

Generazione Mobile

Il telefono cellulare nelle menti e nei comportamenti di una società in movimento

## Prefazione: Una lezione per i futurologi

Questo libro me ne ha fatto venire in mente un altro, molto diverso ma dedicato allo stesso tema: "Dove sei? Ontologia del telefonino" di Maurizio Ferraris, professore di filosofia teoretica all'Università di Torino. In quelle pagine Ferraris ci fa prendere coscienza, con divertimento, dei paradossi e dei tic del telefonino, ma poi lo usa anche come reattivo per attualizzare il pensiero di Aristotele, Kant, Heidegger, Derrida.



Se un filosofo teoretico può usare il telefonino come una cartina al tornasole per saggiare l'opera di grandi pensatori, diventa ancora più forte la curiosità di capire meglio questo strumento di comunicazione dal successo travolgente. Occorre, insomma, un altro libro, che del cellulare ci descriva i servizi offerti e quelli possibili grazie agli sviluppi tecnologici che già stanno profilandosi all'orizzonte, analizzi gli influssi sul nostro comportamento e sulla società per fornirci il quadro di un fenomeno di portata socialmente rivoluzionaria. Ed è appunto quanto hanno fatto Pierfranco Rodi e Maria Francesca Tricomi scrivendo "Generazione Mobile".

Qualche dato eloquente ricavato dal libro. Oggi in Italia trillano oltre sessanta milioni di telefonini: più di uno per abitante, neonati inclusi. Il sorpasso del telefono mobile sul telefono fisso è avvenuto a livello mondiale verso la metà del 2002 e in Italia già nel 1999. I servizi non voce, SMS in testa, rappresentano il 15 per cento del fatturato totale degli operatori mobili: nel nostro paese ogni giorno viaggiano sessanta milioni di questi messaggi contenuti in 160 battute con artifici acrobatici che stanno modificando la lingua, l'alfabeto e il concetto stesso di scrittura, che dall'astrazione delle sue 26 lettere tende nuovamente verso l'ideogramma.

Dove sta la grande invenzione del cellulare? A rigore, non c'è nessuna grande invenzione. Il telefono esisteva dai tempi di Meucci e di Bell, la radio dal tempo di Guglielmo Marconi (l'esperimento di trasmissione transatlantica è del 1901) e la mobilità dalla notte dei tempi, anche se è diventata di massa soltanto negli ultimi cinquant'anni con l'auto utilitaria. Il cellulare ha semplicemente (si fa per dire) messo insieme le tre cose: telefono, radio, e quindi mobilità. Ed è stato un successo inaspettato anche per gli stessi tecnici che avevano celebrato il peccaminoso matrimonio con tre partner.

Aggiungiamo la macchina fotografica e avremo uno strumento sempre più completo e dai risvolti ancor più complessi. Ma è poi vero che lo specifico del telefonino consiste nella mobilità? Pare proprio di no. La maggior parte delle chiamate con cellulare avviene da casa, dal posto di lavoro, e solo la minor parte mentre si è in movimento. Dunque la mobilità è soltanto una componente del successo, e non la più importante. Come Pierfranco Rodi e Maria Francesca Tricomi ci documentano, fatto assai rilevante nel determinare il trionfo del cellulare è che esso è "personale", "privato".

Caratteristica che si esprime in molti modi: la scelta del modello tra i mille che il mercato offre, la suoneria (oggi il maggior business delle case di produzione musicale), la lista dei numeri memorizzati, l'immagine di fondo-schermo, le funzioni offerte, dalle canzoni in MP3 alla fotografia al breve filmato al collegamento a specifici servizi attraverso la rete (dalla propria posta elettronica alle news del TG preferito), alla localizzazione che ti dice dove sei con l'errore massimo di pochi metri.

Non basta. La privacy del cellulare diventerà ancora più stringente in un futuro ormai prossimo, quando in esso confluiranno la nostra carta di identità, il codice fiscale, un telecomando che ci permetterà di accendere e spegnere a casa nostra il riscaldamento o il forno a microonde (ma anche di votare senza recarsi al seggio elettorale), un monitor che ci permette di vedere cosa succede a casa nostra, e infine la cosa più privata di tutte: la carta di credito.

Futuro prossimo che in Giappone, manco a dirlo, è spesso già realtà. Insomma, da status symbol, il telefonino sta diventando una protesi indispensabile del nostro corpo. Se l'evoluzione fosse abbastanza veloce, un giorno potremmo vedere neonati venire alla luce con telefonino incorporato. Nell'attesa, sono già realtà i telefonini indossabili, dissimulati nel tessuto della camicia, della giacca o del tailleur.

In questo libro, alla descrizione del cellulare e dei suoi servizi (spesso dai nomi astrusi come push-to talk, bluetoothing, moblog, visual radio) sono associate considerazioni su uso e problematicità sociale di uno strumento intrinsecamente democratico. Come cambiano le dinamiche comportamentali nello spazio privato e in quello pubblico? Come cambia, se cambia, l'amore e il corteggiamento al tempo del cellulare? Che effetto ottengono i produttori di beni di largo consumo allegando al fustino del detersivo una suoneria piuttosto che un regalo tangibile? È più importante comunicare emozioni piuttosto che il viverle direttamente? Diventeremo tutti fotoreporter con il cellulare?

Queste e molte altre cose apprenderemo leggendo "Generazione Mobile". Al tutto, aggiungerei una lezione implicita. Nessuno aveva previsto Internet, né il cellulare, né il dorato business dei messaggi. Una lezione di umiltà per i futurologi. E per noi che non lo siamo, un monito: la realtà tecnologica ha più fantasia dei tecnologi che la progettano. Una volta uscita dai laboratori, la tecnologia vive di vita autonoma. Dove ci porterà il telefonino potrebbe dircelo solo il telefonino. Ma non ce lo dirà. Ci porterà e basta.

Piero Bianucci , *La Stampa*