

## Conclusione

### *Una cosa del passato*

C'era una volta il telefonino. Non che adesso non ci sia più, è chiaro. Il problema è che il telefono cellulare è praticamente sparito dalle narrazioni sociali e dai vissuti personali degli ultimi mesi, forse già anni. Nel mondo dei giornali, per esempio, è del tutto evidente che il telefonino non fa più notizia come una volta: ci saranno ancora, nel mondo, vecchiette sperdute in montagna salvate dal cellulare del passante di turno; agricoltori e pastori che aiutano i figli nei compiti a casa mentre badano al campo o alle greggi; poliziotti che arrestano pericolosi malviventi ricostruendone le mosse col cellulare; ma niente di tutto ciò è ancora degno d'essere notiziabile. Allo stesso modo, il cinema ci presenta svariati eroi dotati di telefonino, senza che questo comporti una trasformazione di rilievo nella trama del film. La letteratura, poi, ha da tempo smesso di caratterizzare i propri personaggi attraverso il cellulare, facendone esseri pacchiani e socialmente inaccettabili, per inserirli pacificamente nei propri mondi possibili. E anche la pubblicità, significativamente, non insiste più sui valori esistenziali profondi inscritti in una telefonia costitutivamente mobile, alleandosi spesso con il suo originario antagonista: la telefonia fissa.

Il telefonino insomma – come l'arte per Hegel – è per noi una cosa del passato: c'è, circola, serve e funziona, ma senza più quella ipersensibilità sociale che per lunghi anni ha scatenato passioni *timicamente opposte* ma *analogamente intense*. Grandi entusiasmi o rigidissimi rifiuti, ingenui ostentazioni e plateali disgusti hanno diviso il mondo in

due vasi non comunicanti: da una parte quelli col telefonino, beati di sé, dall'altra quelli che non volevano averlo, sprezzanti dei primi. Adesso non è più così. Grazie alla sua capillare diffusione in tutti gli strati sociali, il telefonino ha trasceso diseguaglianze economiche e dislivelli culturali, finendo per perdere quella *potenzialità fabulatrice* che ha avuto nei primi anni della sua apparizione sul mercato – e che qui s'è cercato in parte di ricostruire.

Resta da chiedersi se, in questa miriade di valorizzazioni, di storie, di temi e di raffigurazioni, il telefono cellulare non abbia assunto nell'immaginario sociale contemporaneo una definizione in qualche modo stabile, univoca o quanto meno coerente. In altri termini, dobbiamo in conclusione domandarci se – al di là del modo in cui, nei singoli ambiti discorsivi, esso è stato specificamente raccontato – la nostra società non pensi il telefono cellulare all'interno di una più generale visione della comunicazione e in una, ancora più complessiva, concezione della tecnologia.

### *Pistole e, in generale, armi*

Volendo ritrovare un qualche elemento narrativo che ha circolato in modo più o meno evidente in tutti i discorsi

RICERCATA DAI PROFESSIONISTI DEL TELEFONINO.

**BUSINESS PIÙ**

• DA LUNEDÌ A VENERDÌ •  
**400** LIRE AL MINUTO

• SABATO E DOMENICA •  
**200** LIRE AL MINUTO

• E IN PIÙ •  
**50% DI SCONTO**  
 OLTRE LE 300.000  
 A BIMESTRE.

GSMT TACS

La nuova  
 Tariffa Business Più

Sei sempre lì, pronto a prendere l'incarico? Non conosci orari o fine settimana? Quando si tratta di lavorare non ti frega certo? Ti abbiamo pensato, e abbiamo creato lo strumento ideale per rispondere a tutte le tue esigenze.

Business Più, per professionisti del telefonino.

Orario	400	200
Da lunedì a venerdì	400	200
Sabato e domenica	200	200
Chiamata in arrivo	50%	

www.tim.it

**TIM**  
 La vita migliora

analizzati in questo libro, e che, per quanto obliquamente, possa permetterci una riflessione conclusiva, possiamo pensare alla figura, a prima vista marginale, della pistola. Così, il Drogato Da Telefonino, uno dei frequentatori del Bar sport del 2000 immaginato da Benni, “non può sentire un trillo senza estrarre di tasca l’arma” e “vive sempre all’erta come un pistolero”. Allo stesso modo, in un romanzo di Camilleri c’è una scena in cui un Cattivo sta per estrarre di tasca un telefonino e il commissario Montalbano, scambiadolo per una pistola, reagisce con energica decisione.

Ma non è soltanto la letteratura a ricorrere a questa associazione un po’ caricaturale tra il telefonino e la pistola, per mettere in ridicolo personaggi e situazioni. Qualcosa di molto simile abbiamo incontrato nel corso dell’analisi all’interno del nostro corpus. Restando sul piano del comico, per quanto truce, ricordiamo – al cinema – i due rapinatori di *Pulp Fiction* che brandiscono dinnanzi al cassiere della banca, non una pistola, ma proprio un telefonino, riuscendo a scappare via con il malloppo. Passando invece al tragico, si pensi a quel carabiniere che – secondo *la Repubblica* dell’11 ottobre 1997 – uccide un sindacalista che non si ferma al posto di blocco perché scambia il cellulare di quest’ultimo per un revolver o, con valorizzazione positiva, i due rapinatori che fuggono vedendo l’agredito che sta per estrarre dalla tasca un cellulare (*Il Giorno*, 25 agosto 1997). Anche la pubblicità, per quanto in modo forse non intenzionale, raffigura spesso il telefonino nella cintura di qualcuno, proprio come nel *frame* più classico della pistola semi-nascosta nel corpo del detective. Sino a che nel novembre ’98<sup>1</sup>, in un film di Tim c’è una specie di sfida all’Ok Corral, con sole cocente e musica di genere, dove i due pistolieri di turno tirano fuori dalla fondina due fiammanti telefoni cellulari. Nella versione a stampa, resta la configurazione generale del cinema “western” (il “Wanted” di una nuova tariffa Business), a sottolineare l’ambientazione ironica dello spot, mentre i due oggetti che permettono il *legame parabolico* – il telefonino e la pistola – vengono presentati per allusione.

Ma perché legame “parabolico”? Certamente perché, a ben pensarci, questa frequente associazione tra la pistola e il telefonino messa in scena dai più diversi discorsi sociali si fonda su alcuni importanti *elementi figurativi* che i due oggetti hanno in comune: l’essere conservati sul corpo in una fondina-custodia posta alla cintura; il rigonfiamento dei vestiti quando li si tiene invece in una qualche tasca; l’insieme dei gesti rituali compiuti al momento di tirarli fuori dalla fondina o dalla tasca; l’inevitabile risposta difensiva che questi gesti provocano negli astanti; la situazione di conflitto che ne scaturisce, il relativo duello e così via. Possiamo dire insomma che la pistola e il telefonino si inseriscono in due *configurazioni discorsive* tra loro secanti, con un frammento alquanto ampio di spazio semantico in comune. E dato che queste configurazioni non sono semplici agglomerati di tratti semantici (come due parole accostate per metafora) ma organizzazioni sintagmatiche di figure, eventi e situazioni, ecco che ci troviamo di fronte a una vera e propria *metafora narrativa*, ossia, in fin dei conti, a una *parabola*.

Prodotta per accostamento e sovrapposizione di due “scenari” culturali generalmente considerati incompatibili, la parabola, infatti, coincide con la figura retorica della metafora, espansa però dal dominio della semplice parola a quello di un intero racconto. Si tratta di un meccanismo che, operando a livello figurativo, finisce per provocare – come nel caso classico delle parabole evangeliche – conseguenze tangibili anche al livello più profondo dell’organizzazione tematica. Così, per esempio, parlare di “pesca delle anime” significa accostare l’isotopia della pesca a quella della predicazione, esportando l’idea della cattura dalla prima alla seconda configurazione, e l’idea della cura dello spirito dalla seconda alla prima configurazione<sup>2</sup>.

Ed è esattamente quel che succede nel nostro ambito di discorso. Se si riflette sui casi qui citati, ma in generale su gran parte del nostro corpus, ci si rende conto che il gioco figurativo tra la pistola e il telefonino si riverbera anche sul piano tematico e valoriale. In altre parole, accostare l’oggetto telefonino (e certi suoi usi) all’oggetto pistola (e a

certi suoi usi) non ha soltanto la funzione di suscitare effetti comici (letteratura, cinema), di sottolineare possibili esiti disforici (giornali) o di usare il discorso obliquo dell'ironia (pubblicità). Più in generale, grazie a un surrettizio slittamento di configurazioni discorsive, assistiamo nel nostro corpus alla nascita di una precisa *argomentazione tematica*: il telefonino equivale in tutto e per tutto a un'arma, con le evidenti conseguenze sul piano dei valori e dei giudizi sociali che questa equivalenza porta con sé.

Così, nel cinema, l'agente 007 viene dotato di un telefonino che ha le potenzialità di uno strumento elettronico di difesa personale e, in generale, il telefono cellulare viene presentato come un oggetto "disarmante" (ossia come un'arma a sua volta). Analogamente, i giornali ci informano a più riprese che polizia, carabinieri e cantonieri vengono dotati di telefonini per poter meglio svolgere le loro funzioni di controllo del territorio e di difesa dell'ordine costituito. La pubblicità, poi, non fa che presentare il telefonino come strumento di "difesa della propria libertà", come mezzo per affermarsi nella vita combattendo contro gli altri, se non addirittura – lo fa Omnitel con Marx – come arma per la Rivoluzione. Dalla figura della pistola si passa alla più ampia figura dell'arma, e si riconduce quest'ultima alla figura originaria del telefonino. In tal modo, tutte le potenzialità semantiche e narrative delle armi (essere armati, atteggiarsi di conseguenza, combattere, difendersi, ecc.) vengono acquisite dal telefonino e, manco a dirlo, dal suo utilizzatore<sup>3</sup>.

### *Materialisti e moralisti*

Questa ricostruzione del ragionamento figurativo (relativamente) nascosto nel nostro corpus ci serve per delineare in termini un po' più nitidi l'articolazione profonda dell'immaginario sociale riguardante il telefonino, quale è emerso nel corso delle nostre analisi. E possiamo adesso dire che, se il telefonino ha assunto gran parte delle proprietà discor-

sive dell'arma, è senz'altro perché esso viene pensato nei termini della medesima assiologia mediante cui il senso comune pensa le armi e, più in generale, le macchine. È l'assiologia che contrappone i materialisti ai moralisti.

Per il materialista – ricorda Latour<sup>4</sup>– “l'arma compie un'azione in virtù delle parti materiali che non sono riconducibili alle qualità sociali di colui che la usa. Un individuo buono, un cittadino che rispetta la legge, non diventa cattivo e pericoloso solo perché ha un'arma”. Il moralista, al contrario, “vede l'arma solo come supporto transitorio di relazioni sociali, ma l'oggetto non compie nulla di per sé o in virtù dei suoi componenti materiali. È solo un attrezzo, un mezzo, uno strumento, un portatore neutro di volontà. Se chi usa l'arma è buono, l'arma sarà usata bene e ucciderà solo a ragion veduta. Se chi usa l'arma, invece, è un ladro o un pazzo, allora, senza nessun cambiamento per quanto riguarda l'arma, l'omicidio (...) sarà semplicemente più efficace”. Così, se nel primo caso vengono considerate in modo esclusivo le *funzioni* tecniche che l'arma possiede, nel secondo si guarda soltanto ai *fini* umani sulla base dei quali i soggetti agiscono. E si tratta, come è facile vedere, di un'opposizione che fa sistema, di un'assiologia che permette l'instaurazione e il corretto funzionamento di entrambi i poli del sistema; in una parola: di una dialettica.

Sia il materialista sia il moralista dimenticano perciò che impugnare un'arma e usarla significa produrre, *per traduzione*, un nuovo attante e un conseguente nuovo programma d'azione; programma che non corrisponde né alla semplice funzionalità tecnica né alla semplice finalità umana: “Una persona – sottolinea ancora Latour – è diversa con un'arma in mano. L'essenza è esistenza e l'esistenza è azione. Se si viene definiti per ciò che si ha, per la serie di associazioni nelle quali si è coinvolti, per le azioni che si compiono, allora siamo modificati dal fatto di impugnare un'arma e lo siamo in misura variabile, a seconda del peso delle altre associazioni in cui siamo coinvolti”. E la traduzione tra funzioni e fini è simmetrica:

non solo, cioè, l'uomo che impugna la pistola passa, per esempio, dall'esser semplicemente arrabbiato all'aver voglia di uccidere; anche la pistola, una volta impugnata, si trasforma da oggetto inerte conservato nel cassetto in arma puntata contro qualcun altro lì di fronte terrorizzato dalla sua presenza. È nato insomma un *ibrido* – “uomo-arma” o “arma-persona” – “di cui la sola cosa che si può dire è che agisce” e al quale occorre attribuire l'intera responsabilità del suo operato.

Se dunque – come era stato ipotizzato nell'Introduzione, e come ha mostrato l'analisi oggettuale – l'utilizzazione del telefonino porta alla costituzione di un ibrido, l'*uomo-telefonino*, né prettamente umano né prettamente tecnico, ma perfetta fusione dei due precedenti attori, la maggior parte dei discorsi sociali compiuti a partire dal telefonino sembra non accorgersene affatto. I vari discorsi che abbiamo analizzato si pongono al di qua di questa ibridazione, e si distribuiscono in modo equanime, o articolano al loro interno, ora il polo del materialismo ora quello del moralismo. Ne viene fuori una serie di stereotipi sociali, a metà strada tra la narrazione mitica a tinte fosche (dove i personaggi sono tutti d'un pezzo: buonissimi o cattivissimi) e l'immaginario della fantascienza (dove, in linea di massima, non c'è mai da fidarsi dello strapotere delle macchine).

Così, dal lato dei moralisti, ecco che il telefonino serve immancabilmente a caratterizzare tutti quei personaggi al contempo negativi e patetici (yuppies, snob, giovani senza futuro, cafoni vari) che usano l'apparecchio per ostentare caparbiamente il loro status sociale (e, indirettamente, culturale). Si tratta di essenze antropologiche immutabili, che nessun programma d'azione, nessun racconto potrà mai modificare. Parallelamente, dal lato dei materialisti, ecco invece un telefonino presentato come aggeggio tecnologico infido e crudele, che non solo mette in crisi le altre macchine, ma addirittura tenta a quella macchina imperfetta che è il corpo umano. E anche quando, come in certi film e certi articoli giornalistici, esso assume il ruolo eufo-

rico del salvatore dei deboli o dell'eroe senza macchia e senza paura, è sempre per sottolinearne l'eccezionalità, per presupporne, ancora una volta, tutta la quotidiana negatività. In un modo come nell'altro, al di là di possibili sfumature valoriali che talvolta possono emergere, il telefonino appare sempre nell'immaginario sociale come un *generatore di conflitti*, siano essi conflitti tra umani, tra macchine o tra umani e macchine. Da un lato c'è il regno dei fini, troppo umano e infinitamente debole, dall'altro quello delle funzioni, tanto fredde quanto estranee al mondo dello spirito. E, tra questi due mondi, nessuna traduzione appare possibile.

Ha cattivo gioco, in questo quadro, il discorso pubblicitario, il quale, dovendo combattere questa caparbia dialettica tra stereotipi duri a morire, finisce per proporre valori tanto generici quanto inflazionati come quelli della libertà, della famiglia e, ultima *chance*, del risparmio. Così, finisce anch'esso per mettere in scena ora soggetti umani che sognano di badare ai bambini mentre sono in riunione d'affari, ora diavolerie tecnologiche dove macchine di tutti i tipi (telefonini, fax, calcolatrici, computer, registratori, sveglie, calcolatrici, ecc.) si accoppiano tra loro, dimenticando di essere nate al

servizio dell'uomo<sup>5</sup>. In tal modo, anche la fusione soggetto-oggetto, talvolta ben rappresentata ai livelli figurativo e testuale (si pensi all'impronta del telefonino sulla schiena sporca di sabbia della donna in costume da bagno proposta da Motorola), non conduce alla costituzione di un nuovo attante, alla progettazione di un originale programma

Numero verde 18118822  
<http://www.nokia.com>

Imparerai subito  
 come funziona.  
 E lui imparerà subito  
 come funzioni tu.



**NOKIA**  
**6110**

"Il Camaleonte". Scegli come vuoi che sia. In caso di chiamata in italiano che si agiti perfettamente come lui. Non c'è un telefono in vendita al mondo che faccia il bagno nei giorni che si stabilisce il rapporto tra uomo e macchina. Il telefono di Nokia ha il sistema chiamato "Camaleonte". In Italia è gratis, anche a pagamento. Ti sorprende che per una volta non si è a dover capire la tecnologia, ma il contrario.

**NOKIA**  
 CONNECTING PEOPLE



d'azione, dunque a una trasformazione narrativa propriamente detta. Si limita a far pendere l'ago della bilancia ora dal lato della spiritualità umana (si pensi al Soggetto dell'essere dai "50.000 pensieri" in un annuncio Ericsson) ora da quello della fredda tecnologia (si pensi alla donna-telefonino che pretende "più potere alle idee").

Spicca, in questo contesto, il Camaleonte di Nokia, uno dei pochi esemplari nel mondo della pubblicità<sup>6</sup> (e, forse, di tutti i discorsi qui analizzati) che riesce a tradurre l'interazione tra soggettività umana e tecnologia comunicativa in un nuovo essere attanziale.

<sup>1</sup> Pubblicità non presente nel nostro corpus.

<sup>2</sup> Sulla parabola come *metafora narrativa* cfr. Geninasca 1977; Fabbri 1998, pp. 66-67.

<sup>3</sup> Sulla nozione di *ragionamento figurativo* cfr. Fabbri 1987.

<sup>4</sup> Tutte le citazioni sono tratte da Latour 1998.

<sup>5</sup> Potremmo osservare per esempio, sulla base dell'analisi del design, come manchi nella pubblicità una reale convocazione della complessa micro-gestualità inscritta nell'oggetto-telefonino, riducendola spesso a gesti stereotipati e "iperbolici" quale quello dell'aprire e chiudere lo sportellino dell'apparecchio (per avviare e terminare la conversazione).

<sup>6</sup> La procace fanciulla di un film Omnitel della primavera '99 va, molto probabilmente, in questa direzione: le sue impronte digitali sono cifre della tastiera, linee non umane che rinviano all'idea che lei è, e non *ha*, un telefonino.