

Intervista a Harvey Molotch, il sociologo autore di "Fenomenologia del tostapane"

"DALLE PENNE ALLE TOILETTE LA SOCIETÀ È NEGLI OGGETTI"

MASSIMIANO BUCCHI

Che cosa può dire la forma di un tostapane o di un cavatappi sul nostro mondo e sul nostro stile di vita? E perché bagni privati e toilette pubbliche sono costruite in modo diverso negli Stati Uniti, rispetto all'Europa? Harvey Molotch, sociologo alla New York University (di passaggio in Italia, ospite dei seminari Scienza, Tecnologia e Società dell'Università di Trento), tenta da anni di rispondere a queste domande analizzando oggetti tecnologici di uso quotidiano, design e architettura degli spazi pubblici, grandi infrastrutture tecnologiche come la metropolitana di New York. Forse, proprio per questo, il suo *Fenomenologia del tostapane* (Raffaello Cortina, pagg. 408, euro 29) è divenuto un piccolo classico.

Da dove vengono gli oggetti?

«Gli oggetti vengono da una combinazione di forze e di processi. Non è solo la tecnologia, non è solo il design, ma anche il modo in cui si è sviluppato il commercio. Qualunque oggetto di uso comune – le penne con cui scriviamo, i tavoli a cui ci sediamo, le toilette che utilizziamo – ha una ricca storia e comprenderla ci aiuta a capire il nostro mondo. Gli oggetti contribuiscono a dar forma alle nostre vite: anche se sono fatti da noi ne siamo dipendenti».

Facciamo un esempio...

«La tazzina di ceramica in cui sto bevendo il caffè è l'ultimo anello di una lunga catena di oggetti – la nave che ha trasportato il caffè, la macchina che lo ha tostato, quel-



"Le cose che usiamo contribuiscono a dar forma alla quotidianità, ne siamo dipendenti. Non sono solo tecnologia e design, ma anche combinazioni di forze e di processi"

LO STUDIOSO

Harvey Molotch insegna alla New York University

la che lo ha trasformato in un liquido – che mi permette di bere il caffè caldo. E il caffè non è solo una bevanda, ma un'estensione della nostra socialità, e la tazzina contribuisce a renderla possibile».

Perché allora gli stessi tipi di oggetti prendono forme diverse in diversi contesti?

«Il tostapane, ad esempio, è connesso a una serie di altri oggetti e di cose che facciamo. Presuppone un certo tipo di pane, soprattutto nella versione originaria americana del tostapane "a espulsione", presuppone fette di pane già tagliate e della stessa dimensione. Americani e inglesi mangiano pane tostato quando si siedono a far colazione, a differenza degli italiani che spesso prendono un caffè al bancone del bar. Il pane tostato è una parte essenziale del nostro rituale della colazione. Noi abbiamo l'abitudine di spalmare, di mettere vari ingredienti sul pane e il tostapane dà alla fetta di pane la consistenza necessaria... Un oggetto e il suo uso sono una cultura. In fondo è quello che facevano l'antropologia classica e l'archeologia: da una serie di oggetti ricostruire le caratteristiche di una società».

Gli antropologi del futuro riusciranno a ricostruire i caratteri della nostra società partendo dagli iPad?

«La vita digitale di oggetti come l'iPad è molto più effimera, può scomparire facilmente come i contenuti dei primi computer di cui non esistono più i software... ma certamente possono dirci qualcosa dal punto di vista del design. Oggi tutti celebrano Steve Jobs, tra l'altro, per l'estetica

dei suoi prodotti ma quello che ha fatto è stato rendere ordinario lo straordinario, rendere le attività e le interazioni sociali con questi oggetti il più possibile simili a quello che le persone già conoscevano e facevano prima dei media digitali. Una nuova tecnologia ha sempre il problema di rassicurare le persone, di agganciarsi a qualcosa di ordinario e familiare. All'epoca dei primi voli in aereo, servire dei pasti era un modo per ravvicinare questa esperienza ad altre esperienze già note. Il cavatappi con le "ali" che è sulla copertina del mio libro presuppone familiarità con un certo tipo di leva, che si diffonde a partire da una certa epoca».

Dunque un grande innovatore non è un visionario ma qualcuno che sa connettere l'innovazione a pratiche già esistenti?

«Sì, ma ironicamente la visionarietà consiste nell'intuire che la chiave è l'ordinarietà: quanto più riesce a far leva sulle esperienze precedenti e le loro abitudini cognitive, tanto più ha la potenzialità di cambiare il mondo. Un innovatore è qualcuno che comprende la società ed è in grado di catturarla con una *killer application*, per citare sempre Jobs. La *killer application* è quella che connette le persone comuni e i loro modi comuni di fare le cose (come ascoltare la musica o trovare la strada di casa), a una nuova tecnologia. La televisione è stata rivoluzionaria in quanto ha permesso di guardare uno spettacolo senza uscire di casa. In questo senso Steve Jobs è stato un grande "assemblatore", come direbbe Bruno Latour, ha messo insieme il packaging, la musica, la tecnologia, la società».

Che idea si è fatto dell'Italia osservando gli oggetti?

«Naturalmente ho notato una grande differenza nelle toilette pubbliche: in America la soluzione tecnica più comune sacrifica la privacy in nome del controllo, i bagni sono aperti sopra e sotto. Un'altra impressione, soprattutto nei casi meno riusciti – mi ricordo un bagno modernissimo e incomprensibile in un'università – è che gli italiani siano disposti a sopportare un certo grado di frustrazione in nome dell'estetica. E poi... ah sì, ecco una tecnologia caratteristica di qui che non ho mai capito: le macchinette gialle alle stazioni, dove si deve timbrare il biglietto appena comprato... me la può spiegare?».