

## Dappertutto telefonini

Per una storia sociale della telefonia mobile in Italia

di Gabriele Balbi

Ha il cellulare ancora caldo in mano, non riesce a mollarlo,  
vorrebbe telefonare di nuovo, ma non sa a chi.  
Ha paura di restare solo con me dentro questo silenzio.  
Margaret Mazzantini, *Non ti muovere*

### 1. Introduzione: un medium (che era) poco studiato

*Dappertutto telefoni* è il titolo di un articolo, apparso il 29 gennaio 1882 su «L'illustrazione Italiana», che esaltava l'avvento di una nuova tecnologia la cui rete aerea aveva già invaso l'intera città di Milano: il telefono<sup>1</sup>.

La scelta di parafrasare il titolo di questo articolo serve ad indicare, fin da subito, il triplice obiettivo del nostro lavoro. Anzitutto, quello di ricostruire le principali tappe dello sviluppo storico della telefonia cellulare in Italia dalla sua nascita fino all'avvento della cosiddetta telefonia di terza generazione. La scelta di concludere il racconto al passaggio dal *dual* al *triband*, lanciato in Italia nel maggio 2003, è dovuta sia alle nuove dinamiche di fruizione e contenutistiche introdotte con l'Umts (voce ma anche e soprattutto dati) sia, in particolar modo, alla sostanziale saturazione del mercato italiano a fine 2003, anno in cui 97 abitanti su 100 erano abbonati ai servizi di telefonia mobile. Se l'obiettivo è infatti quello di narrare la storia sociale dell'adozione di una nuova tecnologia, con i primi anni del nuovo millennio questa fase poteva dirsi conclusa, essendo il telefono mobile praticamente adottato dalla totalità della popolazione. In secondo luogo, il richiamo a *Dappertutto telefoni* vuole esplicitamente indicare come, alla comparsa del telefonino, riapparvero temi, esaltazioni, paure e «invenzioni di galateo» simili a quelle che caratterizzarono il suo

<sup>1</sup> E. Soresini, *Pronto... Qui Milano. Storia e cronaca delle telecomunicazioni in Lombardia fino al 1940*, Torino, Ilte, 1971, pp. 28-29.

Gabriele Balbi

messaggi sia profondamente influenzato dall'oralità<sup>64</sup>. Se non si tenesse conto di questa duplice natura orale-scritta del servizio, forse non sarebbe possibile spiegare il successo della messaggistica nella realtà italiana, dove la bassa alfabetizzazione ha storicamente sfavorito la penetrazione dei media chirografici (libri e giornali su tutti) e ha al contrario favorito quelli orali (televisione e lo stesso cellulare).

Infine, proprio in ragione del massiccio utilizzo degli sms nella realtà italiana, possiamo avanzare un'ulteriore ipotesi – di natura sistemica – sulle ragioni di diffusione della telefonia mobile nel paese. A differenza del telefono domestico, che solo a partire dalla metà degli anni '70 del Novecento giocò un ruolo fondamentale nell'evoluzione di linguaggio delle radio libere e della (neo)televisione<sup>65</sup>, il cellulare è entrato quasi immediatamente a far parte dei meccanismi radio-televisivi e mediatici in generale: si pensi alla funzione cruciale del televoto via sms nei *reality show* (un genere non a caso pervasivo nella televisione italiana di inizio millennio), alla possibilità di inviare messaggi ai programmi radiofonici in diretta o ancora all'intreccio comunicativo tra la rete Internet e il mobile. Il telefonino, secondo tale tesi, si sarebbe inserito velocemente ed efficacemente nel sistema mediatico italiano e, specie grazie ai messaggini, avrebbe costituito il principale strumento a disposizione dello spettatore per dialogare con i media di massa.

#### 8. Conclusione. Un nuovo medium?

Scopo di questo articolo è stato duplice: nel corso di una narrazione di impianto storico-sociale dell'avvento e della diffusione della telefonia mobile in Italia, da un lato, sono state avanzate ipotesi di varia natura che potessero illustrare le cause di penetrazione del medium e, dall'altro, si è comparato il telefonino con il suo progenitore principale, il telefono fisso. In questa conclusione vogliamo sia riassumere e commentare le prime, sia ricordare quelle che per noi sono le reali differenze tra i due media della parola, indicando in particolare quelle caratteristiche del mobile che, diversamente da quanto accaduto per il fisso, ne hanno permesso un'adozione rapida e generalizzata.

<sup>64</sup> Sul tema cfr. G. Cosenza, *I messaggi SMS*, in *Sul dialogo. Contesti e forme di interazione verbale*, a cura di C. Bazzanella, Milano, Guerini, 2002, pp. 193-207; R. Ling, *The socio-linguistics of SMS: an analysis of SMS use by a random sample of Norwegians*, in *Mobile Communication. Re-negotiation of the Social Sphere*, a cura di R. Ling e P. Pedersen, London, Springer, 2005, pp. 335-349; C. Thurlow, *Generation Txt? Exposing the sociolinguistics of young people's text messaging*, in «Discourse Analyses Online», 1, 2003 (disponibile al sito [http://faculty.washington.edu/thurlow/papers/Thurlow\(2003\)-DAOL.pdf](http://faculty.washington.edu/thurlow/papers/Thurlow(2003)-DAOL.pdf)).

<sup>65</sup> G. Simonelli e P. Taggi, *I fantasmi del dialogo: il telefono nella radio e nella televisione*, Roma, Bulzoni, 1985.