

Introduzione

Sfondo tecnologico

La recente, rapidissima diffusione del telefono cellulare 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 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 di grandi dimensioni e acusticamente imperfette ad altre estremamente sofisticate, 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 continenti¹.

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 di questo nuovo strumento tecnologico abbiano *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 siano 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 prestabiliti².

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 produrli, diffonderli, commercializzarli, pubblicizzarli e così via.

Da un lato sono sorti gestori del servizio di telefonia mobile distinti da quelli della telefonia fissa. In Italia, per

esempio, Telecom Italia Mobile (Tim) è nata come costola di Telecom, per poi lanciarsi sul mercato in modo autonomo nel luglio 1995. A essa s'è contrapposta 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 delle offerte³. Nel marzo 1999 è entrato in scena un terzo gestore, Wind, che sta complicando ancora di più gli scenari, consentendo un'ulteriore differenziazione delle varie offerte⁴. 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 meno uno strumento di comunicazione e 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, ecc.⁵.

Esiti linguistici

Oltre a costituire un evidente successo tecnologico ed economico, l'invenzione del telefono cellulare e la sua ra-

pidia diffusione 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, ecc.), ora per quel che riguarda il solo significato dei lessemi ("copertura", "campo", "rete", ecc.).

Più che sul piano degli enunciati effettivamente preferiti, 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", ecc.), 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 poco⁶, 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-poter-non-ascoltare" (legata, magari, a quella del "voler-non-ascoltare"). Così, l'assetto comunicativo si riverbera immediatamente sulle relazioni sociali⁷.

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 sottogeneri 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, ecc.) diventano 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)⁸. 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 ti 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", ecc.).

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 atterra, 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”, ecc.). 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, in generale molto succinte, i cui messaggi hanno più che altro una funzione *aperitiva* (“dobbiamo parlare di...”, “ti accenno un attimo, poi ne ripariamo con calma”, “alla riunione ci sarà chi dirà...”, ecc.).

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 loro⁹. Il che, non solo ridefinisce di continuo le soglie tra pubblico e privato¹⁰, 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’interdiscorsività¹¹.

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 contenuti¹². 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 segreteria (in carne e ossa) e della segreteria (telefonica), ma anche – 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 stato rilevato come il telefonino, alla stregua di tanti altri media, sia da intendere come 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 simboleg-

giare il proprio status (esibire in modo più o meno vistoso l'oggetto)¹³. 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 (cfr. Vattimo 1996). 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 delle forme linguistico-comunicative, il telefonino sia ben più di un 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*¹⁴. 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 di un *dover-fare*. Così, sappiamo che molto spesso dinanzi al telefonino il problema non è quello di poterlo usare, ma quello di volerlo o doverlo possedere: ci sono moltissime persone che non hanno il telefonino, non perché non sanno usarlo, 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*¹⁵. 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 (cfr. Fabbri 1996).

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'altra¹⁶.

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 tale 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 ascoltati¹⁷. 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, ecc., 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 del 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 ancora 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 analoghe¹⁸.

Le relazioni tra telefonia fissa e telefonia mobile erano fino a poco tempo fa le più frequenti, ma al tempo stesso le più complesse e sfuggenti, poiché intercorrevano tra due soggetti non paritetici: in una tale situazione, 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 collocazione spaziale fissa, e fa riferimento a una articolazione topologica *nomade*, se non caotica comunque in perenne trasformazione (cfr. de Gournay 1994). 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 rinviare a tutti gli altri, e si ridefinisce di continuo sulla base dei soggetti enuncianti implicati nella conversazione: il qui e il non-qui si modificano incessantemente per entrambi gli interlocutori, costringendoli a complesse operazioni di desemantizzazione (e di risemantizzazione) 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, ecc.), allargando il lasso di tempo giornaliero per le chiamate. Così, si pensi al modo in cui la diffusione del telefonino presso i giovani e gli adolescenti ha 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 in un altro tempo, finendo inevitabilmente per diventare altro da sé, per rinegoziare e ridefinire un'altra volta ancora la propria labile identità¹⁹.

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 comu-

ne, ma del tutto sensata se si riflette invece su alcuni fenomeni²⁰. Da un lato, sappiamo che le proprietà di un oggetto (funzionali, estetiche, simboliche, ecc.) 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 abito di sartoria 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 in reazione.

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 pen-

si in particolare ai telefoni pubblici, che stanno assumendo sempre più un valore estetico o affettivo e, al tempo stesso, perdendo 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, ecc. 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).

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'oralità²¹, 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 sociosemiotica

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 fundamentalmente parziali e difficilmente 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 osservazioni condotte a partire da un campo di indagine talmente vasto da risultare impreciso, sia nei suoi confini esterni sia nelle sue articolazioni interne. In secondo luogo perché l'analisi 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, quanto 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 un 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, *sociosemiotica*, che abbia la capa-

cità, oltre che il bisogno, di risolvere entrambe le *impasses* incontrate²². Innanzitutto, infatti, il punto di vista sociosemiotico 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 da una qualche produzione di significato. Per la sociosemiotica, 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, ecc.) o su qualche esperienza vissuta in qualche modo *testualizzabile*, ossia analizzabile a par-

tire da quelle categorie testuali che fanno la forza, e insieme segnano le soglie di competenza, dell'analisi semiotica (per esempio interazioni riconducibili a strutture narrative, processi sociali letti come forme enunciative, ecc.).

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 se ne è occupata inserendolo nelle sue raffigurazioni. Sul telefonino, inoltre, è sorta tutta una pubblicistica più o meno specializzata, dal "galateo" appositamente fatto compilare da 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 sociosemiotica.

Come dovrebbe essere già chiaro, tutti questi esempi non sono da intendere, banalmente, come *rappresentazioni* giornalistiche, artistiche, pubblicitarie, ecc. di un fenomeno sociale che vive di vita propria, ma come *frammenti d'enciclopedia* riguardanti l'universo sociosemiotico 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 della 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. In particolare, 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 vero e proprio gadget su cui esercitare una forte caricaturizzazione; gli *articoli di cronaca* presenti nella stampa italiana tra il '95 e i primi mesi del '98, 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, del medesimo periodo, sia dei due gestori del servizio (Tim e Omnitel) sia dei singoli produttori degli apparecchi come Motorola, Siemens, Nokia, Ericsson, ecc.; le forme significanti 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.

¹ Sulla tecnologia del telefonino cfr. Bettetini, Colombo 1993, pp. 133-140; Giovenali 1995, pp. 153-164; Moroni 1996; Salgues 1997; Dupré, Gros 1997.

² Ha discusso questo tema Semprini 1995, pp. 227-235; 1996, pp. 115-118. Sul nesso fra tecnologie comunicative e organizzazioni culturali, cfr. anche Morcellini, Fatelli 1994 e Bettetini 1996. Cfr. inoltre su questi problemi

Nacci, a cura, 1998; Semprini, a cura, 1999. Utile ripensare a questi problemi anche in relazione alle questioni sociologiche poste dall'uso del telefono, sulle quali cfr. Fischer 1992; Fortunati, a cura, 1996; Caprettini 1998.

³ Su questo tema cfr. soprattutto Pratesi 1996.

⁴ Gli effetti dell'entrata in scena di Wind, al momento di chiudere questo volume (maggio '99), non sono ancora del tutto valutabili. Quel che sembra emergere, anche a causa della profonda trasformazione degli scenari commerciali delle telecomunicazioni italiane ed europee, è una sorta di neutralizzazione dell'opposizione tra telefonia fissa e telefonia mobile.

⁵ Sul *design* legato al telefonino cfr. Marrone 1995.

⁶ Vi accenna Manetti 1998, pp. 120-121. Ma cfr. anche Ling 1998.

⁷ Siamo qui all'interno di quella che Goffman 1981 chiamava la "struttura partecipativa" della conversazione. Ma laddove questo autore propone una distinzione tra "ascoltatori ratificati" della comunicazione (destinatari ufficiali o semplici riceventi) e "astanti che origliano" il parlare altrui in modo più o meno intenzionale, nel caso della conversazione via telefonino riesce difficile separare l'ufficialità della non ufficialità; in altri termini, l'origliare (cui si aspira o a cui si è costretti) è divenuto la norma.

⁸ Da cui, ovviamente, le possibilità di menzogna, come il caso di quel marito infedele che, trovandosi in una camera d'albergo con l'amante, chiamava la moglie tenendo la finestra aperta in modo da far sentire i rumori stradali.

⁹ Così, racconta Enrico Ghezzi in un'intervista sul telefonino: "L'altro giorno eravamo in quattro a parlare, una normale conversazione di lavoro. A un certo punto la conversazione è stata interrotta dallo squillo dei telefonini, e improvvisamente tutti eravamo in quel posto ed eravamo altrove. Era una situazione patetica, friabile, piccola, di individuazione frustrante. Capita sempre così da ogni parte. Siamo in ogni momento nella rete e fuori rete" (in Minore, a cura, 1999, p. 212).

¹⁰ Landowski 1989 ha mostrato come la frontiera tra pubblico e privato si ridefinisca di continuo, nelle diverse situazioni sociali, sulla base del volere (o del non volere) sia del soggetto osservatore sia del soggetto osservato, in una serie di "giochi ottici" ricostruibile dai modelli di prevedibilità offerti dalla semiotica narrativa. Allo stesso modo, non sarebbe difficile ipotizzare una serie di "giochi uditivi" tra soggetti che vogliono o non vogliono ascoltare ed essere ascoltati durante la conversazione telefonica via cellulare, ridisegnando in modo molto variabile la soglia tra la sfera dell'intimità (privato) e quella della socialità (pubblico).

¹¹ È l'ipotesi di Caprettini 1999, che a proposito degli effetti comunicativi provocati dal telefonino parla, appunto, di "piazza universale", citando espressamente gli studi di Bachtin.

¹² Su questo dibattito, condotto soprattutto sui giornali, cfr. il capitolo sulla stampa. Cfr. anche Minore, a cura, 1996, 1997, 1999, dove sono presenti pareri diversi sull'argomento. In Conti 1999 si ripercorre invece il dibattito sociologico sulle comunicazioni mobili e la delocalizzazione, al cui interno si pongono anche tali questioni legate al telefonino.

¹³ Cfr. Flichy, de Gournay, a cura, 1994; Minore, a cura, 1996, 1997, 1999; Flichy, a cura, 1998, dove sociologi e uomini di cultura intervengono su questi problemi.

¹⁴ Sulla nozione semiotica di “modalità” cfr. Greimas, Courtés 1979, 1986.

¹⁵ Sulla definizione di questi termini cfr. Greimas, Courtés 1979; Greimas 1983; Marsciani, Zinna 1991.

¹⁶ Questa idea è stata ampiamente sviluppata da Latour 1991, 1992, 1993, 1996, 1998.

¹⁷ La nozione di “Panopticon auditivo” è stata proposta da Semprini 1995. L’idea del controllo viene del resto accentuata dal fatto che il possessore di telefonino, quando ha l’apparecchio acceso, è perennemente localizzabile nella rete cellulare, in modo da potergli indirizzare la chiamata non appena essa viene effettuata.

¹⁸ Va chiarito che “telefonia fissa” e “telefonia mobile” non vanno qui intese come oggetti concreti ma come *funzioni*, come modi diversi di comunicare via telefono: come si è già accennato, infatti, è perfettamente possibile usare un apparecchio per intrattenere conversazioni tipiche dell’altro, e viceversa.

¹⁹ Cfr. Landowski 1997 dove si mostra l’importanza della *presenza* (in un luogo, in un tempo e con altri attori) per la costruzione della identità soggettiva e intersoggettiva. In particolare, in uno studio dedicato alla pratica della corrispondenza, Landowski 1997, pp. 197-215 mostra come lo scambio stesso delle lettere, a prescindere dal loro contenuto semantico, tenda a un “*far essere* tra soggetti”, ossia contribuisca alla costituzione di una identità reciproca tra i soggetti coinvolti. Una riflessione analoga è quella condotta da Violi (in Violi, Coppock 1999), che accosta la pratica della posta elettronica a quella della conversazione orale.

²⁰ La nozione di “inter-oggettività” è in Latour 1991, 1996, 1998, 1999; Landowski, Marrone, a cura, 2002.

²¹ Anche se, ovviamente, la possibilità di mandarsi dei messaggi scritti via telefonino indebolisce tale asse oppositivo. In generale, è possibile ricordare a questo proposito (come si dirà nel capitolo dedicato all’analisi delle forme dell’oggetto-telefonino) che tali comparazioni tra oggetti si scontrano con la generale diffusione di *oggetti multipli*, dotati cioè di più funzioni e più scopi. Il che è evidente soprattutto nel campo delle tecnologie della comunicazione, dove il principio della multimedialità è assolutamente predominante. Su questi temi, parecchio discussi, cfr. Giovenali 1995, che ricostruisce il panorama complessivo delle tecnologie multimediali; Vita 1998, che discute le implicazioni economico-politiche del fenomeno; Ferraro 1999, che affronta la questione in termini socio-semiotici.

²² Sulla sociosemiotica cfr. Landowski 1989, 1997; Pozzato 1992; CRS 1998; Marrone 1998b.