di conversazioni di tipo *fàtico*, dove il contenuto del messaggio verte quasi esclusivamente sul canale di comunicazione e i suoi relativi disturbi (“pronto, mi senti?”, “non sento bene”, “ci dev’essere un’area scoperta”, “c’è un segnale eccessivo”, “un attimo che mi sposto”, “aspetta che esco dalla galleria”, “si sta scaricando la batteria” etc.).

Il secondo fenomeno, collegato al primo, è quello della *frammentazione della conversazione*, dovuto alle frequenti perdite del segnale o all’ipertrofia dei rumori di fondo. Il dialogo viene in tal modo continuamente interrotto e continuamente ripreso, in un crescendo di rumori e conseguenti ridondanze (“che hai detto?”, “ho detto che...”, “come?”, “ho detto che...”). Si inserisce in questo quadro il costituirsi di conversazioni di tipo *topologico-organizzativo*, dove si rinvia costantemente l’eventuale dialogo e il conseguente incontro man mano che uno o entrambi gli interlocutori si spostano sul territorio (“sto per arrivare in aeroporto, ti richiamo da lì”, “appena l’aereo arriva, ci risentiamo e ci diamo un appuntamento”, “ho appena preso il treno; ci risentiamo da casa”, “incontriamoci alle dieci, poi chiamiamo gli altri e ci vediamo tutti insieme”, “lasciami un messaggio nella segreteria di casa; più tardi lo ascolto e ti faccio sapere” etc.). In questi casi, a costituire l’oggetto della conversazione diventa soltanto lo spostamento, il tragitto, la tappa: la mobilità del telefonino si trasforma – ancora una volta – da *canale* della comunicazione in *tema* della comunicazione stessa. E si pensi al modo in cui si sono trasformate le telefonate di lavoro, adesso in generale molto succinte, i cui messaggi hanno più che altro una funzione *aperitiva* (“dobbiamo parlare di...”, “ti accenno un attimo, poi ne riparlamo con calma”, “alla riunione ci sarà chi dirà...” etc.). La nascita di questo tipo di conversazione può essere stata causata da diversi fattori come il costo delle conversazioni, il continuo timore di essere intercettati o la presenza di quella figura che abbiamo chiamato quasi-enunciatore.

Il terzo fenomeno di un certo rilievo è il fatto che *le conversazioni via telefonino non sono mai esclusive*, ossia forme di comunicazione uno-a-uno: esse infatti, da un lato, possono coinvolgere gli astanti dei due interlocutori e, dall’altro lato, rendono possibile il fatto che uno o entrambi questi interlocutori possano nello stesso tempo essere impegnati in altre conversazioni, telefoniche e non. Si determina in tal modo un entrare e un uscire continui dalla comunicazione, un costante movimento di innesco e disinnesco tra una conversazione e l’altra, che sfocia nella cancellazione di ogni gerarchia, sia degli attori coinvolti in ogni singola conversazione, sia delle conversazioni tra loro. Il che, non solo ridefinisce di continuo le soglie tra pubblico e privato, ma produce una sorta di *effetto-piazza* molto simile a quello di certa letteratura popolare, dove si presenta in modo patente il principio del dialogismo e dell’interdiscorsività.

Questi come altri *sotto-generi conversazionali* si sono talmente diffusi tra gli utilizzatori del telefonino, da diventare gli stereotipi di se stessi. Da qui la nascita di vere e proprie situazioni caricaturali, che scrittori come, per esempio, Giuseppe Pontiggia e Stefano Benni non hanno tardato a riprendere. E persino le conversazioni con o dal telefono tradizionale hanno finito per subire trasformazioni legate alla diffusione del telefonino: accade talvolta di sentirsi chiedere “dove sei?” quando si riceve una telefonata a casa propria; ma accade anche, sempre più spesso, che i possessori di telefonino chiamino i non possessori a casa in orari assolutamente improbabili, dimenticando che questi ultimi a quell’ora sono altrove. La possibilità di poter trovare *sempre* qualcuno finisce così per riverberarsi sulla convinzione che lo si può trovare *in ogni luogo*.

Spostandosi dal piano dell’osservazione a quello della valutazione, questo genere di trasformazioni linguistiche ha portato diversi studiosi e intellettuali “apocalittici” a mettere in evidenza come le conversazioni via telefonino intensifichino enormemente la *quantità* dei messaggi a scapito della loro *qualità*. In altri termini, si parla molto di più per dire sempre meno; l’ipertrofia delle forme si riverbera sulla pochezza dei contenuti. Ma si tratta di affermazioni a carattere moralistico, più o meno condivisibili soggettivamente, che devono essere comprovate da un’analisi linguistica di ampio respiro, che comprenda anche gli aspetti sociali della comunicazione. In questo senso, apparirà evidente nelle pagine che seguono come il telefonino non venga percepito socialmente e usato individualmente come un semplice strumento di comunicazione, il cui obiettivo unico è quello di scambiarsi dei “messaggi”; le sue “funzioni” sono

speso altre: l'ostentazione di sé, la necessità di trovare o esser trovati sempre e comunque, l'eliminazione della segretaria (in carne e ossa) e della segreteria (telefonica), ma – vedremo – forme cangianti di micro-socializzazione, di gioco con l'oggetto, di tic fisici e simili. Da questo punto di vista, il problema della qualità e della quantità di "informazioni" che il telefonino permette (o impedisce) appare pressoché privo di senso.

### *Campo sociale*

Il campo in cui il fenomeno del telefonino ha agito con maggiore efficacia è quello sociale. Da questo punto di vista è già stato rilevato come il telefonino, alla stregua di tanti altri *media*, sia da intendere una sorta di *protesi* che allarga la sfera di sensibilità e d'azione dell'individuo, dotandolo di nuove, fondamentali potenzialità (poter comunicare sempre e dovunque) e di nuove forme per simboleggiare il proprio status (esibire in modo più o meno vistoso l'oggetto). Grazie al telefonino l'individuo avrebbe acquisito una serie di libertà prima impossibili, come quella del mantenere costantemente i contatti ora con il luogo di lavoro ora con la famiglia, senza per questo rinunciare ai suoi spostamenti. Da qui l'*abbattimento dei tradizionali limiti di spazio e di tempo* che caratterizzano la vita quotidiana, così come *il recupero dei tempi morti e dei non-luoghi*, sinora ritenuti improduttivi e, in generale, socialmente inutili. Con il telefonino diventa possibile lavorare stando in famiglia o, viceversa, restare in stretto contatto con la famiglia senza abbandonare il proprio luogo di lavoro; allo stesso modo, questo apparecchio permette di mantenere il contatto comunicativo anche quando ci si trova in situazioni isolanti (come quelle del tragitto in automobile e in treno) o in spazi socialmente *neutri* come il supermercato, il ristorante, il distributore di benzina e simili.

Il problema è che, come qualcun altro non ha mancato di osservare, questa nuova forma di *immediatezza*, di libertà, di spontaneità produce nuove forme di *mediazione*, di costrizioni, di obblighi e di divieti. Il telefonino, infatti, neutralizzando l'opposizione tra spazi privati e spazi pubblici, tra tempi familiari e tempi lavorativi, pone il problema di una ridefinizione complessiva dello spazio e del tempo, nonché delle forme stesse dello stare insieme: sino a che punto posso telefonare mentre ceno al ristorante con un amico? non do fastidio se il mio portatile squilla al cinema? sino a quanto le persone riunite con me sopporteranno le mie continue conversazioni con moglie e figli? In un modo come nell'altro, insomma, sorge tutta una serie di interrogativi legati alla creazione di una nuova *etica sociale*, che impone la ridefinizione dei diversi ruoli che l'individuo assume in seno alla società.

Se è così, l'idea stessa del *medium* comunicativo come protesi dell'individuo va rivista. Del resto, abbiamo già osservato come, sia a livello del mercato sia a livello forme linguistico-comunicative, il telefonino sia ben più di uno semplice strumento di comunicazione. Ora come bene di consumo, ora come gadget, ora come tema della comunicazione, esso non è da intendere come una semplice potenzialità ulteriore acquisita da un soggetto già dato, ma come una *batteria di modalità* che, trasformando l'individuo, porta alla costituzione di una *nuova forma di soggettività*. In termini semiotici, diremo che il telefonino può essere interpretato come un *poter-fare* (possibilità di telefonare) e un *poter-essere* (possibilità d'essere trovati), cui si collegano, per presupposizione, un *voler-fare* e un *voler-essere*, i quali a loro volta molto spesso si accompagnano a un *dover-fare* e un *dover-essere*. Questo per due ordini di ragioni.

In primo luogo occorre riflettere sul fatto che, prima ancora di dotarsi di una qualche potenzialità, l'individuo deve in qualche modo essere predisposto ad accettarla; prima di acquisire un poter-fare, deve dotarsi di un *volere* o un *dover-fare*. Così, sappiamo che molto spesso dinanzi al telefonino il problema non è quello di poterlo possedere, ma quello di volerlo o doverlo possedere: ci sono moltissime persone che non hanno il telefonino, non perché non possono averlo, ma perché non vogliono, o quanto meno non hanno la necessità di averlo. Le grandi passioni (positive e negative) legate al telefonino trovano qui molta della loro ragion d'essere. In secondo luogo, una volta acquisita la modalità del potere, il soggetto non è più lo stesso: si trasforma da *soggetto virtuale* in *soggetto attuale*, passa cioè a un'altra forma di esistenza semiotica, anche se forse non raggiungerà mai il ruolo di *soggetto realizzato*. Una persona con il telefonino è socialmente diversa da una che non lo ha, anche se poi, magari, non userà realmente

quell'apparecchio.

Da qui l'idea che il telefonino, come molti media, non è da intendere come una protesi più o meno complessa dell'individuo, ma come il fondamentale componente di un "essere" nuovo, di un "ibrido" metà macchina metà uomo, che funziona soltanto nel momento in cui l'individuo perde la sua umanità e la macchina la sua strumentalità.

Spieghiamoci con un esempio, preso dal campo dell'automobile. Se riflettiamo un momento, ci accorgiamo che un'automobile è tale se e solo se è guidata da un individuo; d'altra parte, un individuo può utilizzarla soltanto facendosi in qualche modo strumento di essa, adeguandosi ai suoi ritmi, agevolando i suoi meccanismi, facendo insomma quel che essa si aspetta da lui. Così, la macchina è macchina se in essa viene innestato un soggetto umano; e l'individuo a sua volta può utilizzarla se e solo se si assoggetta a lei. Ne viene fuori una nuova forma di soggettività che agisce in perfetto sincretismo tra uomo e macchina, senza essere in senso stretto né l'uno né l'altra.

Così, il problema relativo agli spazi, ai tempi e agli attori che usano il telefonino deve essere posto solo a partire da questa consapevolezza della differente soggettività che il telefonino, in quanto poter-fare, finisce per determinare. Discuteremo, da questo punto di vista, sino a che punto questo poter-fare costituisca effettivamente una forma di libertà oppure se, in quanto legato a un poter-essere, non finisca per trasformarsi in una nuova forma di "prigione": così come le moderne carceri si basano sul principio della continua assoluta *visibilità* del detenuto (è il celebre modello settecentesco del Panopticon), è stata avanzata infatti l'ipotesi che il telefono produca una sorta di *Panopticon auditivo*, dove, se da un lato si è sempre in ascolto, dall'altro si è sempre ascoltati. Allo stesso modo, la questione relativa alle categorie sociali degli utilizzatori di telefonino (che si è via via allargata sino a comprendere le figure più diverse), così come il fenomeno della resistenza culturale all'uso di questo apparecchio dovrebbero essere spiegate, prima ancora che in termini di ruoli, stereotipi, passioni etc., in termini di soggetti, oggetti, valori e modalità. Cosa che faremo al momento dell'analisi concreta del nostro corpus testuale.

### *Intersoggettività*

Prima di passare a illustrare il senso e le caratteristiche di questo corpus, occorre accennare però ad altri due aspetti di particolare rilievo dal punto di vista sociologico. S'è sin qui parlato, infatti, delle relazioni reciproche tra il soggetto utilizzatore e l'oggetto utilizzato; bisogna adesso interrogarsi invece sulle relazioni di *intersoggettività* che il telefonino permette (o esclude), così come delle relazioni di *inter-oggettività* del telefonino stesso con altri oggetti a esso analoghi.

Per quel che riguarda il primo punto, è indubbio che questa nuova forma di soggettività costituita dall'*uomo-telefonino* (di cui s'è detto sopra) non è fine a se stessa, ma entra in gioco in due diversi tipi di relazione: con soggetti dotati di sola telefonia fissa, con altre soggettività a essa analoghe.

Le relazioni tra telefonia fissa e telefonia mobile sono certamente le più frequenti, ma al tempo stesso le più complesse e sfuggenti, poiché intercorrono tra due soggetti non paritetici: laddove l'uno è dotato di un radicamento spaziale molto preciso, e dunque di un'articolazione topologica in linea di massima *sedentaria*, il secondo è invece privo di radicamento spaziale fisso, e fa riferimento a una articolazione topologica *nomade*, se non caotica comunque in perenne trasformazione. In questo genere di relazione, l'uomo-telefonino si trova depotenziato, privo delle basi adeguate per far emergere tutte le sue qualità, e finisce per ritrovare quei legami che con il suo apparecchio credeva d'aver potuto abolire. Il manager che sente la moglie tra una riunione e l'altra, il capofamiglia che annuncia il suo prossimo rientro a casa, la casalinga che tiene sotto controllo i figli mentre fa la spesa al supermercato, il figlio che va in campeggio col portatile subdolamente regalatogli dai genitori sono tutti soggetti che, in modo più o meno consapevole, barattano la loro libertà reale in nome del fantasma di una libertà ancora maggiore, sostituendo ai fili concreti del telefono altri fili, immateriali certo, ma in ogni caso molto più solidi. Accade così che la tendenza al nomadismo finisca per essere contrastata, se non del tutto vinta, dalla tendenza alla sedentarietà.

Le relazioni tra due uomini-telefonino sono invece molto più interessanti, poiché possono

produrre nuove forme di vita sociale legate al nomadismo. In questi casi, lo spazio diventa effettivamente *acentrato*, privo di un punto fisso a partire da cui definire tutti gli altri, e si ridefinisce di continuo sulla base dei soggetti enuncianti implicati nella conversazione: il qui e il non-qui si modificano di continuo per entrambi gli interlocutori, costringendoli a complesse operazioni di desementizzazione (e di risementizzazione) degli spazi da cui parlano. Stessa cosa per quel che riguarda il tempo: la possibilità di sentirsi a qualsiasi ora abolisce gli orari canonici (ore d'ufficio, ore pasti, fasce serali etc.), allargando a dismisura il lasso di tempo giornaliero per le possibili chiamate. Così, si pensi per esempio al modo in cui la diffusione del telefonino presso i giovani e gli adolescenti abbia cambiato la forma dei loro incontri: non c'è più il tempo e il luogo dell'appuntamento a partire dai quali trascorrere un pomeriggio o una serata insieme; c'è una serie di telefonate a catena, da luoghi e in tempi diversi, per cui le iniziative, i progetti, gli incontri si trasformano di continuo: "siamo qui", "ci vediamo dopo", "sento gli altri e ti richiamo", "forse passo più tardi", "non so se ho voglia di uscire, mi faccio sentire dopo" sono le locuzioni ricorrenti nelle telefonate tra questi soggetti, che servono a ridefinire costantemente le forme dell'incontro (o del non incontro).

Quel che si perde in semantica, a dispetto di tanti apocalittici, si recupera di gran lunga sul piano pragmatico: e a essere coinvolta, alla fine, è la costituzione stessa della soggettività, anch'essa in continua ridefinizione sulla base delle entrate e delle uscite dalle conversazioni, ossia, in fin dei conti, dalle *presentificazioni* locali e cangianti dei soggetti implicati. Essere diventa esserci insieme e per un po', salvo poi riassentarsi e passare altrove, in un altro luogo e un altro tempo, finendo inevitabilmente per diventare altri da sé, per rinegoziare e ridefinire un'altra volta ancora la propria labile identità.

### *Inter-oggettività*

Resta la questione che abbiamo chiamato dell'*inter-oggettività*: apparentemente curiosa, se ci si pone dal punto di vista del tradizionale umanesimo del nostro senso comune, ma del tutto sensata se si riflette invece su alcuni evidenti fenomeni. Da un lato, sappiamo che le proprietà di un oggetto (funzionali, estetiche, simboliche etc.) non sono mai a esso intrinseche ma dipendono dal soggetto con cui esso stesso entra in relazione; variano dunque in funzione dei soggetti che possono valorizzarlo. Così, un'automobile varrà per me in quanto elegante, per un altro in quanto veloce e per un altro ancora in quanto economica; oppure, un abito sarà per una persona comodo e per un'altra invece appariscente. D'altro canto, questi soggetti tendono a valorizzare l'oggetto sempre implicitamente confrontandolo con altri eventuali oggetti a loro disposizione: l'eleganza che avevo attribuito a quella macchina potrà per me variare se la paragono all'eleganza di altre macchine; la comodità di quel vestito sarà più o meno presente in relazione ad altri vestiti che è possibile indossare al suo posto. E la cosa diventa più evidente se gli oggetti si paragonano, non ad altre specie dello stesso tipo, ma a tipi diversi con cui essi condividono una o più eventuali proprietà; per esempio di fronte a un aereo la velocità della macchina si annulla; e di fronte a una tuta da ginnastica la comodità di un vestito tende a scomparire.

Mediati dai soggetti che li valorizzano, gli oggetti vivono dunque complesse relazioni fra loro: così come l'identità di un individuo non è data dalla somma delle sue qualità interne ma dalle relazioni che esso intrattiene con altri individui, allo stesso modo le funzioni di un oggetto possono essere più o meno evidenti sulla base degli altri oggetti con i quali esso si trova nel medesimo contesto.

Anche il telefonino dunque trasforma i propri connotati sulla base degli altri oggetti con cui viene virtualmente confrontato, a partire da una comune possibilità funzionale, o estetica, o simbolica. E viceversa, oggetti già esistenti si sono trovati trasformati dall'immissione sul mercato del telefonino. Il caso più evidente è quello del telefono casalingo, che dal momento in cui esiste il telefonino ha persino assunto un altro nome: è il telefono "fisso"; ha dunque ridimensionato di molto la propria funzionalità. Ma si pensi in particolare ai telefoni pubblici, che stanno assumendo più un valore estetico o affettivo che una vera e propria funzionalità strumentale.

In generale, gli oggetti (e i servizi) confrontabili con il telefonino sono molteplici: la segreteria telefonica, l'avviso di chiamata, il bipper, il fax, l'e-mail, la video conferenza, il

telefono in macchina, ma poi anche il walkie-talkie, il walkman, il notebook, il registratore, la multimedialità, la tv via cavo etc. Così, per esempio, l'entrata in scena del telefonino porta a una neutralizzazione di quelle che erano le due funzioni opposte del bipper (essere trovati sempre e ovunque) e della segreteria telefonica (trovare sempre e comunque): esso infatti permette entrambe le funzioni. Allo stesso modo, il telefonino può essere confrontato con l'e-mail: si tratta di due servizi che si oppongono tra loro, sia per quel che riguarda i costi (alti nel primo caso, bassi nel secondo) sia per quel che riguarda le forme della comunicazione (diretta nel primo caso, mediata nel secondo); difatti vengono generalmente usati non in modo complementare ma alternativo. Entrambi comunque possiedono la caratteristica di arricchire le potenzialità comunicative dell'individuo; non a caso sono i due servizi che stanno avendo maggior fortuna in questi ultimi anni.

Volendo ricostruire le relazioni inter-oggettive tra il telefonino e queste altre tecnologie della comunicazione, occorre ritrovare gli assi pertinenti a partire da cui confrontarli; per esempio l'asse *oralità/scrittura* (che riguarda le modalità interne alla comunicazione) e quello *mobilità/staticità* (che riguarda invece le modalità esterne). Secondo il primo asse, il telefonino sta certamente da lato dell'oralità, insieme a oggetti quali il telefono, il walkie-talkie e il walkman, e si oppone ad altri oggetti (che si pongono dal lato della scrittura) quali il fax, la lettera, l'e-mail e il libro. Se seguiamo invece il secondo asse dovremmo collocare il telefonino dal lato della mobilità, insieme a oggetti come il notebook, il walkman, il bipper e il libro, e questo in opposizione ad altri oggetti (posti dal lato della staticità) quali il telefono, la segreteria telefonica, il registratore, il fax e il computer da tavolo. Così, a seconda dell'asse considerato come pertinente, le opposizioni fra gli oggetti possono cambiare. Se si considera il problema del canale sensoriale implicato nella comunicazione, il telefonino si oppone al fax, all'e-mail e alla carta stampata, e sta nella stessa classe del telefono e del walkman. Se invece si considera la questione della eventuale mobilità dell'oggetto e del suo utilizzatore, le cose cambiano: in questo caso telefono e telefonino si oppongono, mentre il telefonino si trova nella stessa classe della carta stampata e del computer portatile.

### *La prospettiva socio-semiotica*

Se si ripensa alle osservazioni sin qui condotte – che riassumono quanto grosso modo emerge in un dibattito tuttora aperto – ci si accorge che esse sono fondamentalmente parziali, incomplete e, soprattutto, non dimostrabili. Questo è accaduto per due ordini di ragioni. Innanzitutto perché si tratta di osservazioni condotte senza alcun corpus di riferimento fissato in anticipo e verificato nel corso dell'analisi. Si tratta insomma, più che di veri e propri risultati di un'analisi coerente ed esaustiva, di divagazioni condotte a partire da un campo di osservazione talmente vasto da risultare impreciso, sia nei suoi confini esterni sia nelle sue articolazioni interne. In secondo luogo perché l'osservazione dei dati linguistici e quella dei fenomeni sociali sono state condotte separatamente, come se si trattasse di due campi di studio del tutto autonomi: da una parte la lingua, dall'altra la società. Il che è fortemente riduttivo, se non del tutto fuorviante: tenendo separati questi due campi di studio, si ragiona come se le persone che parlano quella lingua (usando il telefonino) e le persone che vivono in quella società (usando il telefonino) siano individui, se non del tutto diversi, quando meno scissi al loro interno, schizomorfi: da una parte esseri che parlano, da un'altra esseri che agiscono nel mondo. È evidente invece che, studiando l'impatto socio-linguistico di oggetto-servizio qual è il telefonino, i suoi utilizzatori devono essere considerati nella loro interezza di soggetti sociali che, parlando, agiscono nel mondo e, agendo nel mondo, producono forme di significazione (tra cui quelle linguistiche).

Da qui l'assunzione di una prospettiva di analisi semiotica o, per meglio dire, *socio-semiotica*, la quale ha la capacità, se non il bisogno, di risolvere entrambe le *impasses* incontrate. Innanzitutto, infatti, il punto di vista socio-semiotico non è da intendere né come osservazione sociale fine a se stessa né come analisi linguistica fine a se stessa, ma, al contrario, come *sguardo analitico che integra entrambe le posizioni*. Per esso, infatti, qualsiasi enunciazione linguistica si configura, prima ancora che come emissione di un messaggio, come un'azione, dunque come un evento che accade in un contesto sociale e che agisce su di esso, a partire da azioni che lo



precedono e dando adito ad azioni ulteriori. Allo stesso modo, ogni azione compiuta nel mondo comporta delle conseguenze sociali se e solo se è innanzitutto un'enunciazione, ossia una produzione di senso. In breve, se dire è fare, fare è significare.

Così, per quel che riguarda il nostro problema, parlare al telefonino, assumere determinate pose linguistiche, coniare o usare lessici e sotto-generi discorsivi specifici implica innanzitutto essere nel mondo, comportarsi in un determinato modo, agire e/o reagire in termini molto specifici. Ugualmente, assumere determinati stili di vita legati al possesso e all'uso di un telefonino *significa* qualcosa di ben preciso, variabile sulla base degli ambienti e dei contesti, ma in ogni caso a partire base di una qualche produzione di significato. Per la socio-semiotica, dunque, analisi sociale e analisi linguistica si integrano a vicenda.

Inoltre, in quanto erede di una tradizione filologica e linguistica molto precisa, l'analisi semiotica diretta al sociale può essere compiuta se e solo se viene indirizzata verso una qualche forma di testualità che, per quanto ampia e complessa al suo interno, deve essere preventivamente *chiusa*. In altre parole, l'analisi semiotica deve lavorare su un qualche *corpus testuale*, ossia su un oggetto d'analisi i cui limiti devono essere fissati a priori, e le cui articolazioni interne possono in un modo o nell'altro essere testualizzate. L'analisi semiotica del sociale può (e deve) dunque lavorare o su qualche forma di testo (discorsi televisivi, pubblicitari, cinematografici etc.) o su qualche esperienza vissuta in qualche modo *testualizzabile*, ossia analizzabile a partire da quelle categorie testuali che fanno la forza, e insieme segnano le soglie di competenza, della analisi semiotica (per es. interazioni riconducibili a strutture narrative, processi sociali letti come forme enunciative etc.).

Come agire dunque, nel nostro caso specifico? La soluzione più semplice, e probabilmente più efficace, è senz'altro quella di individuare un corpus in cui in un modo o nell'altro il telefonino assuma un ruolo di una certa importanza discorsiva e testuale. Per esempio, sappiamo che questo oggetto è entrato a far parte di trasmissioni radiofoniche e televisive, è presente in ruoli non secondari in molti film e molte opere teatrali, ha fatto la sua apparizione in molti romanzi contemporanei e nei fumetti, persino la pittura s'è occupata di questo oggetto inserendolo nelle sue raffigurazioni. Sul telefonino, inoltre, è sorta tutta una pubblicistica più o meno specializzata, dal "galateo" appositamente fatto compilare dalla Tim ad alcuni volumi strenna pubblicati a scopi promozionali, da testi di carattere tecnico a inchieste giornalistiche sul *boom* del telefonino, da analisi dei processi produttivi e di mercato ad articoli di cronaca in cui il telefonino emerge come protagonista di notizie più o meno improbabili. Un altro campo discorsivo di grande interesse è quello – cui s'è già accennato – del *design*, fenomeno anch'esso analizzabile semioticamente. Per non parlare infine della comunicazione pubblicitaria, la cui abbondanza e varietà ne fanno un campo privilegiato d'analisi socio-semiotica.

Come dovrebbe essere già chiaro, tutti questi esempi non sono da intendere, banalmente, come *rappresentazioni* giornalistiche, artistiche, pubblicitarie etc. di un fenomeno sociale che vive di vita propria, ma come *frammenti d'enciclopedia* riguardanti l'universo socio-semiotico del telefonino: forme testuali che, come s'è detto, agiscono sul sociale sia riprendendo da esso (e ritraducendo al loro interno) spunti e comportamenti più o meno stereotipati sia, soprattutto, agendo sul sociale stesso, influenzandolo e trasformandolo. Secondo la prospettiva semiotica non c'è – ripetiamo ancora una volta – da un lato il mondo e dall'altro il discorso sul mondo: semmai, nel mondo si compiono azioni che sono pratiche significanti, alcune delle quali assumono carattere linguistico, televisivo, pubblicitario, pittorico, mentre altre si configurano come azioni *tout court*.

In questo libro ci occuperemo in particolare di alcuni aspetti di questa vasta e complessa enciclopedia discorsiva che circola e si trasforma intorno al fenomeno del telefonino, cercando di mettere in evidenza soprattutto il *ruolo narrativo* occupato da quest'oggetto nelle varie "storie" che prenderemo in esame. Dopo una prima parte, dedicata alla contestualizzazione sociale, tecnologica ed economica del fenomeno in questione, verranno analizzati i seguenti campi discorsivi: il mondo della *scrittura letteraria* italiana, dove il telefonino viene timidamente presentato, ora come semplice elemento caratterizzante alcuni personaggi o tipi sociali, ora come vero e proprio elemento narrativo; una serie di *film* (prodotti in varie nazioni, ma proiettati in Italia) nei quali il telefonino interviene come oggetto su cui scaricare tensioni sociali e

intersoggettive, oppure come strumento per risolvere problemi narrativi, oppure ancora come vero e proprio gadget su cui esercitare una forte caricaturizzazione; gli *articoli di cronaca* presenti nella stampa italiana del medesimo periodo, in cui il telefonino è oggetto *notiziabile* in sé o emerge in qualche modo come elemento di spicco delle notizie; la *comunicazione pubblicitaria*, a stampa e televisiva, tra il '95 e i primi mesi del '98, sia dei due gestori del servizio (Tim e Omnitel) sia dei singoli produttori degli apparecchi come Motorola, Siemens, Nokia, Ericsson etc.; le forme significative dell'*oggetto telefonino*, prodotto di design per certi versi, ma anche strumento troppo umano caricato di funzioni semiotiche di vario genere che coinvolgono il *corpo* del soggetto utilizzatore.