

Dall'oggetto al fatticcio *Federico Montanari*

L'oggetto e il mondo

Lo scopo di questo capitolo è quello di analizzare l'oggetto-telefonino dal punto di vista del suo design, della sua ergonomia e della gestualità che esso reca inscritta in sé. Si tratterà di scomporre l'insieme dei tratti che si combinano all'interno del telefonino, dal punto di vista cromatico, ergonomico e funzionale. Tuttavia, se parliamo di ergonomia e di oggetto manipolabile, dobbiamo pensare che il telefonino, visto come testo analizzabile, non sia solo composto dall'insieme delle sue forme, in una loro presunta staticità, ma anche dai programmi di azione che vi sono incarnati, inseriti al di sotto della sua superficie, incastonati nella sua "pelle" di oggetto tecnologico.

Per svolgere questo tipo di analisi sono necessarie due operazioni, al tempo stesso teoriche e metodologiche. La prima consiste nel supporre che la materialità dell'oggetto sia governata da meccanismi impliciti, di tipo culturale e sociale, che la informano, ne motivano l'esistenza stessa e l'efficacia, intesa come fruibilità e accettazione da parte dei compratori e utilizzatori di telefoni cellulari. Tale presupposto iniziale ha come corollario l'impiego di una cassetta degli attrezzi concettuale – semiotica e antropologico-sociologica – che consenta di articolare e smontare questi meccanismi di costruzione del senso dell'oggetto in questione.

La seconda operazione consiste nel cercare di ricostruire non solo il significato dell'oggetto ma, per quanto possibile, di rendere conto della costruzione del suo senso al-

l'interno di quell'universo culturale che potremmo definire *il mondo del telefono cellulare*: dell'utilizzo di questo oggetto, dei sistemi di valori impliciti in questo tipo di pratiche. Per tentare anche solo di delineare per larghi tratti un tale universo culturale, crediamo sia necessaria una comparazione fra diversi prodotti, proprio per far emergere gli elementi e le linee di tendenza principali.

Oggetti multipli

Vi sono oggetti e in particolare oggetti tecnologici che, all'interno di una data cultura, sembrano esser dotati di uno statuto particolare, che potremmo definire, a partire da studi antropologici¹, a carattere "multiplo". Si tratta di oggetti che non sono caratterizzati da funzioni precise e univoche o da usi ben delimitati; anzi, essi sembrano essere sempre di più a *geometria variabile*: vale a dire che si tratta di oggetti il cui senso e la cui funzione va al di là della loro apparente consistenza fisica. Da un lato, gli oggetti, e in particolare gli oggetti tecnologici moderni sono sempre di più multifunzionali e mutevoli (in questo sempre, e paradossalmente, più simili agli oggetti magici delle fiabe o delle società tradizionali): si pensi proprio al caso del telefonino, il quale racchiude sempre di più al suo interno le funzioni di agenda, di *pager*, di terminale Internet, videogiochi, decretando spesso, in questo modo, l'estinzione di altri oggetti, a loro volta già multifunzionali (calcolatrici, diari, ecc.). Tuttavia, la molteplicità di cui sono dotati i moderni oggetti tecnologici non si ferma qui. La geometria variabile di questi oggetti non sta solo nel livello funzionale o d'uso, ma nella loro fruibilità e nella loro estetica: sono oggetti personalizzabili, per esempio colorabili a piacere, o sempre di più scelti all'interno di un'ampia gamma di forme; sono oggetti che sembrano essere continuamente investiti di mutevoli valorizzazioni.

Potremmo dire, in generale, che ciò che è veramente variabile di questi oggetti è il loro *campo di irraggiamento valoriale*: a partire dall'ampia variabilità dei diversi sistemi di valori che sottostanno a questi oggetti, si costituisce la mutevole identità di essi e dei loro possessori. Se fino a po-

chi anni fa un telefonino poteva essere ostentato come oggetto di status o di identità sociale (manager, giovane rampante o “ganzo”, ecc.), oggi un tale oggetto viene percepito e utilizzato come un “essere” che accompagna la nostra quotidianità; ciò, fra l'altro, si manifesta sia nella possibilità di mantenersi sempre in contatto con gli altri², che nel considerare il telefonino quasi uno strumento per compiere piccoli rituali, luogo di tic, di micro-gesticolazioni, di trilli, vibrazioni, richiami, ritornelli personalizzati.

Possiamo pertanto affermare che il telefonino oggi viene piuttosto “agitato”: non si tratta più solo di ostentare il possesso, si tratta di rendere conto della sua efficacia all'interno dei diversi micro-rituali della comunicazione quotidiana. Il ragazzo che parla va guidando lo scooter senza mani e piedi era veramente “figo”, come direbbe Arbasino; ma lo era per se stesso e per la cerchia di quelli che, per così dire, facevano parte della sua tribù, con i suoi riti, il suo gergo, il suo apparato vestimentario e, appunto, il suo strumentario tecnico e oggettuale. Oppure, il marito, o la moglie, “teleguidati” dal rispettivo coniuge nel fare la spesa all'ipermercato, inseriscono l'oggetto-telefonino in una serie di azioni che trasformano le forme di tale evento sociale.

Dall'intersoggettività all'inter-oggettività

A partire da un lavoro classico di Baudrillard (1968) ricaviamo che, tutto sommato, una delle poche “identità” espresse con forza all'interno della nostra cultura è proprio quella rivendicata dagli oggetti; sono gli oggetti tecnologici, oggi, gli unici esseri sociali a ostentare una loro identità, e non i soggetti – *soggetti*, appunto –, indefiniti e indefinibili nella loro mutevolezza e nella relatività dei contesti di azione. Se è vero che le identità degli oggetti sono, sul piano dei valori in gioco, assai variabili e non rigide, invece sul piano delle pratiche discorsive concrete, vale a dire dei processi attraverso i quali tali identità si concretizzano, esse si impongono in modo assai pregnante e forte.

Vediamo i tratti di tale principio di identità degli oggetti: gli oggetti, i telefonini, hanno un nome proprio; possiedono

una “pelle” sulla quale può essere “tatuata” la loro personalizzazione: essi possono essere, si diceva, colorabili, anzi, letteralmente *mascherabili*. Inoltre, questi oggetti comunicano sempre di più fra loro, senza passare attraverso noi umani: si trasmettono dati sulla loro presenza o disponibilità sul territorio; si avvertono fra loro se c'è o non c'è segnale o sulla loro identità numerica. Ovviamente si potrebbe replicare che il nominare oggetti fa parte, da sempre, di un principio d'ordine proprio a tutte le culture; che la scelta di rivestire un telefonino con un certo colore o materiale, o di farlo comunicare, dipende dalle scelte del soggetto, fatte quindi di sue motivazioni di valori o di identità.

L'ipotesi che sosteniamo qui è opposta: quella di una parziale rottura, sul piano identitario, per quanto concerne lo statuto di questi oggetti “magico-tecnologici”, rispetto ad altri contesti storico-sociali e ad altre culture. Cerchiamo di vedere in che cosa consiste tale rottura e differenza.

In primo luogo, e in generale, gli oggetti possiedono sempre una loro identità semiotico-antropologica; per dirla con gli studiosi di sociologia della tecnica (cfr. Latour 1993, 1996, 1998, 1999), gli oggetti, in ogni società e in ogni cultura, sono sempre Soggetti: comunicano, producono segni e strategie, programmi di azione e programmi di resistenza rispetto ai soggetti umani. Da qui l'idea secondo la quale è necessario studiare una inter-oggettività oltre che una intersoggettività: le relazioni che in una data cultura si instaurano fra oggetti-Soggetti, oltre che fra soggetti-Soggetti.

In secondo luogo, vi sarebbero culture, come quelle tradizionali, che possiedono un tipo di pensiero magico o animistico, le quali hanno sviluppato uno statuto speciale per certi tipi di oggetti. L'ipotesi è che anche la nostra cultura abbia costruito un suo statuto assai particolare per gli oggetti tecnici o scientifici. Latour (1996) parla a questo riguardo di *fatticci*, di oggetti ibridi, che sono sia *feticci* (oggetti magico-simbolici che traggono il loro significato dalle pratiche in cui sono utilizzati) sia *fatti* (che stanno cioè a metà strada fra gli oggetti fisici e gli oggetti costruiti dai discorsi, quali, ad esempio, i rituali magici). E questo vale, oggi, sia per gli og-

getti costruiti e studiati dai laboratori scientifici, come il neutrino, che per gli oggetti propriamente tecnologici.

A maggior ragione, oggi, certi oggetti, come nel nostro caso i telefoni cellulari, sembrano configurarsi come oggetti tecnici, dunque dotati del moderno statuto di fatticci, ma anche come veri e propri personaggi sociali che collaborano, ci accompagnano, ci sostituiscono e ci guidano: dei veri e propri Aiutanti magici³. Il telefonino è tuttavia un Aiutante magico assai poco tradizionale; rispetto a quello delle fiabe ricopre anche il ruolo di Destinante, nel senso dell'entità, in una data narrazione, che comunica e decide i valori in gioco; è lui, spesso, che ci dice cosa fare o non fare, e come farlo; è lui che spesso stabilisce, e inventa, i contesti e le situazioni per le quali si potrebbe rendere utile. Di più, sul piano percettivo e affettivo, una tale attitudine dei nostri oggetti magico-tecnologici, si traduce, come vedremo meglio nel corso dell'analisi, in strategie di seduzione: come diceva Baudrillard, "si è cercati, *amati* dall'oggetto". E dunque, "poiché ama, ci si sente esistere: si è personalizzati" (Baudrillard 1968, p. 217).

I tre piani dell'oggetto

Un oggetto, nel nostro caso il telefonino, può essere studiato, in senso semiotico, secondo tre piani di analisi (cfr. Semprini 1995): considerando l'oggetto come testo, valutandone quindi le diverse componenti e funzioni suddivise in vari piani e secondo vari livelli di coerenza; considerando l'oggetto dal punto di vista delle sue pratiche di produzione; considerando l'oggetto come l'insieme delle pratiche di utilizzo. Naturalmente si tratta di tre piani scomponibili soltanto in vista dell'analisi: nulla dal punto di vista fenomenico dell'oggetto preso in quanto esistente ci dice che l'oggetto è effettivamente scomponibile in questo modo; nel concreto, i tre piani si sovrappongono e si sommano.

Se, per quanto riguarda il piano testuale, si è parlato di diversi tratti e di diverse componenti più o meno coerenti fra

loro, per quanto riguarda il livello che abbiamo chiamato delle pratiche di produzione e di utilizzo si può parlare di *oggetto enunciante*: dell'oggetto in quanto capace di installare un proprio punto di vista e una propria paradossale soggettività⁴, anche in relazione con l'enunciatario, il modello di utilizzatore iscritto. Un esempio per tutti: un telefonino che ostenti date caratteristiche tecniche, come un display enorme o, sui bordi, prese e piccoli vani che possono dare accesso a ulteriori possibilità tecniche, è un telefonino che evidentemente ostenta i caratteri di funzionalità; oltre naturalmente, sul piano dell'azione (analizzato in semiotica come livello narrativo), a prevedere ulteriori programmi di utilizzo.

In ogni caso, sempre dal punto di vista dell'analisi semiotica degli oggetti, si tratta di scomporre e articolare gli insiemi di valori e la loro disposizione all'interno e sopra questi oggetti: di vedere come tali valori si esprimono, grazie ai programmi d'uso iscritti negli oggetti stessi e attraverso i diversi modi di rendere percepibili e concreti tali programmi, nelle forme del design, nel colore, nei materiali.

Il livello configurativo

In primo luogo si può parlare di una prima distribuzione di tratti significanti che possiamo definire di tipo *configurativo*: essi vanno cioè a comporre, a configurare, appunto, gli oggetti in questione, i diversi tipi di telefonini. A partire da una prima osservazione dei diversi modelli di cellulare, tenendo anche conto delle caratteristiche "narrate" dalle rispettive pubblicità e dai manuali d'uso, sono stati individuati alcuni tratti caratteristici. Essi, anche se probabilmente in modo non esclusivo, rappresentano delle *linee guida*, nel design e nella progettazione dei telefonini. Si è tenuto conto anche delle caratteristiche standard rilevate dalle riviste specializzate: design, dimensioni, peso, autonomia, presa di linea, sensibilità alla ricezione, display, funzioni, facilità d'uso, dotazione, manuale, accessori, prezzo. Inoltre, le caratteristiche presenti all'interno di una *scheda tecnica-tipo di valutazione* consistono in: batteria, misure, accessori, kit auto, display, memorie, sezione operativa (per esempio richiamo ul-

timi numeri, richiamo automatico, con vivavoce, estraibilità dell'antenna, ecc.), blocchi sicurezza, contatori, volumi⁵.

Per quel che riguarda le categorie utilizzate dalle riviste specializzate, notiamo come vi sia innanzi tutto una certa ridondanza e sovrapposizione, nonché confusione, fra le categorie di tipo estetico e quelle marcatamente tecnico-funzionali; inoltre, molte di esse sono per così dire di tipo connotativo: (per esempio: la durata delle batterie ovviamente rientra in una categoria del tipo "funzionalità"). Esse possono quindi essere ricondotte a un numero più ristretto, soprattutto tenendo conto della loro logica sottostante.

Inoltre, l'obiettivo del nostro lavoro induce a concentrarci soprattutto sui tratti che siano indicativi della componente gestuale ed ergonomica, di design, anche se vi sono alcuni tratti di tipo funzionale che sono indiscutibilmente legati ai valori aventi a che fare con l'ergonomia e il design: un caso evidente è l'uso *one touch*. Esso, alla lettera, ovviamente ha a che fare con una categoria di tipo gestuale, ma al tempo stesso è legato alla funzionalità (capacità di utilizzo di funzioni e comandi con pochi e limitati tocchi di un solo tasto), fino a divenire una connotazione nel senso di facilità d'uso, *friendliness*; per procedimento metonimico, esso diventa anche un nome per definire una categoria di telefonini, nonché ormai un nome-marchio di un modello di cellulare; e infine, spesso, è la *reason why* della pubblicità di molti cellulari.

Un altro esempio: il carattere di estraibilità dell'antenna, per quanto tutto sommato irrilevante, esso viene proposto dalle riviste; si tratta di una componente di tipo funzionale; tuttavia, se tale caratteristica è presente in un dato modello di cellulare, la sequenza gestuale d'uso cambia: per quanto marginale, l'antenna andrà estratta⁶.

La griglia che seguirà sotto vuole allora rappresentare un insieme di *tratti che manifestano date tendenze*, le quali vanno, attualmente, a comporre il design e l'ergonomia di alcuni dei più diffusi e più recenti modelli di telefono cellulare. Questi tratti principali saranno: presenza del tasto di navigazione; display ampio; design dell'apparecchio "ampio e ultra-

piatto”; tasti a scomparsa (presenza del “flip”); apparecchio piccolo “da taschino”; colorato o metallico; forme curvilinee.

Il livello tassico

Se dal punto di vista configurativo emergono i tratti distintivi sopra elencati, ciò che è veramente importante ai fini dell’analisi è la *comparazione* fra le diverse distribuzioni di tali tratti, a partire da differenti modelli. Come abbiamo detto questi tratti sono assai eterogenei fra loro, altri sono sovrapponibili. Ecco allora che, a partire da una tale comparazione – e, al tempo stesso, tenendo conto delle categorie, “connotative” o “ingenua”, utilizzate dalle riviste e riconducibili a categorie analitiche più generali – è possibile costruire dal punto di vista *tassico* (vale a dire della tassonomia, dell’organizzazione logica che sottende questi tratti) le seguenti categorie strutturalmente interrelate:

Uso:

- *praticità* (ad esempio schermo grande/schermo piccolo)
- *informatività* (ad esempio facilità di scorrimento dei menu; facilità di accesso alle varie funzioni).

Ergonomia:

- *dimensionalità* (piccolo/grande; ampio/compatto)
- *presa* (naturale/artificiale; avvolgente/non avvolgente; leggerezza/ pesantezza)
- *gestualità*: *gesto concentrato/gesto diffuso* (ad esempio one touch/non one touch; presenza/assenza del flip)

Sensorialità:

- *tattilità* (continuo/discontinuo; liscio/ruvido; morbido/duro)
- *cromaticità* (neutro/colorato o metallico)
- *forma* (lineare/curvilineo).

Ecco allora la griglia con una tabella di sintesi, indicativa delle principali caratteristiche dei modelli più noti di telefonino, circolanti in Italia tra il 1997 e il 1998.

1	2	3	4	5	6	7	
Presenza del tasto di navigazione	Display grande	Ampio e "ultrapiatto"	Tasti a scomparsa (presenza del "flip")	Piccolo da taschino	Colorato o metallico	Curvilineo	Modelli
-	-	-	-	-	-	-	<i>Ericsson</i> GA788
-	-	-	+	+	-	-	GF788
-	-	-	+	-	+	-	GF768
-	+	-	-	-	-	-	<i>Siemens</i> S10
+	+	-	-	-	+	+	<i>Nokia</i> 6110
+	+	-	+	+	+	+	8810 (metallico)
-	+	+	-	-	+	+	<i>Telital</i> Estro
-	+	+	+	+	-	-	<i>Motorola</i> S. 130
-	+	+	+	+	-	-	Startac
+	+	-	-	-	+	-	<i>Panasonic</i> G600 (metallico)
+	+	-	+	-	+	+	<i>Alcatel</i> One touch
+	+	+	-	+	-	+	O.t. Pocket (grigio)
-	+	+	-	+	+	+	<i>Philips</i> Génie
Uso		Ergonomia		Sensorialità			

I tratti inseriti in questa griglia rappresentano delle *tendenze*: in quanto tali, esse a volte non compaiono in modo esclusivo. Per esempio, nei modelli di punta, non vi è un unico tasto di navigazione in grado di consentire l'utilizzo *one touch*, ma viene a volte sostituito da una piccola rosa di tasti (è il caso dei Nokia) che ne ricopre la funzione; chiaramente la funzione è la medesima, cambia il modo di esprimerla a livello di forma e di ergonomia; viene comunque mantenuta una linea di tendenza oggi assai attuale, che è appunto quella del *one touch*, vale a dire della possibilità di accedere alle diverse funzioni attraverso un unico tasto, o un numero molto ridotto di tasti.

Un altro esempio è dato dal carattere curvilineo/rettilineo; esso non è interpretabile in modo univoco: vi sono dei modelli che presentano una prevalenza del carattere rettilineo, pur essendoci la presenza di forme e linee curve. Quello che si è voluto qui rilevare è la più o meno prevalente presenza di tratti di tipo ergonomico che sono percepibili, alla vista e alla presa, come tali: quindi, nel caso, con bordature smussate, senza spigoli. Vedremo più sotto in che senso possiamo parlare di tendenze generali, come un *orientamento verso il sensibile*.

Un'ulteriore precisazione: il peso non è stato inserito come tratto esplicito, in quanto oggi tutte le case di produzione spingono per una continua diminuzione della pesantezza degli apparecchi. La leggerezza dunque è un carattere rilevante, e varia indubbiamente da un modello all'altro, ma tende sempre di più a non essere una caratteristica diversificante fra i vari modelli (anche se tale tratto è componente significativa, come si è visto della categoria ergonomica).

Infine, la selezione dei cellulari descritti sopra è avvenuta dopo una prima cernita compiuta sulla base delle indicazioni dei modelli più venduti, o considerati di "punta", fornite da riviste specializzate⁷ o dai gestori di un punto vendita bolognese da noi interpellati. È stata poi compiuta un'ulteriore selezione dei modelli sulla base dei tratti che si presentavano ridondanti.

Il sotto-livello ergonomico

Nelle analisi semiotiche⁸ solitamente l'analisi di un oggetto individua una serie di componenti descrittive o configurazionali di un oggetto, poi propone una classificazione di tali componenti, e infine passa alla individuazione di componenti funzionali, vale a dire sistemi di valori, che possono essere suddivisi in *strumentali* (composti di tratti che riguardano l'agire pratico dell'oggetto, a loro volta separabili in *critici* e *ludici*); *mitici* (tratti che concernono la visione del mondo contenuta in quell'oggetto); *estetici* (che riguardano la percezione e la valutazione nei termini di un apprezzamento formale e plastico dell'oggetto stesso). Si può tuttavia pensare che tali suddivisioni, valide per oggetti tradizionali, tendano oggi a rimescolarsi e a saltare, soprattutto se introduciamo categorie di tipo ergonomico, e se portiamo avanti le ipotesi sopra formulate sugli oggetti *magico-tecnologici* come il telefonino.

Abbiamo già notato come la categoria del continuo/discontinuo sia valida per tutti i livelli di costruzione discorsiva del telefonino: essa si traduce in ogni piano della costruzione semiotica dell'oggetto-telefonino (cognitivo, percettivo, affettivo); più in generale, a livello di sistemi di valore, diventa difficile attribuire, poniamo, al solo livello strumentale o pratico, certe caratteristiche, come quella del *one touch* (facilità d'uso), quando abbiamo visto come essa sia contemporaneamente riconducibile a una valorizzazione di tipo estetico-percettivo (il tocco) o di tipo mitico ("incontrarsi", "tenersi in contatto con tutto il mondo", per esempio attraverso la possibilità di "dialogare a più voci", grazie, ancora una volta, a un solo tasto). Più in generale le categorie che concernono l'ergonomia sembrano comprendere un po' tutti e tre i tipi di sistemi.

Ecco allora che se questi diversi sistemi di valorizzazione sono in un primo momento scomponibili, separabili fra loro, essi tendono come a sciogliersi gli uni negli altri; e forse sono necessari, per questi oggetti, altri tentativi di categorizzazione. Più in generale, ci sembra che il livello della stereotipizzazione di tali sistemi di valore, soprattutto per quanto concerne la pubblicità, sia talmente alto, talmente scoperto il gioco (con il telefonino si parla a tutti, è divertente, gioioso e facile,

affascinante e tecnologico), che forse vale la pena di tentare, anche se per sommi capi, un'altra riorganizzazione valoriale, a partire da un'altra prospettiva.

A tale proposito, si è visto come le componenti di tipo ergonomico, in particolare quelle concernenti la percezione di "presa", di "tattilità", e aventi comunque a che fare con la dimensione del "sensibile" (del percettivo e dell'affettivo), mostravano un prevalere di questo tratto del "continuo". Fontanille (1995), all'interno dell'analisi di una fiaschetta da viaggio, mostra come, effettivamente, fra le varie componenti del sistema dei valori plastici di un oggetto ergonomico vi siano categorie come: curvilineo/rettilineo, concavo/convesso, continuo/discontinuo, sensoriale/funzionale, naturale/artificiale. Egli afferma che potrebbero essere rilevati sistemi semiotici tali per cui l'opposizione curvilineo/rettilineo può esprimere quella fra naturale/artificiale o fra sensoriale/funzionale.

Per quanto concerne il telefonino si potrebbe formulare un'altra ipotesi: si potrebbe pensare, a partire dai tratti che abbiamo cercato di rilevare, che si avrebbero dei veri e propri processi di *convergenza* di opposte valorizzazioni: *coincidenza oppositorum*, fusioni di valori prodotte dalle pratiche inscritte nei telefonini stessi. In altri termini, l'utilizzatore del telefonino sarebbe portato a far coincidere la funzionalità con la sensorialità, la naturalità di una linea curva con l'artificialità del mezzo tecnologico. E infine, la concavità – tratto ergonomico da noi non esplicitato, ma che è indubbiamente presente, soprattutto nel tipo di telefonini più recenti – verrebbe convertita, attraverso l'avvolgimento della mano che stringe il telefono, in un altro tipo di avvolgimento: quello del telefonino (è il caso di Alcatel pocket) che, in qualche modo, si "raccolge" su se stesso e si concentra attorno al luogo delle proprie funzioni – la tastiera – facendo, in modo naturale, scivolare le dita e la voce verso quel centro.

Ma notiamo anche che l'opposizione concavo/convesso rappresenta effettivamente la categoria ergonomica per eccellenza: si potrebbe parlare, con Leroi-Gourhan, della reciprocità fra gesto e impronta, fra traccia e forma. Una mano è

pronta ad accogliere nella sua concavità l'oggetto convesso, la cui altra faccia, concava, si presta ad "accogliere" il gesto.

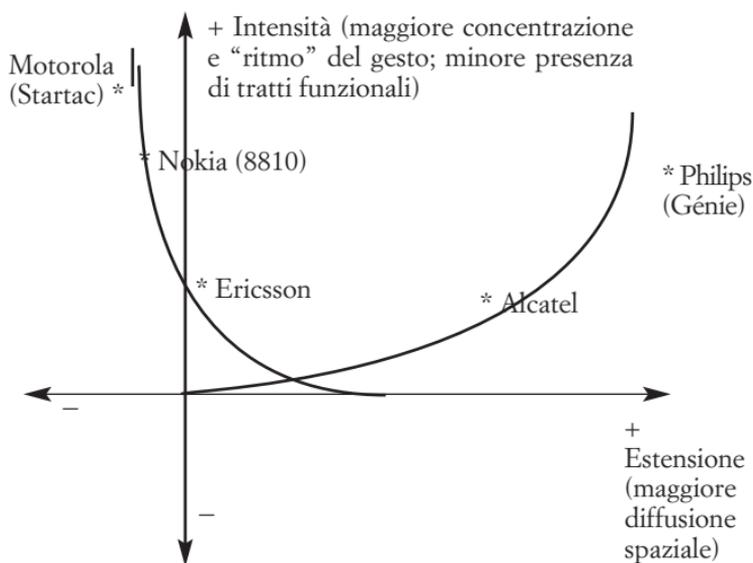
Bisogna sottolineare come fino a ora queste categorie, opposizioni valoriali o di invarianti, siano state considerate in modo statico, mentre abbiamo appena cercato di mostrare che sono sempre all'opera *trasformazioni*, dunque processi, che legano, smontano e rimontano questi sistemi di valori: si tratta dunque di mostrare come tali valori si rendano dinamici, vadano a comporsi in sequenze di azione più o meno previste dai telefonini; all'interno di quelli che chiamiamo programmi d'uso o programmi narrativi. Si tratta cioè di vedere come tali sequenze vengano "caricate", incarnate all'interno degli oggetti o sulla loro "pelle", attraverso i processi di messa in discorso. Se, come abbiamo detto, si creano, fra soggetto e oggetto, relazioni di avvolgimento e poi, come si era rilevato più sopra, processi continui e successivamente "fluidificati", nella gestualità prevista dall'oggetto, ecco allora che possiamo ritrovare innanzi tutto un rapporto fra "stampo" e "impronta"; e inoltre di "continuità" o di "frontiera" fra mano e utensile⁹.

Dal punto di vista narrativo tali relazioni si possono configurare come un "fare", che viene forzato a "non-poter-non-fare": la mano segue quella data forma del telefonino, che a sua volta (e in un modo quasi paradossale) è "impronta" costruita a partire da un modello memorizzato di una gestualità preordinata: un "non-poter-non-fare" che scaturisce da un fare pregresso e virtualizzato. Tuttavia, evidentemente, esso si associa anche a un "voler-fare" (l'uso dell'oggetto da parte del suo utilizzatore) che, in qualche modo, "vuol-essere".

Bisogna, in effetti, tenere conto che la gran parte dei telefonini si orienta oggi verso questo tipo di forme ergonomiche, salvo alcuni casi in cui ancora resistono linee un po' più rigide e squadrate, anche se esse sono sempre più rare e si accompagnano comunque a una fluidità sempre maggiore dei comandi e dei gesti.

Sul piano della prassi enunciativa e della messa in discorso, l'oggetto, secondo Fontanille, nell'offrire una presa, propone in qualche modo "un punto di vista", anzi un "punto di

tocco” al suo utilizzatore, il quale aderisce all’offerta nello stringere più o meno sensualmente l’oggetto; il che vale anche per quanto concerne i telefonini, che offrono un punto di vista, aggiungiamo noi, duplice: sull’oggetto stesso e sul modo di essere del soggetto; quasi una promessa di come egli sarà se utilizzerà l’oggetto (da qui, in un certo senso, la vicinanza con certi oggetti “magici”). Interverrebbero a questo punto operatori di continuità e di fluidificazione della microgestualità, come appunto le funzioni *one touch*, o sul piano sensoriale, i tasti *soft*. Gestì come quelli correlati allo sportellino sembrano allora essere coerenti, nel senso di marcare una chiusura o una apertura (puntuali), che circondano, punteggiano, questi processi generalmente continui.



SCHEMA illustrativo della tendenza a prevalere, in alcuni modelli di cellulare presi in esame, di categorie di tipo “sensoriale” su quelle “funzionali”. Si noti come alcuni modelli – ad esempio Philips “Génie” – non oppongano la tendenza alla “concentrazione” (e quindi intensificazione del gesto) a quella della miniaturizzazione spaziale, ma anzi le correlino in senso positivo.

Bricolage: l'ibrido parlante

A partire anche dalle analisi svolte negli altri capitoli di questo libro, sembrano emergere alcune tendenze. L'utilizzatore del telefonino – s'è visto – è un soggetto ancora assai poco, o forse sempre meno, definibile: esso è partecipe di sistemi valoriali che riguardano sia la sfera intima dell'individuo sia il piano collettivo; in questo senso, nell'Introduzione si parla di costruzione di *nuove soggettività*, legate a una nuova etica sociale che riguarda al contempo il poter fare, il poter essere, il volere fare e il voler essere. Se lo statuto di tali oggetti è *ibrido* (ma, abbiamo detto, al tempo stesso *forte* nell'imporre le proprie pratiche e le proprie strategie d'uso), si può allora ipotizzare che anche l'etica corrispondente all'uso di tali oggetti sia ibrida, "meticciosa": composta di valori che concernono sia il potere (fare, essere) sia il volere. Insomma, gli stessi sistemi valoriali – analizzabili, da un punto di vista semiotico, come sequenze di enunciati a carattere modale – sono sistemi ibridi in cui l'essere e il fare, il potere e il volere sono mescolati e concatenati, strettamente connessi al volere espresso da questi oggetti, alle loro strategie e contro-strategie.

Così, anche i piani e i contesti di azione concreti, d'uso dei telefonini, si configurano ora come *contesti ibridi*: in essi si concatenano e si sovrappongono diverse pratiche, un momento ludiche, un momento di tipo mitico-rituali, un altro momento di tipo pratico-funzionale; pratiche e modi di fare che non possono essere isolati e separati nei loro caratteri singoli. Ancora una volta, il serio manager viene richiamato dal trillo personalizzato e "buffo", giocoso – anche se talvolta sanzionato dagli astanti come un qualcosa di cattivo gusto – del proprio cellulare; il giovane utilizza il telefonino in continuo contatto con gli amici per potersi trovare (e per questo il luogo e l'ora dell'appuntamento vengono continuamente spostati e rinegoziati); o per essere libero di muoversi tuttavia, notoriamente, gli viene regalato dal genitore per scopi concernenti sicurezza e controllo.

Standing

Allora, anche l'oggetto stesso, il telefonino, non "rappresenta" più: non è più un oggetto di status, ma di *mediazione*, sorta di collettore di valori, che si integra all'esistenza *variabile* del suo fruitore. Baudrillard, già nel 1968, parlava, riguardo ai sistemi degli oggetti tecnologici e di consumo, non più tanto di *status* ma di *standing*. Riteniamo che tale concetto debba essere ripreso in considerazione proprio riguardo all'analisi dell'uso e delle pratiche legate al telefono cellulare. Per *standing* Baudrillard intendeva una sorta di "criterio universale" che "non struttura la personalità, ma la designa e la classifica. Non struttura il rapporto sociale: lo suddivide in un repertorio gerarchico. (...) Nella società dei consumi la nozione di *status*, come criterio di determinazione dell'essere sociale, tende sempre di più a semplificarsi e a essere identificata con quella di *standing*" (Baudrillard 1968, p. 244). Esso, in breve, diventa una sorta di sistema di segni universale, in grado di tradurre e assorbire tutti gli altri sistemi semiotici (di riconoscimento di classe, di casta, di appartenenza), a renderli, perlomeno omologabili e relativizzabili. Un sistema che consente in qualunque luogo una sorta di riconoscimento universale.

Tuttavia vi sono almeno due altre componenti che sembrano aver fatto sì che il sistema dello *standing* si sia, oggi, ulteriormente generalizzato e radicalizzato. Baudrillard parlava ancora di una società in cui la pubblicità tuonava, imponendosi come un grande sanzionatrice sociale: "senza quell'oggetto non sei..."; oggi lo *standing* sembra consistere principalmente nell'assemblaggio delle micro-strategie inscritte sugli oggetti e sancite dagli oggetti stessi; e comunque ancora una volta, appunto, da "assemblaggi", operazioni di *bricolage* fra sistemi eterogenei e non univoci, sia sul piano dell'espressione sia del contenuto. Per esempio, l'uso del telefonino sembra non costituire più un criterio di classificazione della personalità del consumatore, ma si va a comporre con altri elementi eterogenei dal punto di vista della sostanza dell'espressione: come si è detto sopra, con il suo uso in un preciso contesto, con quel tipo di vestiti, o con quel modo di fare più

o meno ritualizzato, ecc.; insomma, tale uso va a comporre diverse serie eterogenee di pratiche, di micro-contesti o comportamenti, spesso in parte sovrapponibili, ma comunque assai difficilmente generalizzabili, se non in termini, ipotizziamo, più di un “fare” che di un “essere”: di una sorta di *prassi*, composta di segmenti eterogenei che, messi insieme, costituiscono sempre meno il disegno di precise “figure sociali” (il “manager”, il “giovane”, ecc.), e sempre di più paiono costituire enunciati del “predisporre a fare”.

In secondo luogo, ma sempre a questo riguardo, si potrebbe estendere tale concetto di *standing* in un altro senso, non considerato da Baudrillard: prendendolo proprio alla lettera, nel senso di *to stand*, con tutte le sue accezioni di “stare”, nel senso però del “trovarsi” o del “mantenersi per un po’ in una data posizione o postura”; o ancora del “resistere”, “soffermarsi”, ma anche nel senso dinamico del “farsi indietro” (*stand-back*), o “ritirarsi” (*standing-down*) o, al contrario, dell’“associarsi” (*standing-in*) o “farsi sotto”. Si tratta di pratiche – più che di figure – studiate dalle scienze sociali, proprio in quanto diventano tipiche della nostra cultura e dei nostri modi di essere e di fare. In altri termini, si tratta di studiare la società, quindi anche i consumi e le pratiche, come insiemi di modi di continua “entrata” e “uscita”, o di “mantenimento” (o incapacità di mantenimento) di determinate situazioni. Nel caso dei telefonini bisognerebbe quindi osservare come essi siano delle specie di “connettori sociali” che, al pari di altri oggetti o componenti, contribuiscono a costituire una sorta di *sintassi* del nostro modo di agire quotidiano: ne *punteggiano*, ne *ritmano* le occasioni, intervengono e irrompono, spesso a sproposito, spezzandone – o collegandone – i vari momenti, in modo eterogeneo.

Non si tratta quindi più, come affermava Baudrillard, del costituirsi di una tassonomia sociale universale, di un “grande repertorio gerarchico”, ma di una serie di processi: non di una semantica – di un grande sistema classificatorio – ma di una sintassi sociale, di concatenamenti e di sequenze. Questi segmenti, per loro natura eterogenei, prelevati e frammentati da “operatori” come il telefonino, si

andrebbero poi a ricomporre, grazie agli stessi “operatori sintattici”, in un flusso di vita quotidiana.

Riguardo al tema di questa ricerca, diventa dunque ancora più importante cercare di indagare la dinamica gestuale ed ergonomica del telefonino; la sua pratica d'uso concreta. Insomma, l'attività concernente lo *stare*, il “gesticolare”, o l'uscire o entrare, in un una data situazione.

Per quanto concerne l'oggetto-telefonino si tratta quindi di valutarne le pratiche d'uso considerandole non più tanto come protesi ma come nuovi *concatenamenti*, parti di processi più ampi che concernono sicuramente anche sistemi di valori inscritti all'interno di questi oggetti, ma soprattutto la loro messa in divenire, in azione: la loro attivazione, non la loro staticità di sistemi, le loro dinamiche. In termini semiotici si potrebbe dire che è necessario valutare non tanto la semantica profonda o i sistemi di valori, ma i modi di “messa in discorso”, di costruzione concreta dei discorsi, le pratiche enunciative. Per esempio, se vi è la presenza di campi valoriali che vengono connotati come “efficienza” o “controllo”, “volontà o possibilità di comunicare”, “di trovare e di farsi trovare da tutti e sempre” in modo ubiquitario, significa che ci troviamo di fronte a concreti modi di agire, incarnati, per così dire, nel telefonino: in qualche modo omologhi ai suoi programmi d'uso.

Gadgetizzazione

Un'ultima considerazione sui caratteri principali dell'oggetto-telefonino. Il telefono cellulare è oggetto multiplo in quanto viene investito di multiple valorizzazioni; è un piccolo giocattolo tecnologico; è un oggetto funzionale, consentendo una possibilità di continua messa in comunicazione, e imponendo al contempo la necessità di una comunicazione in rete (per esempio, oggi diviene pressoché impossibile effettuare telefonate da una normale cabina a un telefonino, visti gli alti costi).

Tuttavia vi è un altro carattere fondamentale, tipico dell'oggetto tecnologico, che con il telefonino viene portato alle estreme conseguenze: il processo di *gadgetizzazione*

(cfr. Fabbri 1996). Proprio Baudrillard aveva notato come gli oggetti tecnologici moderni fossero caratterizzati da alcuni tratti che li rendevano immediatamente e intrinsecamente gadget, o agglomerati di gadget; in particolare, tale carattere si basa da un lato sulla sempre maggiore presenza di tratti, differenzianti fra loro i vari oggetti, in apparenza marginali, effimeri, che poi divengono essenziali; in secondo luogo esso, secondo Baudrillard, si basa sulla tendenza “schizofunzionale” del “può sempre servire”: deve esistere un oggetto, o un gadget, per ogni funzione immaginata (un po' come le macchine celibi dei dadaisti o, in senso patafisico, di “scienza delle soluzioni immaginarie”): insiemi di *aggeggi*¹⁰. In concreto, un telefonino produce una scia di accessori, come soluzioni ai problemi che esso stesso ha “inventato” (vivavoce o attacchi per telefonare in auto; vibra-call per non infastidire; auricolare o microfono). Tuttavia, la tendenza più interessante sembra essere oggi quella di una *radicalizzazione e generalizzazione di tale processo*: ancora una volta, nella sua capacità di inventarsi situazioni sociali ad hoc; e in particolare gestualità e modi d'uso.

La micro-gestualità

Sulla base delle ipotesi qui articolate si può affermare che a trasformarsi oggi è lo stesso spazio in cui avvengono i gesti dell'uso di oggetti tecnologici, e in particolare del telefonino. Dice ancora Baudrillard: “In luogo dello *spazio* continuo, ma limitato, che i gesti creano attorno agli oggetti tradizionali durante il loro uso, gli oggetti tecnici istituiscono una *superficie* disconti-

Nokia
3110 GSM.
Per chi era
stanco di
procedere a
tastoni.

NOKIA
3110 Con un tasto fai tutto.
Inoltre del nuovo Nokia 3110. Guai senza cellulari! Il tuo telefono Nokia, sarebbe come parlare del corpo umano dimenticandoci del cervello. Basta premere il tasto Nokia Navi per raggiungere velocemente e facilmente tutte le sue funzioni, leggendo tutto quello che si deve fare sul suo grande display. Insomma, il nuovo Nokia 3110 è il primo telefono con il beneficio di intrattenere a forma di tasti.

NOKIA
Comunicazione. Sempre.

nua e indefinita” (p. 65). Baudrillard sostiene insomma che questi nuovi oggetti creano anche un nuovo tipo di spazio, una discontinuità rispetto agli spazi e alla gestualità degli oggetti tradizionali.

Nello specifico, ciò che si trasforma è proprio la gestualità legata a questi oggetti: si avrebbe *non solo una miniaturizzazione degli oggetti* tecnologici, ma anche una *miniaturizzazione dei gesti*, attraverso una *stilizzazione* delle forme e dunque dei gesti stessi, le cui forme sono il “calco” e l'impronta; attraverso la *maneggevolezza*: ovvero i gesti da compiere sono minimi, in rapporto a sforzi e movimenti; ed infine attraverso *l'avvolgimento*. Per quanto riguarda le prime due categorie, crediamo sia abbastanza chiaro il loro significato in relazione alla gestualità dei telefoni cellulari: i gesti sono sempre più “minimali” e stilizzati (preprogrammati), proprio grazie alla *friendliness* degli oggetti che ne garantirebbe l'uso con il minimo sforzo. È necessario a questo proposito sottolineare anche la questione dell'avvolgimento: si tratta di un carattere importante, poiché anch'esso ha chiaramente a che fare con l'ergonomia; le forme sono reciproche al corpo, al suo gesto; gli oggetti si profilano conservando la memoria, l'impronta del corpo.

Tuttavia vi è da aggiungere un altro carattere, un passaggio ulteriore che sembra caratterizzare la gestualità del telefonino: la *fluidificazione* del gesto. Essa da un lato ha a che fare con categorie di tipo pragmatico e funzionale, come la maneggevolezza e la facilità d'uso; d'altro lato, e si tratta, crediamo, di uno dei punti rilevanti, essa concerne il *sensibile*, il mondo della percezione, dell'affettivo e delle sinestesie, vale a dire i modi di traduzione fra un senso e l'altro. La linea morbida, ergonomica, dell'oggetto accompagna la mano in una continuità del gesto, fino ai tasti che cedono con una lievissima pressione – essi, per di più, sono spesso fatti di materiali più “teneri” rispetto al resto dell'oggetto – che trasmettono una sensazione di non rigidità e, appunto, di scatto “arrendevole”.

Vi sono studi¹¹ che, seppur analizzando gli oggetti soltanto dal punto di vista cognitivo, del loro essere più o meno funzionali in quanto protesi tecnologiche del corpo, hanno fatto emergere l'importanza dell'*affordance* di questi stessi oggetti: del "prestarsi dell'oggetto", della sua capacità di offrirsi a noi, sia esso un quadro-comandi di un aereo o un frigorifero. Tuttavia, per noi è importante sottolineare che se vi

è *affordance*, essa non concerne soltanto l'essere degli oggetti come "artefatti cognitivi", ma costituisce l'esito, l'effetto di senso provocato da strategie che questi oggetti contengono e attuano; strategie che lavorano mettendo in campo, in discorso quindi, le componenti di tutti i piani di cui è composto il significato di un dato oggetto: dunque, non solo quello cognitivo, ma quello percettivo-affettivo e quello dell'azione. Per dirla ancora una volta con Latour molti oggetti d'oggi sono faticci: "entità aventi ciascuna proprie condizioni di felicità e propri modi d'esistenza", che spesso ci attirano o ci respingono, ci chiamano o ci ignorano.

Infine, se Baudrillard (Baudrillard 1968, p. 71) poteva ancora affermare che gli oggetti sono diventati "attori di un processo globale di cui l'uomo è solo il copione, o al massimo lo spettatore", o che essi "sono diventati più complessi dei comportamenti degli uomini relativi a tali oggetti", d'altra parte, valutando oggi le condizioni concrete d'uso, vediamo che l'esito non sta in un presunto "spaesamento" o alienazione e uniformizzazione generalizzata dei gesti, quanto, come si diceva, in nuovi e spesso inaspettati concatenamenti.



Valori guida

Ci pare, anche senza la possibilità di ulteriori approfondimenti, che l'analisi abbia fornito alcune conferme alle ipotesi di partenza, in particolare sulla corrispondenza fra micro-gestualità del telefonino e suo utilizzo nelle situazioni sociali. Si trattava principalmente dell'idea secondo la quale esso funzionerebbe sia come "operatore sintattico" delle situazioni sociali, interrompendone e mettendo in connessione momenti e contesti eterogenei; d'altro lato esso fungerebbe da attrazione per micro-gesticolazioni: "tic" che, anch'essi, ritmerebbero e in qualche modo ci aiuterebbero a gestire i nostri tempi e spazi sociali¹².

Ciò corrisponderebbe al suo modo di funzionamento e costruzione in senso ergonomico e, più in generale, semiotico: nella sua forma attuale che prevede un certo modo di utilizzo, un certo tipo di gestualità. Infine esso sarebbe un oggetto carico, o caricabile, di molteplici valori; ma comunque pronto, con i suoi programmi di utilizzo, a fungere spesso "da guida" a soggetti (umani) assai volubili.

¹ Cfr. per esempio Douglas, Isherwood 1979.

² Da qui l'idea di comunicazione fatica, di cui si parla nell'Introduzione al volume.

³ In questo senso, all'interno dei capitoli del libro dedicati al ruolo del telefonino nel cinema e nella stampa, si parla appunto del telefonino come di una sorta di Aiutante magico.

⁴ A prima vista parrebbe difficile accettare il fatto che un oggetto possieda un punto di vista e una "soggettività", o identità; tuttavia in un qualunque contesto dotato di senso, i soggetti che agiscono in quel dato contesto sono sempre definiti in modo relativo e non assoluto: sono costituiti dalla rete di relazioni che si viene a instaurare in quel dato contesto. Tale oggetto è e dice di essere; fa e si propone in un certo modo. Non solo, soprattutto esso reca le tracce delle proprie pratiche progettuali e di costruzione, e queste pratiche possono essere più o meno ostentate, più o meno occultate. Possiamo parlare in questo caso di *enunciazione enunciata* dell'oggetto.

⁵ Crediamo sia importante tenere conto del discorso che riviste, pubblicità e venditori compiono *sui* telefonini. Di esso rileveremo un punto, solo apparentemente banale: si tratta, anche in questo caso, di un discorso "ibrido". Tale discorso, infatti, rende veramente efficaci le "magie" offerte dalle

case costruttrici: non si tratta, infatti, soltanto di un discorso “informativo” o persuasivo: *si tratta anche di un discorso e di una pratica rituali* (per come, almeno, la definiscono gli antropologi come Tambiah 1985); discorso in cui vi è la ripetizione ossessiva di certi caratteri (“ma l’antenna è estraibile?”, “ha le batterie al litio e il *vibra-call*?”). Si tratta di un discorso autosecurizzante, quasi *terapeutico*, per placare le piccole ansie, e le lievi nevrosi dei compratori di cellulari. Infine, è necessario tenere presente tale discorso, poiché esso esprime la “competenza implicita” circolante, a livello di cultura pratica e quotidiana, sui telefonini.

⁶ La citazione da ricordare è naturalmente la sequenza del film *Pulp fiction* analizzato all’interno del capitolo sul cinema, in cui John Travolta estrae con gesto marcato – con i denti, a mo’ di bomba a mano – l’antenna del suo telefonino, “personalizzandolo”.

⁷ È stato preso in considerazione il mensile *Il telefono* del mese di ottobre '98.

⁸ Cfr. soprattutto Floch 1995; Semprini 1996.

⁹ Naturalmente, facciamo ancora riferimento all’opera di Leroi-Gourhan, citata anche in Fontanille 1995.

¹⁰ Riflessioni in merito già in Barthes 1963.

¹¹ Cfr. per esempio Norman 1992.

¹² Bellasi (1987) parla di oggetti “rompi-tempo”, anziché rompicapo, presenti in alcune culture tradizionali, specialmente del mediterraneo orientale, come in Grecia o Turchia: specie di rosari che gli anziani manipolano in maniera automatica e ripetuta, appunto, per ritmare i momenti o le conversazioni.