

**Serie speciale della rivista
on-line dell'Associazione
Italiana di Studi Semiotici**
www.ec-aiss.it

Direttore responsabile
Gianfranco Marrone

Anno XII, n. 22 - 2018
ISSN (on-line): 1970-7452
ISSN (print): 1973-2716



Cuccioli, pets e altre carinerie



n. **22**

a cura di Francesco Mangiapane

contributi di:

Mariana Boero
Emiliano Battistini
Francesco Mangiapane
Gabriele Marino
Maddalena Rinaldi
Simona Stano
Bruno Surace
Bianca Terracciano
Mattia Thibault

EIC - Serie Speciale della rivista on-line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici
www.ec-aiss.it

Direttore responsabile

Gianfranco Marrone, Università di Palermo.

Comitato Scientifico

Nicola Dusi, Università di Reggio Emilia.

Guido Ferraro, Università di Torino.

Isabella Pezzini, Università di Roma, La Sapienza.

Maria Pia Pozzato, Università di Bologna

Metodi e criteri di valutazione

La rivista adotta un sistema di valutazione dei testi basato sulla revisione paritaria e anonima (*double blind peer-review*).

Testata registrata presso il Tribunale di Palermo, n. 2 del 17.1.2005,
ISSN (print): 1973-2716, ISSN (on-line): 1970-7452

EIC - Serie Speciale n. 22

Cuccioli, pets e altre carinerie

a cura di Francesco Mangiapane

Indice

Cuccioli, pets e altre carinerie: un'introduzione

Francesco Mangiapane

Cariino! Vezzeggiativi ed espressioni vocali nel parlare ai cuccioli

Emiliano Battistini

Gli animali domestici nei testi pubblicitari. Una chiave di lettura sociosemiotica

Marianna Boero

L'animale e l'artista in epoca contemporanea: una questione di cifra stilistica

Maddalena Rinaldi

Baby Simulacra. Semiotica dei cuccioli al cinema come incubatori di assiologie

Bruno Surace

Cuccioli e cibo nel cinema d'animazione: uno sguardo semiotico

Simona Stano

The True King of the Internet: gattini, gattari e gattese dalle periferie al centro del Web

Mattia Thibault e Gabriele Marino

L'addomesticamento del selvatico nell'universo social: procioni e volpi come pet

Bianca Terracciano



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Cuccioli, pets e altre carinerie: un'introduzione

Francesco Mangiapane

“Nel cuore umano c'è posto solo per una data quantità d'amore e d'affetto: quando ci si piazza un pupo, il cane deve andarsene”.

Questa frase, pronunciata dal cane vagabondo Biagio, protagonista insieme alla cagnolina Lilli di un vecchio film¹ (siamo nel 1955) della Disney, vuole essere un ammonimento. Egli, memore di chissà quale delusione, si rivolge al suo uditorio di cani di quartiere, invitandoli a non farsi troppe illusioni sull'affidabilità degli umani: meglio non concedere il privilegio della fedeltà, virtù cardinale canina, a dei soggetti che finirebbero per non meritarsela. Meglio, insomma, restare randagi e liberi. Ma la sua esortazione non può che suonare, agli spettatori di oggi, profondamente *demodé*.

Essa, infatti, difficilmente potrebbe essere pronunciata da un *personaggio animale* dell'attuale scenario mediatico: l'immaginario in cui siamo immersi è, infatti, completamente ribaltato. Si tratta di un mondo in cui la natalità dei paesi occidentali è crollata e in cui i *pets* hanno preso il sopravvento. Un mondo in cui i neonati della fiction globalizzata, come succede al piccolo protagonista di un altro più recente film, *Baby Boss* (2017), si ritrovano costretti a organizzarsi, scendendo in campo per difendere la loro posizione contro l'egemonia dei cuccioli. Un mondo in cui, insomma, si avverte il problema opposto a quello paventato da Lilli di essere abbandonata per far posto a un *cucciolo d'uomo*. Segni dei tempi.

Al centro di una tale contesa, ritroviamo un problema semiotico, posto da un *iperonimo* che, archiviando ogni pretesa differenza di specie a mero accidente, assimila umani e non umani in funzione di alcuni tratti pertinenti legati alla specifica condizione esistenziale in cui si ritrovano, quella, per l'appunto, di cuccioli.

Proviamo a indagare i contorni di questa specificità. Così il vocabolario Treccani²:

cùcciolo s. m. (f. -a) [voce onomatopeica]. – **1.** Cane piccolo, non ancora cresciuto; per estens., qualunque altro animale nato da poco tempo. Anche in funzione di agg: *cani c.*; *bestie cucciole*. **2.** fig. **a.** Bambino, figlio ancora piccolo, in espressioni vezzeggiate: *non sa reggersi in piedi, è ancora c.*; *stai buono, non piangere, c. della mamma*. **b.** Persona giovane, semplice e inesperta: *si sentiva il ritratto vivente dell'artista da c., predestinato a piaceri rari e raffinati* (Enrico Brizzi). **c.** Nel linguaggio degli scout, i lupetti del primo anno. □ Dim. **cucciolino**, **cucciolétto**, e (spec. nel sign. fig.) **cucciolòtto**; accr. **cucciolóne**.

¹ Si tratta, come è ovvio, di *Lilli e il vagabondo* (1955).

² <http://www.treccani.it/vocabolario/cucciolo/>.



La voce del vocabolario è molto ricca. Una prima evenienza da notare è che si tratta di una onomatopea, legata al modo di rivolgersi al cucciolo di turno. Un cucciolo emerge nel senso comune come soggetto patemico, a cui rivolgersi affettuosamente e riducendo il grado di complessità di ogni interazione (“cucci, cucci, cucci...”) per venire incontro alla sua (presunta) limitata capacità di elaborazione delle informazioni. Il cucciolo è insomma cucciolo anche perché c’è qualcuno, un padrone, che amorevolmente lo chiama e lo orienta nella vita.

A questo punto, Treccani individua una prima accezione del termine: il cucciolo è innanzitutto cucciolo di cane (*pet* per eccellenza). Ma, mentre lo fa, indica anche una direzione.

A partire da questa individuazione *iponima*, infatti, può avere luogo l’allargamento della definizione, per estensione, dapprima rivolto a “qualunque animale nato da poco tempo” fino a includere, in una seconda accezione (separando le due accezioni, il vocabolario ripristina la differenza di specie che il senso comune tende a denegare), anche gli umani. Nel qual caso, precisando che una tale assimilazione possa aver luogo soltanto come vezzeggiativo: la *cucciolosità* degli umani si prefigura, in fin dei conti, come una sorta di regressione dell’umano verso il riconoscimento di una comunanza con l’animale ma non viceversa.

Ma il percorso di un tale allargamento prosegue ancora, arrivando a comprendere i lupetti degli scout (dagli 8 ai 12 anni) e generiche “persone giovani”, che hanno, quindi, superato la soglia della fanciullezza ma si caratterizzano per mantenere qualche tratto del cucciolo, risultando “semplici e inesperti” agli occhi degli adulti che li osservano. Interessanti sono anche le alterazioni linguistiche (diminutivi e accrescitivi) che, segnando la fine di questo percorso di apertura, sdoganando la referenza del termine verso ogni fascia di età, a patto che vengano mantenute da parte del “cucciolone” destinatario di un tale affettuoso appellativo, le caratteristiche regressive vessillo di ogni *cucciolosità*. Cuccioli possiamo esserlo tutti ma a determinate condizioni.

Battistini, nel saggio contenuto in questa raccolta, ha osservato come la riflessione di Gomorasca (2001) sul giudizio estetico di /carino/ possa essere utilizzata per riconoscere alcuni tratti semantici dei cuccioli. I cuccioli, non importa afferenti a quale specie, devono, per essere considerati tali, apparire /carini/, ovvero /piccoli/, /rotondi/, /morbidi/, /indifesi/ etc... Questi tratti semantici sono costruttori di socialità nella misura in cui costituiscono un’impalcatura relazionale precisa, che prevede almeno due parti in commedia, quella di un adulto tutore, grande e protettivo al cui cospetto, il cucciolo, anche grazie all’erotismo della sua fisicità morbida e priva di asperità, si presenta inerme e senza infingimenti, chiedendo che si occupi di lui. Un tale appello, come a questo punto dovrebbe essere chiaro, è *interspecie*, riguarda umani e non umani. Guardare, allora, lo scenario sociale dal punto di vista dei cuccioli può essere allora foriero di inaspettate convergenze, se è vero, solo per fare un esempio, che le pubblicità dei mangimi animali somigliano a quelle rivolte al mondo della prima infanzia, nonostante esse possano essere ricondotte a settori merceologici e commerciali davvero distanti.

Ma è anche un modo per mettere in luce una tendenza in atto, nella vita quotidiana e nei media, di messa in discussione del rigido confine che, fino al giorno d’oggi, ha separato uomini e animali. Ciò in nome di un riconoscimento ulteriore, se si vuole più alto, fondato su una comune emotività, sulla costruzione di rapporti sentimentali che chiedono ai soggetti coinvolti di fare *coming out*, esigendo diritto (cfr. Bassano 2017) e riconoscimento in una rinnovata forma di collettivo, più *multinaturale* (Descola 2005). È anche grazie alla mediazione dei cuccioli che queste istanze, lo vedremo, prendono forma nella vita quotidiana.

Questo numero monografico, il cui contributo chiaramente si posiziona all’interno di una zoosemiotica 2.0 (cfr. Marrone 2017, Mangano e Marrone 2018), interessata a fare problema della relazione fra uomini e animali nell’orizzonte culturale, esplora un tale delicato limine, dirigendo il proprio sguardo sui cuccioli. A essi sono dedicati sette saggi, ognuno concentrato ad approfondire un ambito di emersione semiotica del problema.

Si comincia con Battistini che, nel suo contributo, pone correttamente la questione semiotica dei cuccioli, indagandola dall’originale punto di vista della vocalità. Egli procede verso questo obiettivo portando all’attenzione del lettore alcuni casi di filmati amatoriali tratti da Youtube in cui gli utenti mettono in scena, presentano al pubblico i loro *pet*. Come si diceva a proposito della definizione



proposta dal dizionario Treccani, uno dei modi di esistenza semiotica dei cuccioli è legato al particolare atteggiamento che si tiene rivolgendosi a loro. Questo atteggiamento chiama in causa i ruoli parentali e istituisce routine comunicative peculiari, in un'oscillazione, che può essere assunta come incertezza, indecidibilità, fra umano e animale.

Nella stessa direzione va il saggio di Marianna Boero, che affronta, invece, il problema del discorso pubblicitario. L'articolo passa in rassegna alcuni fra gli orizzonti tematici più interessanti di tale ambito, dalla moda, alla pubblicità sociale e commerciale, soffermandosi, infine, su uno studio di caso legato a un brand di *petfood*. Il video in questione dichiara (paradossalmente) di voler ribaltare le dinamiche enunciative tipiche degli spot pubblicitari, che, come è ovvio, pur mettendo in scena l'interazione con i *pets*, sono rivolti ai consumatori umani. Il brand procede verso questo obiettivo, annunciando di voler saltare la mediazione dell'uomo, ovvero rivolgendosi direttamente ai gatti come spettatori. Lo spettatore umano verrebbe, quindi, chiamato in causa solo in una seconda battuta. Egli, per il fatto di aver potuto assistere a una messa in scena depurata dalla compiacenza verso i consumatori umani, è chiamato ad affidarsi al brand, che si qualifica ai suoi occhi per il fatto di puntare all'autenticità della relazione con gli animali, possibile solo a patto di rispettarne l'alterità. Peccato, nota Rinaldi, che questa alterità venga costruita attraverso un'intelaiatura narrativa che finisce per "umanizzare" il gatto protagonista dello spot, mettendolo di fronte a prove da superare assolutamente comparabili a quelle di una qualsiasi narrazione.

Il saggio di Marina Rinaldi propone una rassegna della questione dell'animalità nell'ambito dell'arte contemporanea, proponendo delle riflessioni semiotiche intorno alle opere di artisti del calibro di Damien Hirst, Jeff Koons, Joseph Klibansky, Tania Bruguera, Adrian Paci, Regina José Galindo, Maurizio Cattelan, Cao Fei e Jan Fabre. L'autrice posiziona le opere di questi autori in tre assi tematici, quello del successo e della riconoscibilità dell'artista, quello dell'impegno politico e sociale e quello della provocazione.

Ci sono, quindi, i saggi di Bruno Surace e Simona Stano, ambedue dedicati alla questione dei cuccioli al cinema. Il saggio di Bruno Surace spicca per la sua originalità. Al cinema, secondo l'autore, i cuccioli diventano recipienti di assiologie. Essi emergono come contenitori neutri, mediamente carini e "cucciolosi", per trasformarsi, nel corso della narrazione, in terreno di scontro fra valorizzazioni opposte. Ci vuol poco perché il cucciolo d'uomo (*Rosemary's Baby*, 1968) o quello non umano (*Gremlins*, 1984) si trasformi in essere malefico, assumendo su di sé i tratti psicologici della patologia, per poi essere riportato all'ordine, da speculari forze positive che, prendendo il possesso della sua interiorità, riescono a riportarlo in sé e a restituirlo alla società. Simona Stano si sofferma sulla questione dell'alimentazione dei cuccioli del grande schermo, in particolare focalizzando la sua attenzione sui film di animazione (da *Lilli e il vagabondo*, 1955, fino a *I viaggi di Arlo*, 2015) più noti e amati dai bambini. Se è vero che innumerevoli sono i cuccioli che popolano l'immaginario cinematografico dell'infanzia, mancava, fino ad oggi, una ricognizione sulle loro abitudini alimentari. Da questa indagine, emerge – inaspettatamente? – il primato del simbolico: il cibo raramente viene considerato come pura riserva energetica necessaria al sostentamento. Esso, piuttosto, diventa, per i piccoli protagonisti dei film d'animazione, uno strumento di esplorazione del mondo, una mappa semiotica attraverso cui orientarsi nel proprio spazio d'azione, distinguendo fra bene (cibo veicolo di identità) e male (veleni, pozioni alteratori della coscienza).

C'è, infine, il problema dei nuovi venuti. La comunità dei cuccioli è in costante sommovimento, è una comunità aperta in senso quantomeno duplice. Da una parte, perché è migrante. I cuccioli, non a caso – lo mostrano Thibault e Marino nel loro saggio con grande accuratezza semiotica – vivono a cavallo fra i media, si espandono *viralmente*, diventano totem della rete. Studiare i gattini *memetici* del web e il loro simpatico linguaggio diventa così un modo per trarre delle conclusioni sui contorni dell'animalità chiamata in causa da questi tormentoni. Non può, infatti, esistere una *spreadability* dei *meme* dedicati agli animali che prescindano dalle loro modalità di esistenza culturale: gatti e cani rimangono tali anche nei *meme* e proliferano in rete anche per il fatto di essere riconoscibili in base a peculiari caratteristiche semiotiche; d'altra parte, proprio il fatto di proliferare, e il modo specifico in cui lo fanno, finisce per porre l'accento su alcune caratteristiche generali della loro animalità a discapito di altre.



D'altra parte, la comunità dei cuccioli è sempre aperta perché sempre pronta ad allargare i suoi limiti, facendo largo a nuovi membri. Lo mostra efficacemente Terracciano, a partire dall'analisi dei casi dei procioni e dalle volpi che da qualche tempo spopolano come nuovi *pet* in rete e nei media. Discutere il loro pedigree, la profondità semiotica di cui sono portatori in orizzonti culturali non sempre permeabili, come quello occidentale e giapponese, è un bel risultato dell'analisi.

In conclusione, vale la pena ritornare sul valore strategico di un lavoro sui cuccioli come quello che presentiamo, in relazione al ruolo della semiotica rispetto alle cosiddette politiche della natura.

Il riferimento va al noto lavoro di Bruno Latour (1999) in cui egli, a partire dalla negazione della differenza ontologica fra fatti e valori, prova ad articolare la forma generale di un nuovo collettivo. Lo studioso propone un quadro delle istituzioni politiche ridisegnato a partire da quattro funzioni: perplessità, consultazione, gerarchia e istituzione. Il loro esercizio, nella rappresentazione filosofica da lui offerta, sarebbe lo strumento migliore per la costituzione e il mantenimento di un mondo comune di fronte all'emergenza del nuovo. A sovrintendere all'applicazione di tali funzioni Latour designa due "camere", attivabili a partire dall'azione di cittadini che a esse dovessero decidere di fare appello. Alla "camera alta" spetterebbe la potestà di "presa in considerazione" (svolgendo le funzioni di perplessità e consultazione) a quella "bassa", il "potere di ordinamento" (legato ai compiti di gerarchia e istituzione). La "camera alta" verrebbe così chiamata a rispondere alle "esigenze di realtà esterna", indagando il mondo, con appropriati strumenti, di fronte alle istanze di nuova *oggettività* poste dagli appellanti. L'accettazione di tali istanze dovrà essere valutata da un'apposita giuria (funzione di consultazione), la più ampia e articolata possibile, costituita sempre dalla "camera alta". Ultimata la fase di "presa in considerazione", subentra la "camera bassa" che esercita, come si diceva, il "potere di ordinamento". Insomma, una volta riconosciuta dalla "camera alta" l'esistenza di una proposizione, spetterà alla camera bassa assegnarle un posto nella gerarchia sociale e d'altra parte, chiudere la discussione istituzionalizzando un mondo comune riconfigurato attraverso all'assimilazione del nuovo e l'eventuale espulsione di entità obsolete. Fatto ciò, non rimarrà che vigilare perché l'ordine costituito possa essere mantenuto e innovato soltanto grazie alla procedura appena individuata. È ovvio che un modello del genere prevede una costante attività delle camere di fronte al cambiamento sociale imposto dalla storia: da questo punto di vista si può dire che l'attività istituzionale delle camere è segno della vita (e della vitalità) del corpo sociale. Non ci può essere corpo sociale senza la continua negoziazione del suo mondo comune, attraverso la procedura individuata.

La semiotica con la sua posizione epistemologica e il suo apparato metodologico è in grado di sollevare perplessità sul mondo. Agisce, così, indicando alla pubblica attenzione "selvaggi"³ richiedenti cittadinanza nel collettivo. È il caso dei cuccioli che con la loro scomoda emergenza portano scompiglio, mettendo in discussione la consolidata dicotomia uomo/animale. È grazie al lavoro semiotico che la portata del loro presenza nel corpo sociale può prendere forma, essere circoscritta e correttamente definita, che la pratica di cittadinanza dei cuccioli può essere istruita e rilanciata. C'è poi il problema della consultazione. La disciplina può anche essere utile per rispondere all'esigenza di allargare la platea del giudizio sulla legittimità dei cuccioli, costituendo una giuria il più possibile ampia e diversificata. Può farlo a patto di porre a suo fondamento il problema dell'intertestualità e della traduzione: soltanto prendendosi la briga di ricostruire la *semiosfera* da cui ogni nuovo aspirante componente del collettivo non può che provenire⁴, si può svolgere correttamente questa funzione.

Si pone, quindi, la questione dell'ordinamento e della istituzionalizzazione, è qui che la semiotica può agire come strumento di articolazione di veri e propri "esperimenti di pensiero" (Kuhn 1964), volti a dare un posto nel mondo ai nuovi venuti. La maggior parte dei saggi contenuti nel volume, interessati a indagare le forme della *cucciolosità* nei più disparati ambiti mediatici, dall'arte, alla pubblicità, dal cinema, alla rete, lavora su questo versante. Ricostruendo tattiche e strategie, le storie all'interno delle

³ Il riferimento è qui duplice alla missione emancipativa che Lévi Strauss (1962) assegnava all'antropologia, portando avanti un lavoro di ricerca orientato all'instancabile comparazione dei fondamenti della cultura occidentale con quelli delle popolazioni sprezzantemente ritenute "selvagge" dalla cultura del suo tempo e al rilancio di Greimas che era solito affermare che "i testi sono i nostri selvaggi" (Cfr. Fabbri 2000).

⁴ Ricordiamo, con Derrida (1967), che "non c'è un fuori testo" e che, quindi, ogni novità è sempre una rimodulazione del già significativo.



quali i cuccioli sono imbrigliati, la semiotica può mettere in luce gli scenari contraddittori a cui essi dovessero finire per dar forma, facilitando così la costituzione di gerarchie ottimali e consapevoli. Infine, la funzione di istituzione e controllo. Si tratta del *core business* della disciplina, guardiana della chiusura testuale (Fabbri e Marrone 2000) e dei limiti dell'interpretazione (Eco 1990). Solo grazie a un lavoro definitorio come quello che presentiamo, ai testi che esso produce, sarà sempre possibile verificare la pertinenza semiotica di ogni attribuzione di *cucciolosità*.

Esiti così ampi e articolati fanno capo a un unico gesto emancipativo, interpretare testi. Già Marrone (2018) notava come il fatto locale di misurarsi nell'interpretazione di un testo empirico specifico possa permettere di mettere in moto ognuno dei campi di azione della semiotica, permettendo allo studioso di risalire la china del senso lungo crescenti livelli di generalità. Ogni qual volta si interpreta un testo, c'è sicuramente il problema di riconoscerne *empiricamente* il suo posizionamento nel sistema dei media, il suo valore retorico e tattico rispetto a un determinato contesto e agli obiettivi per cui è stato prodotto, ma, a ben vedere, il suo senso non si esaurisce qui, implicando una serie di scelte implicite che l'interpretazione è chiamata a rivelare. Ciò è vero a maggior ragione, per la questione della cosiddetta *zoosemiotica*. Prendersi carico dell'interpretazione di testi che mettano al centro la questione degli animali – è il caso dei cuccioli – pone problemi metodologici (è possibile riconoscere lo statuto di soggetto a un animale?), teorici (quale criterio utilizzare per distinguere uomini e animali?), epistemologici (qual è lo sguardo più adatto per rendere conto del problema dell'animalità?) (cfr. ancora Marrone 2018, p.32-33). Ecco, allora, chiarito il valore di “sobillatrice di appelli” che la semiotica può rivestire nei confronti del corpo politico e del mondo comune così come è articolato nella filosofia latouriana. Agendo localmente, indicando l'eccesso di senso dei testi che incessantemente circolano nell'agone mediatico, chiede udienza perché non si tralasci di mettere il sociale alla prova della perplessità incarnata dal prossimo cucciolo.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Bassano, G., 2017, "Attenti al cane. Dalla bestia da soma alla personalità giuridica" in G. Marrone 2017, pp. 327-339.
- Derrida, J., 1967, *De la grammatologie*, Paris, Minuit; trad. it. *Della grammatologia*, Milano, Jaca Book, 1969.
- Descola, P., 2005, *Par-delà nature et culture*, Paris, Gallimard
- Eco, U., [1990] 2016, *I limiti dell'interpretazione*, Milano, La nave di Teseo.
- Fabbri, P., Marrone, G., a cura, 2000, *Semiotica in nuce II*, Roma, Meltemi.
- Fabbri, P., 2000, "Introduzione" in A.J. Greimas, *Semantica strutturale*, Roma, Meltemi.
- Gomarasca, A., a cura, 2001, *La bambola e il robotto. Culture Pop nel Giappone contemporaneo*, Torino, Einaudi.
- Kuhn, Th. S., 1964, "A Function for Thought Experiments" in Cohen, I.B., Taton, R., *Mélanges Alexandre Koyré, Volume II: L'Aventure de la science*, Paris, Hermann, ora in *The Essential Tension: Selected Studies in Scientific Tradition and Change*, University of Chicago Press, Chicago, 1977; trad.it. *La tensione essenziale e altri saggi*, Milano, Einaudi, 2006.
- Lévi-Strauss, C., 1962, *La pensée sauvage*, Paris, PUF; trad.it. *Il pensiero selvaggio*, Roma, Il Saggiatore, 1966.
- Latour, B., 1999, *Politiques de la Nature*, Paris, La Découverte; trad. it. *Politiche della natura*, Milano, Raffaello Cortina, 2000.
- Lotman, J.M., 1985, *La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo delle strutture pensanti*, Venezia, Marsilio.
- Mangano, D., Marrone, G., eds., 2018, *Semiotics of Animals in Culture: Zoosemiotics 2.0*, Berlin, Springer.
- Marrone, G., a cura, 2017, *Zoosemiotica 2.0. Forme e politiche dell'animalità*, Palermo, Museo Pasqualino.
- Marrone, G., 2018, *Prima lezione di semiotica*, Roma-Bari, Laterza.



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Cariino! Vezzeggiativi ed espressioni vocali nel parlare ai cuccioli

Emiliano Battistini

1. Introduzione

Nell'aprile del 2016, l'Enciclopedia Treccani diffonde la propria ultima campagna pubblicitaria dal titolo *Le parole valgono #Carino* (www.treccani.it/carino/): nello spot, la giovane e naturalmente *carina* protagonista si ritrova a sanzionare come “carine” persone, cose e situazioni totalmente diverse, mostrando un'evidente carenza di sfumature linguistiche che invece una maggiore conoscenza del vocabolario italiano le consentirebbe di avere. La categoria semantica del carino si allarga a sproposito, impoverendo da una parte il linguaggio e la comprensione del mondo, dall'altra facendo della parola un termine ombrello troppo lasco. Seguendo il Vocabolario Treccani, vediamo come l'aggettivo “carino”, diminutivo di “caro”, abbia un'estensione non troppo ampia, definita da tre gruppi di tratti semantici: “carino agg. [dim. di *caro*], fam. – 1. Gradevole alla vista, grazioso: *una ragazza c.*; anche iron.: *quanto sei c. quando fai le bizzate!* 2. Piacevole, divertente: *una storiella c.*; *ne ho sentita una proprio carina.* 3. fig. Gentile, delicato, garbato: *una persona c.*; *un gesto carino*” (www.treccani.it/vocabolario/carino/). Tenendo a mente queste tre accezioni, ricordiamo inoltre come più in specifico, nella cultura dei paesi industrializzati sia occidentali che orientali, il termine “carino” è divenuto nel tempo una forma semantica precisa, che ritaglia uno specifico modo di essere che è allo stesso tempo un sentimento, uno stile, una fetta di mercato, una moda. Il paese in cui tutto ciò è più evidente è il Giappone, dove il termine “*kawaii*” ritaglia ormai una specifica sottocultura:

Il termine ha un significato particolare, non facilmente traducibile in italiano. Si potrebbe tradurre con il nostro “cariino!” (le tre “i” sono volute). *Kawaii* è tutto ciò che finisce in “ino”, che è infantile, asessuato, dolce, indifeso, che è oggetto di coccole: gli animaletti, i Puffi, le bambole, Mickey Mouse, i cuoricini. *Kawaii* è ciò che gli inglesi definiscono *cute* e i francesi *mignon*.

Secondo Shimamura (1991, pp.19-20) il *kawaii* si caratterizza essenzialmente per la presenza di quattro attributi: per il suo essere “piccolo, innocente, tenero e rotondeggiante”. Queste caratteristiche informano l'iconografia di Buruburu Doggu, di Pikachu, di Pingu, di Badtzmaru, di Button Nose, di Duckydoo, di Hello Kitty, di Totoro, di Tuxedo Sam, e di altre decine di personaggi fumettistici paffuti, morbidi, asessuati, muti, con appendici corporee ridotte al minimo, privi di orifizi, grandi teste ed enormi occhioni sognanti (Gomarasca 2001, p.61).

Nello spot *Le parole valgono #Carino* di Treccani, la protagonista sanziona come “carino” un bel ragazzo, un signore che le cede il posto sull'autobus, un film, un cagnolino che prende in braccio e un panorama, ma è solo nel caso del cagnolino che tutte le accezioni del termine vengono convocate allo stesso tempo, raccogliendo anche e soprattutto i tratti e la modalità comunicativa della cultura del “cariino!”. Il cagnolino è al contempo “infantile, asessuato, dolce, indifeso, che è oggetto di



coccole” oltre ad essere “piccolo, innocente, tenero e rotondeggiante” (*cf. supra*). Ma soprattutto, il termine “carino” nell’atto di parola della protagonista, usato per riferirsi al cagnolino, diviene appunto “cariino” con tre “i”, insieme all’alzarsi dell’intonazione che porta la voce su timbriche acute: vediamo – e ascoltiamo – come l’acuto del gesto-vocale sonoro si presti a essere investito, e contribuisca a esplicitare, le significazioni del campo semantico del “carino” (/piccolo/, /tenero/, /dolce/, /morbido/, ecc.), definendo una forma comunicativa tipica nel riferirsi e nel parlare ai cuccioli che tutti conosciamo, una forma che lega l’uso dei vezzeggiativi come “carino” a un particolare e specifico tipo di vocalizzazione.

Nel seguente contributo analizzeremo tale comportamento comunicativo attraverso una serie di video familiari che mostrano l’interazione tra adulti umani e cuccioli, cercando di metterne in luce i meccanismi semiotici che ne sono alla base. Insieme coerente di piccole narrazioni, tali video rientrano nelle quotidiane pratiche di *self branding* rese possibili dai social media come YouTube e sono interessanti per il loro mostrare una pratica – il saluto ai cuccioli di uomo e animale tramite l’utilizzo di vezzeggiativi e specifiche espressioni vocali – che trova nella dimensione sonora la principale pertinenza, dimostrando come, anche in questo caso, la classe semantica dei “cuccioli”, che si riferisce ai piccoli di ogni specie animale compresi gli umani, se opportunamente esplorata, porti a inaspettate convergenze degli universi semantici dell’umano e dell’animale.

2. Il piacere di mostrare e condividere il “carino”

L’analisi semiotica è stata condotta su un corpus di una ventina di video tratti da YouTube, video che mostrano l’interazione tra individui umani adulti e cuccioli di uomo (i video dal n. 9 al n. 19) o di altra specie animale (i video dal n. 1 al n. 8). Corona la serie un video-compilation di scene di interazioni tra cuccioli di uomo e di altri animali, soprattutto cani e gatti, che sancisce la supposta vicinanza all’interno della nostra cultura dei cuccioli in generale, al di là della specie di appartenenza (video n. 20)¹. La prima cosa che risulta evidente dall’accostamento di tutti questi video è il loro obbedire a una logica del mostrare e del condividere in relazione a un contesto domestico che si apre al proprio esterno: il cucciolo “carino” viene mostrato con piacere e compiacimento, oggetto di valore all’interno di una comunicazione partecipativa, al di là dell’identità dei destinatari che siano parenti, amici o estranei. Il cucciolo carino è una “gioia di famiglia”, nel doppio senso di oggetto prezioso e di passione euforica, che dal punto di vista modale non solo *può* essere visto ma *deve* essere visto. La messa in scena del “carino” è motivata principalmente da due aspetti, in parte intrecciati tra loro: il cucciolo carino si mostra perché bellissimo e carinissimo o perché è protagonista di un’azione fuori dal comune, incredibile, creando un evento raro che nel nostro caso, come vedremo, riguarda la capacità di linguaggio. In entrambi i casi si instaura un’isotopia patemica della meraviglia verso qualcosa di insolito, prezioso o bellissimo. Ad esempio ciò avviene con la figura vocale del “ta-daaa”, propria del contesto dello show, del mostrare, del numero da circo o di magia: “Buongiorno a tutti, sono qui per presentarvi qualcuno: andiamo a dargli da mangiare... Taa-daaan! Lui è Sirbi” (video n. 5); “Volevo farvi vedere...i cuccioli che fanno colazione. (...) Guardate ragazzi... ta-naaa!” (video n. 2). Sempre nel video n. 2 i cuccioli di maremmani sono così “cariini” che il loro essere, sanzionato come /dolce/, genera nel padrone-enunciatore un surplus patemico indicibile e dunque esprimibile solo indirettamente dopo una pausa di silenzio: “guardate che dolcezza... mmm...madonna mia!”. L’isotopia del mostrare e dello show, della meraviglia e dello stupore la ritroviamo nei video che riguardano i cuccioli d’uomo, in cui già dai titoli una serie di tratti della scrittura cerca di veicolare questo surplus patemico: l’uso dei punti esclamativi e interrogativi, la loro ripetizione in serie, l’uso delle lettere maiuscole e dei puntini di sospensione, oltre alle espressioni “...uno spettacolo!”, “incredibile!” (*cf. infra*, p.16). A essere convocati sono proprio i tratti attraverso cui il codice verbale scritto cerca di significare l’intonazione del linguaggio orale con tutto il suo portato patemico: tutto ciò

¹ Per facilitare la lettura, nel corso del testo farò riferimento ai video analizzati semplicemente attraverso una loro numerazione da 1 a 20. In fondo al contributo, nella sezione “Corpus di analisi: titoli e sitografia”, una legenda riporta tale numerazione.



è in linea con l'isotopia del carino nel momento della vocalizzazione (cfr. *infra*, p. 3). Entrambi, i tratti paralinguistici della lingua orale e i loro tratti traduttivi nella lingua scritta, sono tutti investiti dal tratto semantico dell'/intenso/.

Rispetto alle strategie di enunciazione del linguaggio audio-visivo la stragrande maggioranza dei video analizzati utilizza l'inquadratura soggettiva, riprese in movimento e imprecise con un generale effetto di /amatorialità/, un orientamento spaziale dall'alto verso il basso che contribuisce a rendere il cucciolo /piccolo/, cucciolo che spesso è interpellato direttamente e dunque guarda in camera instaurando una relazione di "io-tu" con lo spettatore: tutto ciò ci porta a essere negli occhi dei soggetti enunciatori, nella figura di "genitori" o "padroni" o più spesso dei "genitori-padroni", in quanto le precedenti figure tendono a sfumare tra loro (cfr. *infra*, p. 4). In questa enunciazione audio-visiva familiare, a filmare il proprio cucciolo, si può essere da soli o in due: la coppia genitoriale, con la presenza di un coniuge che aiuta l'altro a riprendere e mostrare la propria relazione con il cucciolo (per es., video n. 8) o la coppia genitore-figlio/a (per es. video n. 7). Un caso intermedio è dato da alcuni video (n. 13 e n. 16) in cui la soggettiva coglie il cucciolo (in questo caso di uomo) di tre-quarti, non proprio frontalmente, e leggermente più in alto, creando un effetto di possibile visione da fratellino o sorellina maggiore. Unica eccezione è il video n. 3 in cui la camera è fissa e come un occhio trasparente, oggettiva la relazione tra un gattone e la sua padroncina: da un'osservazione più accurata emerge però che la strategia oggettivante della padroncina è correlata all'utilizzo della telecamera fissa del computer, per il fine dell'autorappresentazione, ovvero di inserirsi, insieme al suo pet, nel filmato, senza doversi occupare delle riprese.

Queste particolari strategie enunciative audio-visive sono coerenti dal punto di vista semantico con l'aspettualizzazione discorsiva in oggetto: l'isotopia familiare è confermata dai luoghi, interni o esterni alla casa (interni: ingresso, salotto, camera, bagno, cucina, corridoio; esterni: terrazza, giardino), dai tempi (gli attori sono sempre ripresi in momenti liberi, ricreativi, non lavorativi; spesso ad esempio sono vestiti in tuta) e dalle figure attoriali, mamme e papà, figli e figlie, a cui in parte si sovrappongono i ruoli attoriali di padroni e cuccioli. L'isotopia familiare in relazione al mondo dei cuccioli si rafforza per un suo sdoppiamento in due direzioni: da una parte, i cuccioli di altre specie animali vengono considerati come cuccioli d'uomo, secondo un'isotopia filiale; dall'altra, i cuccioli d'uomo vengono avvicinati ai cuccioli di animale, secondo un'isotopia bestiale. Tutto ciò porta a un'interessante confusione tra l'universo semantico dell'umano e quello dell'animale (cfr. *infra*, p. 4).

3. L'isotopia del "cariino!"

Le figure dei cuccioli che compaiono nel corpus analizzato, per le loro caratteristiche figurative, soddisfano i tratti semantici specifici del "carino" tratteggiati e riassunti da Gomasca (2001, cfr. *supra*, p. 1), sono infatti: /piccoli/, /rotondi/, /morbidi/, /indifesi/, ecc. Soddisfano inoltre le tre accezioni della definizione data dal vocabolario Treccani di /grazioso/, /divertente/ e /delicato/. Da qui, l'instaurarsi di una vera e propria isotopia del /carino/ relativa ai cuccioli di questi video, che siano umani o di altro animale.

In ognuna delle interazioni riportate in questi video, vi è almeno un momento in cui l'essere carino del cucciolo genera una specifica modalità comunicativa in modo che il lessema "carino" o altri sinonimi di affetto vengono vocalizzati in una maniera particolare, che si distingue dal resto della lingua parlata in atto. In queste situazioni, il lessema "carino" viene vocalizzato in "cariino!", "amore" in "amoooooree", ecc. La dimensione sonora della messa in parola diviene utile all'investimento estesico e patemico, all'espressione di una passione ben precisa: la tenerezza verso i cuccioli, come se la tenerezza del cucciolo, il suo esser tenero-dolce-carino, chieda a chi voglia interpellarlo di divenire lui stesso e a suo volta tenero-dolce-carino. Ciò avviene attraverso una concertazione dei tratti paralinguistici della lingua, che divengono primari²: a fianco all'arrotondarsi delle consonanti e al

² Riportiamo un riassunto della definizione della voce "Fenomeni paralinguistici" dell'Enciclopedia Treccani: "I *fenomeni paralinguistici* sono tratti concomitanti o simultanei (da qui il suffisso *para-* "accanto") alla comunicazione verbale, che veicolano informazioni aggiuntive sostenendo, rafforzando o anche contraddicendo



prolungarsi delle vocali, l'intonazione aumenta di intensità, prende un profilo ondoso e si alza, portando la voce a timbriche acute. Spesso da un timbro di petto la voce passa un timbro di testa³. Un ruolo fondamentale è riservato alla vocale “i” che, rispetto alle altre vocali, porta con sé in maniera fonosimbolica il tratto semantico di /piccolo/⁴.

Se l'intensità della vocalizzazione del “cariino!” si può pensare come un continuum, è comunque nei suoi due estremi che cade la scelta dei parlanti: oltre alla figura dell'esclamazione, compare anche la figura del sussurro. Se nel sussurro il volume della voce tende verso lo zero, ciò non vuol dire che non possa essere ugualmente caratterizzato dal tratto semantico dell'/intenso/. Come per la figura dell'esclamazione, quella del sussurro serve a veicolare oralmente l'/affetto/ verso il cucciolo. Si lega però, dal punto di vista dell'aspettualizzazione temporale del contesto in cui appare, alla dimensione notturna (cfr. i video n. 3 e n. 6) creando un effetto di senso di /intimità/. Tale effetto è rafforzato quando compare la figura del bacio come gesto di scambio affettuoso: nel video n.3 un gattone bianco riceve baci e sussurri dalla propria padrona e la ripetizione dei gesti, l'aspettualizzazione spaziale della camera da letto, quella temporale delle ore notturne, l'attorializzazione della giovane ragazza, crea un effetto di forte intimità che porta il gatto ad assumere il ruolo attoriale di “amante” più che di “figlio”, contribuendo alla completezza della configurazione discorsiva della famiglia. L'isotopia dell'affetto lega le figure dell'esclamazione e del sussurro all'isotopia delle coccole: carezze e baci accompagnano la vocalizzazione del “cariino” (per le carezze: cfr. per es. i video n. 1 e n. 3; per i baci i video n. 3 e n. 8) in quanto il cucciolo è appunto “carino e coccoloso” (cfr. video n. 1).

4. Con-fusione umano-animale

Questo particolare tipo di vocalizzazione usato per rivolgersi ai cuccioli sembra seguire un principio mimetico: nell'alzare il volume e il timbro della voce, addolcendo e ammorbidendo le consonanti e allungando le vocali, facendo oscillare l'intonazione, l'adulto costruisce e incorpora in sé un simulacro del cucciolo, che si ritiene appunto /piccolo/ e /morbido/. Ciò diviene ancora più forte quando gli adulti vocalizzano non solo i lessemi di affetto ma anche le onomatopee che si pensano appartenenti al

le informazioni da essa trasmesse. Si tratta di aspetti come il volume della voce, la velocità di elocuzione, le esitazioni, le pause di silenzio, che, pur strettamente inerenti alla comunicazione verbale, non si lasciano analizzare [come quella] in elementi discreti (come fonemi e morfemi). Infatti appartengono a una fenomenologia che di per sé non appare completamente integrata con l'organizzazione in senso lato grammaticale della lingua, sfuggendo così all'analisi in segmenti fonici (foni e fonemi). In generale, i fenomeni paralinguistici sono elementi non lessicali (...), nei quali la componente verbale della comunicazione si intreccia con elementi non verbali: espressioni facciali, movimenti, postura del corpo, distanze fisiche rispetto all'ambiente, ecc. (...) I fenomeni paralinguistici hanno gran rilievo nella comunicazione umana: questa (...) è un'operazione complessa o 'multimodale', che andrebbe letta e interpretata, secondo un'efficace metafora (...), come una sorta di 'partitura'. Affianco alla modalità verbale (parole o frasi con cui il parlante formula i suoi atti linguistici: la modalità 'linguistica' per definizione) le modalità presenti su questa 'partitura' sono almeno quattro: (a) la modalità prosodico-intonativa (ritmo, velocità di elocuzione, tono, intensità, pause, ecc.); (b) la modalità gestuale (movimenti comunicativi delle mani, i gesti); (c) la modalità facciale (movimenti del capo, direzione dello sguardo e movimento degli occhi, espressioni del viso); (d) la modalità corporea (movimenti del busto). (www.treccani.it/enciclopedia/fenomeni-paralinguistici).

³ La caratterizzazione del timbro vocale in “voce di testa” e “voce di petto” dipende dalla parte del corpo che in quel momento funziona da cassa di risonanza per il suono vocale. Nella “voce di petto”, la voce con cui comunemente parliamo, la voce risuona appunto principalmente nel petto e nella parte inferiore alle corde vocali; al contrario nella “voce di testa” è la testa e tutte le sue cavità che producono le risonanze. Il fatto che la testa abbia un volume di superficie minore a quella del petto e del busto porta al fatto che il suono vocale con risonanze di testa sia più acuto che il suono vocale di petto.

⁴ Sarebbe interessante riprendere gli studi sul fonosimbolismo e sulla comunicazione orale per approfondire, da un punto di vista semiotico, come la voce richiama il corpo che la emette, portando informazioni sotto forma di percezioni sinestetiche su sue parti specifiche, come ad esempio la grandezza del tratto vocale e la posizione della lingua durante la fonazione. In questo senso le cosiddette formanti della voce funzionerebbero come fenomeno di congiuntura tra fenomeno sonoro e caratteristiche corporee.



proprio animale e una serie di eventuali versi. In tutti questi casi l'adulto attua un "divenir animale" (Deleuze, Guattari 1975, 1980; Vignola 2014).

Allo stesso tempo e all'inverso, i cuccioli di animale sembrano seguire un "divenir-umano", soprattutto quando attuano comportamenti imitativi, dando baci o carezze di propria iniziativa, a causa dell'interiorizzazione di un habitus o per un certo grado di intraprendenza (cfr. i video n. 3 e n. 8). Ciò è in linea con l'isotopia familiare che dona ai cuccioli di altro animale il ruolo tematico di parenti, figli o amanti. Il primo passo in questa direzione è l'utilizzo dei lessemi di parentela per parlare delle relazioni di sangue tra i cuccioli: nel video n. 2 il giovane padrone di una muta di cuccioli di pastore maremmano ci mostra i cuccioli, la loro "mamma" e la loro "nonna". Il passo successivo è dato dalla figura del figlio adottivo: è il caso di "Sirbi", il cinghiale sardo (*sirboneddu*) trovato, adottato, allevato e mostrato nel video n. 5. Segue la figura dell'amante del gatto del video n. 3 e quella del figlio vero e proprio, come nel caso della "fisher allevata a mano" del video n. 8 (cfr. *supra*). Se i cuccioli di animale divengono parenti, allora gli adulti genitori-padroni divengono responsabili della loro salute: l'isotopia della responsabilità nei loro confronti si mostra attraverso la continua ripetizione delle domande "hai fame"? (cfr. per es. il video n. 6) e "cosa c'è?" (cfr. per es. il video n. 7). Nel video n. 7, il ruolo attoriale della figlia dato a "Jackie" la gatta di casa, non è in relazione alla mamma adulta umana ma alla vera figlia, la figlia umana, che sta tenendo la telecamera e che è sanzionata come la mamma del gatto: la bambina è al contempo figlia di sua madre e mamma della gatta. In questo caso, la dimensione del gioco (cfr. *infra*, p. 12) dell'isotopia familiare è funzionale all'educazione delle future mamme, all'imparare a prendersi cura dei cuccioli: oggi del gatto, domani dei propri futuri ed eventuali bambini (proprio come notava Roland Barthes a proposito della figura della bambola che, da giocattolo borghese, "vuol preparare la bambina alla causalità domestica, "condizionarla" al suo futuro ruolo di madre", Barthes 1957, pp. 53-54).

Nello stesso video, questo gioco della parentela nasce da un fatto incredibile: la gatta entra in casa e davanti alla mamma adulta e alla bambina che riprende la scena, dopo una serie di versi, dice "mamma" (cfr. video n. 7 dal titolo "gatto che parla e dice mamma"). Un gatto parlante? Come è possibile? L'animale, entrato in casa, comincia a emettere una serie di versi puntuali e iterati, tutti più o meno con un profilo sonoro simile, tra il miagolare e il fare le fusa, che potremmo trascrivere con un "wrao". Allo stesso tempo la mamma adulta inizia a fare al gatto una serie di domande cambiando la propria voce e vocalizzando nella modalità propria del "cariino". Riportiamo di seguito la prima parte della conversazione:

- 01 - mamma: "sciaoooo! sciaoooo! dovesceistataaaa???"
- 02 - la gatta Jackie: "maoooooooo!"
- 03 - mamma: "sciaooo... sciaooo" (carezze) "dovesceistataaaa...eeeh?"
- 04 - Jackie: "wraao"
- 05 - m: "cosaccié?"
- 06 - J: "wrao!"
- 07 - m: "haifameee???"
- 08 - J: (silenzio, la gatta si guarda intorno)
- 09 - m: "eh?"
- 10 - J: "wrao, wrao"
- 11 - m: "eh?"
- 12 - J: "wraaaaaaaaaao"
- 13 - m: "cosa ccié?"
- 14 - J: "mwra mwra!"
- 15 - m: "mammmmm?!? ...hai detto mamma?!?"
- 16 - J: "wra!"

Nel video possiamo ascoltare come i versi del gatto oscillino tutti intorno a una stessa struttura sonora, ora più dilatata ora più puntuale, fino ad arrivare a essere simili a una figura sonora molto speciale per gli essere umani: il "mwra-mwra" del gatto viene preso per la parola "mam-ma", in ragione di una serie di tratti significanti, principalmente la ripetizione del verso in due "sillabe", con ritmo secco e puntuale, e la presenza al suo interno della consonante "m" e delle frequenze della vocale "a". Una



serie di tratti sul piano dell'espressione sono "forzati" ad assumere una figura sonora riconoscibile che viene così a correlarsi al significato /mamma/ sul piano del contenuto. Siamo di fronte a un caso di apofenia e, in specifico, di pareidolia – in questo caso sonora – quel fenomeno che a livello di visione ci fa vedere figure del mondo riconoscibili, ad esempio, nel disegno delle nuvole o nei tronchi d'albero. Tale caso di "riarticolazione sonora", in cui formanti plastici sonori vengono forzati verso un contenuto figurativo, non è nuovo: è una delle modalità che gli umani hanno da sempre attuato per interpretare i versi degli altri animali (Bettini 2008), traducendo appunto versi inarticolati in linguaggio articolato in cui riconoscere parole e frasi. Se, in questo caso, la sanzione del cucciolo come "parlante" da parte dell'adulto umano è, per un certo grado, motivata o comunque supportata da alcuni tratti significanti che si rendono disponibili a formare un piano dell'espressione, negli altri casi tale sanzione è, da questo punto di vista immotivata, e si avvicina a una sovrainterpretazione. Nel video n. 6 ("La mia micia parla e mi dà la buonanotte") rimane una leggera rima sul piano dell'espressione tra la vocalizzazione del "mao!" della gatta bianca e il "ciao!" della padrona, che sollecita e incalza l'animale con una serie di domande per dare e ottenere il saluto della buonanotte ("Cos'hai?", "Cosa c'è?", "Hai fame?", "Parliamo"). Se da una parte il "mao!" è interpretato come un "ciao!", dall'altra è la padrona stessa ad aggiustare (Landowski 2004, 2010) la propria vocalizzazione a quella del gatto, come se l'imitazione di modalità vocali "gattesche" servisse per entrare in comunicazione con l'animale e farsi capire meglio. Dunque se i gatti "parlano", i padroni "verseggiano": da qui, un primo grado di confusione semantica tra umanità e animalità, che va di pari passo a quella tra la modalità comunicativa del linguistico e del paralinguistico, del verbale e del musicale. Nel video n. 4 invece ("gatto che risponde") la padrona arriva addirittura a tentare di insegnare lei stessa a dire "miao" al proprio gatto:

- 01 - padrona: "cosa vuoi?"
- 02 - gatto: "wraao"
- 03 - p: "come?"
- 04 - g: (non risponde, ascolta la donna delle pulizie che entra in cucina)
- 05 - p: "cosa vuoi?"
- 06 - g: (si gira a guardare la donna delle pulizie)
- 07 - p: "Maé... cosa vuoi?"
- 08 - g: "mrrao" (e avvicina il muso alla telecamera)
- 09 - p: "come?"
- 10 - g: "wrao" (e avvicina una zampa alla telecamera per toccarla)
- 11 - p: "*non ho capito amore... cosa vuoi?*"
- 12 - g: "aarr"
- 13 - p: "aah... miagola bene" (il gatto intanto fa un giro su se stesso) "Non sei capace (ridendo) di miagolare bene? Eh? Miagola bene. Di 'MIAO'"
- 14 - g: "aar"
- 15 - p: "non così!"
- 16 - g: (si avvicina alla telecamera e la copre con una zampa)
- 17 - p: "non così... dillo meglio!" (ride)
- 18 - g: (se ne va)

In questo caso è l'onomatopea italiana del verso del gatto ("miao") che viene presa come modello per la vocalizzazione dell'animale, al quale viene richiesto di impegnarsi in tal senso. La padrona sanziona il proprio gatto rispetto alla sua supposta competenza linguistica: il gatto *può* parlare come i gatti e dire "miao" ma *non sa* farlo e *deve* dunque imparare. La manipolazione della padrona verso il gatto apre però un conflitto modale: il *dover essere* "parlante" del gatto si scontra in realtà con il suo *non poter essere* "parlante". Da qui la figura del "riso" che compare nel punto 13 e 17 dello scambio, che ci mostra questa padrona consapevole di tale *empasse* (a differenza di quella del video n. 6), aprendo la dimensione del gioco (cfr. *infra*, i paragrafi 5 e 6). La figura del riso ci riporta a uno dei tratti semantici del "carino", quello del divertimento: i cuccioli sono carini anche perché ci intrattengono, ci fanno divertire. Rispetto al precedente scambio è al punto 11 (in corsivo) che si compie la modalità comunicativa del "cariino": per esprimere l'affetto verso il proprio gatto, interpellandolo direttamente come "amore", la padrona vocalizza la frase portando la voce su timbriche acute, arrotondando le



consonanti, prolungando le vocali, facendo oscillare l'intonazione (cfr. *supra*, paragrafo 3). Riassumendo tali esempi, possiamo dire che in generale il parlare ai cuccioli di animale sottintende una sanzione di essi come “parlanti” da parte degli adulti umani loro padroni.

La stessa cosa accade rispetto ai cuccioli di uomo: anche i bebè “parlano”, evento che se non rientra nella vita quotidiana (cfr. il titolo “chiacchere” del video n. 15) talvolta ha dell’“incredibile” (cfr. i titoli dei video n. 10, n. 11, n. 12 e n. 13), ma che in ogni caso è *necessario* mostrare agli altri (cfr. *supra*, paragrafo 2). Così come ai gatti si insegna loro a dire “miao”, ai bebè si insegna a dire “hello” (cfr. video n. 10), “papà” (cfr. video n. 12), “mamma” (cfr. video n. 13) o “auguri” (cfr. video n. 11). Nel video n.12 una mamma chiede alla propria neonata “cosa c’è?” e cerca di farle dire “papà”. La scena si apre con la mamma che dice “cià mama... checcì! ...eeh ...famì.. (bacio) (schiocco di lingua su palato) ...amoooree... che c’è?” e si chiude con la stessa che dice “paaa-pà... paaa-pà... chi c’è mamma... chi c’è... che vuoi dire tu?”. Il tipo di vocalizzazione è quella tipica del “cariino” e, come nel video n. 4 del gatto che impara a dire “miao”, diviene preminente al momento della parola “amoooree”. Tra i due video si instaura un parallelismo, oltre che per la vocalizzazione di “amoooree” anche per la figura del “riso”. Un altro parallelismo si riscontra tra il video n. 7 della gatta che sembra dire “mamma” e il video n. 13, dove una mamma cerca di insegnare alla propria piccola sempre la parola “mamma”:

- 01 - mamma: “maaaaamma... dica maaamma... eeh”
- 02 - bebè: “eemmammaooo”
- 03 - m: “ma-e-lo-dico!”
- 04 - b: “eee... eee...”
- 05 - m: “maaa-mma”
- 06 - b: “eee...eee...uu..emmmae!”
- 07 - m: “hiiceloditodisielomami!... m-stai-dicendo-maaa-mma?!?... hii sì m state dicendo maamma?!?”
- 08 - b: “eeeh...”

Come nello scambio della gatta che sembra dire “mamma”, anche se in maniera più debole anche qui un verso viene interpretato come la parola “mamma” a partire da alcuni tratti del significante che ricordano la configurazione fonologica della parola. Come la padrona della gatta tende ad allungare le vocali e accentuare i tratti paralinguistici per approssimarsi ai versi dell’animale, così la mamma di questa neonata assume sul suo parlato i tratti paralinguistici della piccola: la mamma per parlare con la neonata deve “divenir-neonata”. Dato che il “divenir-neonato” dell’adulto che parla al bebè e il “divenir-animale” dell’adulto che parla al proprio animale di casa condividono la stessa modalità comunicativa del “cariino”, possiamo dire allora che nel parlare ai cuccioli, che siano di umano o di altro animale, l’adulto “diviene-cucciolo”. Ciò accade tramite la creazione di un simulacro del cucciolo attraverso la voce: oltre alla modalità di vocalizzazione tipica del “cariino” (timbriche acute date dall’utilizzo della “voce di testa” e della vocale “i”, oscillazione dell’intonazione, allungamento delle vocali, arrotondamento delle consonanti, ecc.), gli adulti vocalizzano figure onomatopeliche, gesti vocali e veri e propri versi (cfr. p.e. i video n. 12, n. 15, n. 16).

Sottolineiamo il fatto che l’utilizzo dei versi è rivolto anche verso i cuccioli umani. Questo perché se da una parte, come abbiamo visto, i cuccioli di altro animale sono considerati come bambini, così dall’altra i cuccioli umani sono trattati come cuccioli di altro animale oltre a dividerne, o forse proprio perché ne condividono, alcune caratteristiche. Per prima cosa, i cuccioli umani rientrano anch’essi nella categoria semantica del carino, condividendo con quelli di altre specie animali i tratti semantici della forma /piccolo/ e /rotondeggiante/, della consistenza /morbido/, /paffuto/ e /tenero/, tratto che è condiviso anche dal campo semantico del comportamento e del modo di essere come anche il tratto /dolce/, altro termine sinestesico, e /delicato/, a cui si legano attraverso un’ulteriore traslazione semantica i tratti /indifeso/ e /innocente/. Completano il pacchetto i tratti /grazioso/, appartenente al visivo e /divertente/ relativo al comportamento. Riprendendo poi le definizioni del “carino” riportate da Gomarasca (cfr. *supra*, p. 1) se il cucciolo di animale è da parte sua “infantile, asessuato, che è oggetto di coccole” come i bebè, dall’altra i bebè rispondono appieno alla

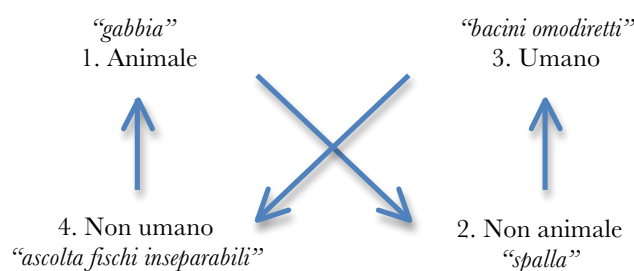


descrizione degli animaletti carini della cultura *kawaii* in quanto “asessuati, muti, con appendici corporee ridotte al minimo, privi di orifizi, grandi teste ed enormi occhioni sognanti” (Gomasasca 2001, p. 61). Intendendo “muti” per “non aventi un linguaggio articolato”, notiamo come almeno una buona metà di questi tratti derivano da sinestesie uditive, visive, tattili e gustative scatenate a livello percettivo dai cuccioli. Andando, però, oltre alla sola descrizione fenomenologica dell’aspetto dei cuccioli, nel corpus si riscontrano una serie di rime e rimandi tra i video dei cuccioli umani e quelli di altro animale. La figura dei quattro gemelli tutti uguali del video n.9, intrattenuti nella sala da pranzo dal papà con una serie di versi, rimanda a quella dei cuccioli di maremmano tutti uguali intenti a mangiare nel video n. 2: il rimando avviene, ad esempio, tramite l’essere /totalità partitiva/ per entrambe le figure attoriali, tramite il richiamo al tema della /muta/ di cani inteso sempre come gruppo omogeneo e per lo stesso contesto culinario e del mangiare. Il video n. 11 e il video n. 1 si rimandano, invece, per la stessa figura del “tenere in braccio” rivolta rispettivamente verso una neonata umana e verso un gattino, sempre neonato. Per di più nel video n. 11, il papà che tiene la bimba sulle sue gambe cerca di farle dire “auguri” e risponde alle vocalizzazioni della piccola, imitandola con versi simili fino a sanzionare come “miaoooooooooooo” un “aooooooooo” della bimba e richiamando così, tramite la voce, proprio la figura del gattino. Se nel video n. 11 i versi di una neonata sono interpretati come quelli di un gattino, nel video n. 14 la mamma del piccolo “Gabriel” lo saluta con “ciao musino” mentre lo riprende per far vedere attraverso il video i suoi primi due dentini: proprio a causa di essi la mamma sanziona il figlio dicendogli “sembri un castorino!”. Dato che la mamma si avvicina molto al bimbo per cercare di riprendere i suoi dentini, Gabriel cerca di prendere la telecamera con le mani in modo molto simile al gatto del video n. 4 che cerca di toccare la telecamera della sua padrona. L’isotopia animale relativa ai cuccioli d’uomo è inoltre ribadita dalla condivisione della postura (soprattutto attraverso le figura del “gattonare” e dell’“a quattro zampe”) e dal ricevere ordini. Infatti, come per i cuccioli di altra specie, i cuccioli d’uomo, oltre ad essere interpellati per il loro essere carini, sono interpellati attraverso la modalità deontica del *dover fare*, attraverso la figura dell’“ordine”: nel video n. 17 ad esempio una coppia di genitori porta la figlia a giocare a bubù-settete attraverso una serie di formule esortative che arrivano alla fine a essere veri e propri ordini per farglielo fare due volte di seguito (“dai, vai che facciamo bubu-settete, vai, nasconditi!”, “facciamo ancora, dai, vai, vai, vatti a nascondere, dai, vai, vai, vatti a nascondere, vai, vai, vai, ancora dai, vai!”). Il considerare i cuccioli umani come cuccioli di altri animali è confermato, infine, implicitamente anche dall’utilizzo di immagini di cuccioli animali negli oggetti per bambini: nel video n.10, il simpatico piccolo di dinosauro, disegnato sul lenzuolo in giallo, con muso arancione, guance rosa e tondi occhi neri si pone, in questo senso, come alter ego del, o più semplicemente si accosta al, neonato che gli è davanti per una serie di rime plastiche, come ad esempio le linee delle narici.

Per mettere ancora più a fuoco l’oscillazione semantica tra la categoria dell’umano e quella dell’animale, conviene vedere più da vicino un esempio di interazione tra adulti umani e cuccioli non umani tra quelli che il corpus di analisi ci offre: è il caso del video n. 8 dal titolo “piccola fisher allevata a mano”. In questo video, il padrone di una serie di pappagallini si fa riprendere dalla moglie mentre preleva dalla gabbietta che tiene nel bagno di casa un esemplare femmina che ha allevato lui stesso. Lo scopo, l’oggetto di valore a cui mirano i due soggetti è, all’interno di una comunicazione partecipativa, quello di mostrare agli altri il rapporto tra il padrone e l’inseparabile e come quest’ultima sia stata ben allevata. La moglie ha il ruolo di aiutante in quanto sorregge la telecamera e riprende l’interazione: noi spettatori vediamo e ascoltiamo la scena dal suo punto di vista e di ascolto, attraverso un’inquadratura che si sposta in base ai movimenti dei protagonisti della scena. È sera e l’interazione avviene in un momento di tempo libero per gli adulti umani (cfr. *supra*, paragrafo 2) che sono vestiti con abiti comodi, da riposo. Il bagno ha la finestra chiusa e si pone come una seconda gabbia, fatta di mura, contenente la vera e propria gabbietta degli inseparabili, creando un ambiente chiuso e protetto che rende possibile il far uscire gli uccellini dalla gabbia senza il rischio che essi volino via. Possiamo segmentare l’interazione ripresa nel video in sette parti. Nella prima il padrone saluta la piccola fisher, apre la gabbia e la prende tra le mani: “tch-tch-tch-tch-tch-tch (lingua su palato duro)... ciaaaooooooooo (timbro nasale)... ciaaaooooooooo... ma sei già arrivato? Vieni, vieni dal papà, vieni, vieni

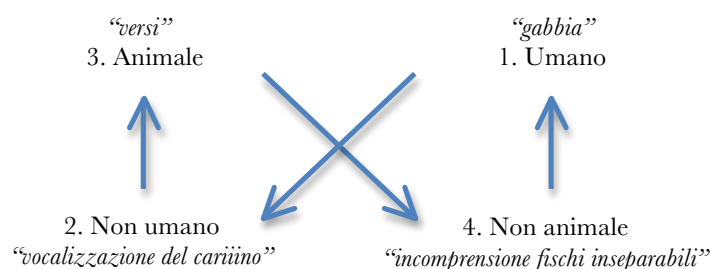


qua”, l’intonazione oscilla, le vocali si allungano, le consonanti si arrotondano e, insieme al timbro nasale, tutto va nella direzione di comunicare /dolcezza/, /innocenza/ e /rassicurazione/. Nella seconda il padrone si siede velocemente in un angolo del bagno e lascia l’inseparabile libera sul proprio petto, la quale sale sulla sua spalla: “bello... bello... (sussurrato) vieni qua a giocare, vieni qua a giocare, vieni... viiiieeniii (bacini, in direzione dell’uccellina che è girata verso la finestra)”. La terza parte è contraddistinta dai bacini: “Gioia... gioia... (fischia alcune note e schiocca la lingua su palato, rifà bacini e l’uccello si gira verso di lui). Certo, sei bravissima te; vero che sei brava? Vero? (bacini e la fisher porta il becco nel mezzo delle labbra del padrone). Braaaaaava ‘l bacino al papà (altri bacini corrisposti) Sì... basta (ultimo bacino e l’uccello si allontana) bacino, sì, brava, brava”. La quarta parte è contraddistinta dal gioco: “Guarda cosa ti do, guarda cosa ti do (mentre un inseparabile dalla gabbietta fischia, il padrone prende un laccetto della felpa che indossa e porge l’estremo all’inseparabile). Tò, gioca con questo, brava, brava (la fisher morde due volte con il becco il laccetto), braaaava, braaaava (il padrone allontana il laccetto; un attimo dopo l’inseparabile risale il collo sulla felpa e morde il padrone sull’orecchio). Ceeerto, ceerto... un bacio sull’orecchio (sentiamo ridere la moglie, mentre il marito sorride), brava, brava (la fisher si avvicina all’occhio del padrone, avvicina il becco e si allontana), baaacino, bacino”. Nella quinta parte, entrano in scena i fratellini fisher: “(l’uccellina si volta verso la gabbia e rimane un attimo così) Hai visto i tuoi fratellini che vogliono uscire anche loro? (la fisher dà due bacini al padrone) Basta bacino... basta bacino (un fratellino fischia due volte attirando l’attenzione del padrone e della fisher) Cosa vuole quello lì, cosa vuole quello lì? Ti distrae? Ti distrae quel gelosone lì?”. Nella sesta parte l’inseparabile fa un bisognino sul padrone: “(il padrone vede una macchia bianca sulla felpa) Fatto la cacca addosso? Mmmaaa... (il fratellino fisher fischia dalla gabbia) No no no no no, gelosone lui, lui è un gelosone che ti vede fuori (il padrone si pulisce la felpa con la carta igienica)... ti vede fuori e vuole venire anche lui... hai visto? (il padrone si alza per avvicinare con la spalla l’inseparabile alla gabbia e poi si risiede) Hai visto? Hai visto... eh? (bacino) Brava, brava, bacio a papà... bacio a papà... brava (l’uccello si prepara verso la punta della spalla in direzione della gabbia)”. In conclusione, l’inseparabile vola verso la gabbia, la telecamera la segue e si spegne. In questa scena, ritroviamo l’isotopia del “cariino!” (cfr. *supra*, paragrafo 3), soprattutto nel momento iniziale dei saluti, quella del gioco (cfr. *infra*, paragrafo 6) e quella familiare (cfr. *supra*) che nel corpus è contenuta in una più generale configurazione discorsiva della relazione tra genitori e figli. In questo video, è convocata la figura del “papà” che porta con sé, sul piano della responsabilità, la figura del giudizio (“brava”), e su quello dell’affetto, la figura del “dare i bacini a papà”: l’inseparabile è trattata come una bambina che è /piccola/, /tenera/, /dolce/, /affettuosa/, ecc. Ma se l’inseparabile “diviene-bambina”, il suo padrone “diviene-inseparabile”: infatti se il padrone “fa parlare” in lingua umana l’uccellina, lui stesso inizia a “parlare” la lingua degli inseparabili vocalizzando una serie di versi, tra cui i fischi e gli schiocchi della lingua sul palato. Possiamo rappresentare questa oscillazione tra la categoria semantica dell’umano e dell’animale attraverso un quadrato semiotico che ha il pregio di fissare visivamente i passaggi logici all’interno della categoria semantica dell’animale e dell’umano riscontrati a livello narrativo. Il seguente quadrato semiotico riassume l’oscillazione durante il corso della scena della posizione dell’inseparabile all’interno della categoria semantica dell’animale:





All'inizio della scena, la figura della gabbia afferma la separazione tra umano e animale: l'uccellino è in gabbia perché altrimenti volerebbe via preso dai propri istinti animali. Sul piano del contenuto, siamo sul polo dell'/animale/ (posizione 1). Quando l'inseparabile sala sulla spalla del padrone, in quanto addomesticato, non è più veramente animale. A livello semantico il semema /animale/ viene negato (posizione 2). Nel momento in cui la piccola fisher prende l'iniziativa e di sua spontanea volontà attua comportamenti umani, come "dare i bacini", si realizza sul piano del contenuto il semema /umano/ (posizione 3). Successivamente, quando l'attenzione dell'inseparabile viene presa dai versi dei simili della propria specie ed entra in comunicazione con loro il semema /umano/ viene negato (posizione 4). Infine, seguendo le sollecitazioni dei propri simili l'uccellina torna in gabbia, rimarcando la propria /animalità/ e tornando al punto di partenza narrativo e semantico (posizione 1). Attraverso lo stesso quadrato semiotico, si può rappresentare anche il percorso figurativo della posizione del padrone, percorso che, rispetto al precedente, segue un'oscillazione perfettamente contraria e specularmente all'interno della categoria semantica dell'umano:



Il punto di partenza della scena, la gabbia, dal punto di vista del padrone marca l'/umanità/ e il suo essere in ruolo di destinante rispetto ai propri inseparabili (posizione 1). Nel momento d'inizio dell'interazione, però, il padrone deve cambiare le proprie modalità comunicative per entrare in contatto con la piccola inseparabile, attuando una modalità orale differente da quella quotidiana che seppur mantiene parole e sillabe è basata sulla preminenza di tratti paralinguistici. Dal punto di vista semantico si nega il linguaggio verbale articolato che contraddistingue l'/umanità/ (posizione 2). Per mantenere però l'attenzione dell'inseparabile, il padrone deve "parlare la lingua" dei fisher, emettendo versetti e fischi. Si realizza il "divenir-animale" (posizione 3). Successivamente, quando l'uccellina coglie i versi dei propri simili, l'adulto umano non ne comprende il senso, sottovalutandone l'importanza. Il nostro protagonista si differenzia dal piccolo animaletto: ciò nega il contenuto semantico di /animale/ (posizione 4). La fine della scena riporta i protagonisti ai propri ruoli iniziali, il padrone torna a essere dal punto di vista semantico definitivamente /umano/. Seppur a livello fenomenologico la situazione è più sfumata e fluida, l'utilizzo di questo modello ha il pregio di rendere visibile la messa in discussione dei ruoli del padrone umano e del suo animale di casa al momento dell'interazione. Le interazioni giocose determinate dai cuccioli e dal loro essere "carini" si pongono come momento privilegiato di oscillazione semantica tra i poli dell'/umano/ e dell'/animale/, spesso vissuti dal senso comune come rigidi contrari.



5. Sanzione di “stupidità” ed effetti ironici

Lo spettatore del video precedente non può non cogliere un aspetto ironico che nasce da un imprevisto che il padrone non aveva calcolato: la piccola fisher, seppur tenera e carina, a un certo punto fa un bisognino sulla felpa del padrone. È il segno che l’inseparabile è ben addestrata... d'altronde è in bagno! Anche se dolci e affettuosi, innocenti, puri e candidi come il gruppetto di maremmiani del video n. 2, i cuccioli non possono non comportarsi come tutti gli animali e anch’essi alla fine sporcano e fanno i loro bisogni. L’isotopia della cacca (cfr. i video n. 2 e n. 8) nel contesto semantico del “cariino!” genera un effetto ironico, per il collegamento improvviso che si instaura tra due campi dell’esperienza e due campi semantici che si vorrebbe fossero molto distanti, ma che talvolta sono improvvisamente molto vicini. Chi non coglie tale effetto ironico è spesso colui che è immerso nell’interazione e persegue seriamente il proprio obiettivo: il comportamento del padrone della “piccola fisher allevata a mano” appare ridicolo e stupido allo sguardo esterno e non complice. Infatti, la specifica modalità comunicativa del “cariino!”, contraddistinta da una vocalità con timbriche acute e giochi di intonazione, è spesso sanzionata come segno di “stupidità” da soggetti terzi che assistono allo scambio di tenerezze tra adulti e cuccioli. Tale sanzione sembra funzionare come un meccanismo sociale di controllo quando questo comportamento viene particolarmente estremizzato, come ad esempio nei video n. 11, n. 13 e n. 14 del nostro corpus. Anche questo fenomeno riguarda ugualmente le interazioni affettuose verso i cuccioli di animale e quelle verso i cuccioli umani e si configura come un luogo comune, depositato attraverso una serie di testualità, all’interno della nostra cultura. Ritroviamo ad esempio la sanzione di stupidità del “cariino!” rivolto ai piccoli di animale in un articolo della nota testata umoristica online *Lercio.it*, dal titolo “Medicina, trovata cura per chi parla agli animali facendo vocine buffe” (www.lercio.it). Nell’articolo si legge:

(...) ora è ufficiale: un team di ricercatori (medici e veterinari) è riuscito a sviluppare una cura per le persone che parlano con gli animali emettendo vocine strambe.
(...) Il farmaco rivoluzionario, già acquistabile nelle farmacie più fornite, consiste in una museruola da applicare sul padrone in questione. (www.lercio.it)

In questo breve articolo umoristico leggiamo come la modalità vocale tipica del “cariino!” sia sanzionata come “vocine buffe”, “strambe”. Il diminutivo “vocina” richiama il tono acuto che la voce prende nella vocalizzazione, mentre “buffa” e “stramba” ne richiamano il mettersi al di fuori della norma linguistica per l’uso di versetti, gesti vocali, onomatopee. Per questo uso anormale della voce, chi la emette, ovvero i padroni degli animali, è facilmente etichettato come malato psichiatrico e, per inferenza, deficiente e, quindi, stupido. L’effetto ironico dell’articolo è dato dalla soluzione per questa malattia, che inverte il senso comune: anziché mettere la museruola al cane, la si mette al padrone, per impedirgli di parlare del tutto. La stessa isotopia della malattia e della stupidità in relazione alla vocalizzazione del “cariino!” la si ritrova tra i commenti al video n.11 dal titolo “Incredibile! Bimba 2 mesi che parla...”, ripreso e completato dalla presentazione: “Incredibile! Bimba 2 mesi che parla...e fa gli auguri per la Festa del Papà”. Come si evince dal video, a dispetto degli sforzi del padre e di tutta la sua esuberanza, la bimba di due mesi in realtà non parla ma emette solo dei versi. L’evidente disconferma del titolo genera un articolato ventaglio di reazioni a catena da parte dei fruitori del video, nello spazio che Youtube riserva ai commenti, che si possono riassumere con le seguenti:

- Non ha parlato ahahah
- Questo si immagina le parole ! non dice nulla sveglia!
- Il papa non sta bene ovviamente (...)
- chi è più intelligente dei due?...credo che sia la bimba, è ovvio.
- ma 6 scemo!!!!!! povera bimba!!!! mica sa parlare fa suoni e basta!!!!
- Ti sei fumato una canna

Tali interventi ribadiscono che, a differenza da quanto comunicato dal titolo, la bimba non parla (“non ha parlato”, “non dice nulla”, “mica sa parlare”) ma emette solo dei suoni inarticolati che non



sono, ancora, parole (“fa suoni e basta”). Vi ritroviamo l’isotopia della stupidità (“scemo”, “che è più intelligente dei due?”), qui declinata tramite la malattia mentale (“si immagina le parole”, “non sta bene”) o l’assunzione di sostanze stupefacenti (“ti sei fumato una canna”). La reazione dei commentatori è appassionata in due direzioni: compare implicitamente la figura patemica del disprezzo verso il papà, che genera l’azione di sbeffeggiarlo (“ahahah”, “sveglia!”, “chi è più intelligente dei due?...credo sia la bimba, è ovvio”), e quella della compassione verso la “povera bimba” che si ritrova ad assorbire l’azione del padre.

Ma se la bimba potesse parlare veramente cosa direbbe? Sanzionerebbe anche lei il padre come “scemo”? È la soluzione ironica adottata dai sceneggiatori del famoso film *Senti chi parla* (*Look Who's Talking*) del 1989, diretto da Amy Heckerling e interpretato da John Travolta e Kirstie Alley. Protagonista del film è un bel bebè, di cui possiamo sentire i pensieri attraverso la voce di Bruce Willis per l’originale inglese e quella di Paolo Villaggio per la versione italiana. Il video n. 19 del nostro corpus si apre con l’affermazione di dubbio “Chissà se i bimbi non ridono perché ci pensano cretini...” e come promesso dal titolo (“la nonna di senti chi parla”) prosegue convocando una delle scene più famose del film, quella della “nonna”. Quest’ultima viene chiamata per badare il bebè e si accinge a fargli un bagnetto. Rivolgendosi prima alla figlia, madre del bebè, e poi al protagonista, la nonna dice:

nonna: “(...) ora faccio un bagnetto a Mickey, eh? poi facciamo un bel blobbloblo- bloblo-ohohohoh- -dudududu-bibibibibi...”	[mezzo primo piano su nonna e mamma]
bebè: “ma cos’è? È scema questa?”	[primo piano bebè]
Nonna: “Aaah! (sorridente, spalancando la bocca)”	[primo piano nonna, soggettiva bebè]
	[primo piano bebè]
	[primo piano nonna, soggettiva bebè]

La vocalizzazione della nonna parte da toni normali della lingua parlata in voce di petto per raggiungere in maniera continua toni acuti in voce di testa e finire con la ripetizione della sillaba “bi” che attraverso la vocale “i” rimarca con l’acuto sonoro l’effetto di /piccolo/. Durante questa vocalizzazione abbiamo un gioco di inquadrature che riportano la relazione diretta io-tu che si instaura tra nonna e bebè: a parte il mezzo piano iniziale, utile a inquadrare la situazione, durante tutto il tempo della vocalizzazione della nonna abbiamo un primo piano sul bebè, poi un primo piano sulla nonna dal punto di vista del bebè e dunque dal basso verso l’alto, un secondo primo piano sul bebè a cui si aggiunge la battuta del protagonista e infine un’ultima soggettiva del bebè verso il viso della nonna che, terminata la vocalizzazione, fa una boccaccia tutta contenta. Anche qui l’effetto ironico è dato dal ribaltare il senso comune e di mostrarci il punto di vista e di ascolto del bebè che, per il comportamento improvviso e bizzarro della nonna, la sanziona come “scema”, dando voce a un pensiero condivisibile per lo spettatore. Il ribaltamento di prospettiva va di pari passo a un ribaltamento di ruoli narrativi. Infatti, le inquadrature di tutti gli altri video del nostro corpus di analisi sono orientate dall’alto verso il basso e sono soggettive degli adulti: da un lato contribuiscono all’effetto di piccolezza dei cuccioli, dall’altra li fissano come soggetti subordinati a cui non spetta il ruolo di destinante sanzionatore. Il film, invece, invertendo le inquadrature e fornendo il punto di vista e di ascolto del bebè, inverte i ruoli attanziali e narrativi e dona al piccolo il potere di sanzionare i soggetti adulti, tra cui la nonna. L’effetto ironico di questa scena è dato dunque dall’affidare la sanzione di stupidità del “cariino!” non all’adulto ma al cucciolo in questione. Interessante è notare che l’autrice del breve bricolage audiovisivo (video n. 19) seleziona e mostra tale scena proprio perché, oltre a divertirsi nel guardarlo, si riconosce nell’azione della nonna, ammettendo implicitamente di aver vocalizzato anche lei in quel modo verso un bebè e dunque sanzionandosi lei stessa come “scema”: “Quanto ridevo guardando questa scena e soprattutto quanto mi sono riconosciuta!!!!”.

La figura dell’auto-sanzione la ritroviamo all’interno di almeno altri due video analizzati. Nel video n. 18 una giovane zia interPELLA giocosamente suo nipote, bebè, tenuto in braccio dalla sorella. A metà dell’interazione esclama: “Basta... e ora questo gioco mi ha stufato, è mezzora, mica so scemo!”. In questo caso è la zia stessa a prestare la propria voce per i supposti pensieri del bambino: la zia sanziona come “gioco da scemi” quello che sta facendo ma delegando tale atto sanzionatorio al bambino che,



inconsapevole, si sta godendo il momento. L'isotopia della consapevolezza compare anche nel video n. 14, nella cui presentazione leggiamo: "la prova che far figli... ti rincoglionisce!! Eheheh... scherzo... il mio piccolo uomo e i suoi primi 2 dentini". Rivedendosi, l'autrice del video sanziona il proprio comportamento linguistico nei confronti del figlio come "da rincoglioniti". Come nei casi precedenti, la consapevolezza nasce dalla capacità del soggetto di attuare un atto cognitivo sul proprio essere e sul proprio fare, in questo caso dal riconoscere come stupido perché bizzarro e fuori dalla norma sociale il proprio comportamento e giocarci sopra, ironizzando, dando voce ai bebè o creando addirittura dei video. In questo senso è da intendere l'isotopia del ridere riscontrata nei video con i cuccioli di animale: nel video n. 4 per esempio la figura del riso della padrona risolve il conflitto modale del gatto a cui viene chiesto di "miagolare bene" e dire "miao" quando in realtà può emettere solo versi "gatteschi" e non onomatopee umane. Per certi adulti un po' più consapevoli, la stupidità si risolve così nell'ironia e apre la dimensione del gioco, del divertimento, del fare "come se...", che nel nostro caso è un fare come se i cuccioli potessero parlare (cfr. *supra*, p. 4).

6. La struttura semi-simbolica del gioco

L'isotopia del gioco e del divertimento è direttamente legata a quella della meraviglia e del "carino!", sia perché è soprattutto durante l'interazione giocosa che i cuccioli divengono uno "spettacolo" (video n. 17) sia perché la vocalizzazione degli adulti gioca un ruolo fondamentale in tale interazione. Nel video n.1 una padrona gioca con il proprio gattino bianco tenendolo sulle gambe. Il gattino è steso sul dorso e rivolge l'interno del corpicino verso la padrona, la quale lo tocca delicatamente con i polpastrelli delle dita a ritmo della voce. Il gattino segue per imitazione il gioco della padrona e abbassa le zampine quando le mani della padrona si abbassano sul suo grembo e le alza quando queste se ne allontanano. Il movimento delle mani e delle zampe va di pari passo al gesto vocale della padrona che vocalizza un "ti-ti-ti-ti... ti!". Dal punto di vista linguistico tale gesto vocale è formato dalla ripetizione della sillaba basilare "ti", composta dalla consonante "t", oclusiva dentale sorda, che rimanda ai significati di /tagliente/, /appuntito/, /pungente/, e dalla vocale "i", vocale chiusa che sinestesicamente rimanda allo /stretto/, /piccolo/, /acuto/. Se, dal punto di vista linguistico, tale sillaba è priva di significato, non potendogli attribuire alcuna figuratività verbale, possiede comunque un senso plastico disponibile a entrare in un gioco di significazione a livello paralinguistico e gestuale. A livello paralinguistico infatti, il tono di voce si alza sull'ultima "ti": l'ultimo "ti" viene vocalizzato con un tono di voce iper-acuto, dopo un momento di pausa che lo distacca dai primi quattro "ti" che vengono invece vocalizzati con un tono di voce di altezza medio-alta. Questo cambio di intonazione è in sincretismo con l'azione delle mani e delle zampe, che oscillando basse durante i primi quattro "ti" si alzano al momento della pronuncia dell'ultimo "ti", segnando il passaggio a livello semantico da una posizione di /corpo chiuso/ a una posizione di /corpo aperto/. Si instaura così una struttura semi-simbolica che correla la categoria dell'altezza del gesto vocale, la categoria topologica alto-basso delle mani e zampe e la categoria semantica di apertura-chiusura:

"ti-ti-ti-ti" : tono medio-acuto : mani e zampe sul ventre : corpo chiuso
::
"ti" : tono iper-acuto : mani e zampe alzate : corpo aperto

Fondamentale è la pausa che separa i due momenti del gioco, come istante di sospensione che si carica di attesa, e dunque di tensione, risolta e soddisfatta con l'arrivo dell'ultimo "ti". Nel video, tale struttura viene ripetuta sei volte: alla settima la padrona ritarda l'ultima sillaba acuta continuando a ripetere più volte le prime sillabe "ti" con tono medio-acuto, creando ancora più tensione per la maggiore attesa dell'arrivo della risoluzione. Alla fine, il "ti" in tono iperacuto arriva, le mani e le zampe si alzano e ciò crea grande soddisfazione e piacere intenso. Dopo questo momento il gioco prende un altro ritmo, la padrona lo ripete per due volte con una pausa normale a cui fa seguire una terza volta con una pausa più lunga e ripete il tutto un'altra volta ancora. Sviluppandosi durante l'interazione, il gioco prende così una struttura musicale, per concludersi con il gattino che riesce a prendere con le due zampine una delle mani della padrona e quest'ultima che lo accarezza. In questo



tipo di interazione l'oggetto di valore mirato dai soggetti in gioco è l'essere in relazione, lo stare insieme divertendosi, attraverso il gioco. Il gioco per i cuccioli non ha bisogno di essere difficile, anzi: basato sulla ripetizione, dona sicurezza e piacere immediato. Un altro esempio tipico di questa modalità di gioco è quello rappresentato dal bubu-settete. Nel video n. 17 una coppia di genitori esorta la propria bambina a nascondersi dietro allo stipite di una porta per giocare a bubu-settete: mentre i genitori vocalizzano "bubu" con tono di voce di media altezza, la bambina rimane nascosta, ma appena i genitori dicono "settete" con tono di voce acuto la bambina esce allo scoperto. Notiamo anche qui una struttura semi-simbolica che correla tono della voce, gesto corporeo e contenuto semantico:

"bubu" : tono di voce medio : corpo nascosto :: "settete" : tono di voce acuto : corpo scoperto

Nel video n. 14, la mamma che riprende il figlio Gabriel per mostrare i suoi due dentini, se da una parte accenna un "bubu-settete" come espressione vocalica in modalità "cariino!", dall'altra, intraprende un'altra interazione giocosa in cui entrano in sincretismo voce e corpo. Qui l'azione è svolta interamente dalla madre, mentre il figlio sorride divertito e cerca di afferrare la telecamera. Mentre si avvicina con la telecamera alla bocca del figlio la madre vocalizza un "eeeeeeeeccccololi" alzando progressivamente e in maniera continua l'intonazione, come continuo è il gesto di avvicinamento. Seguono alla stessa maniera altri due avvicinamenti che vanno di pari passo a un "eeeeeeeeccccoloqui" e a un "eeeeeeeeccccololiiiiiiiiiiiiiiiiiiii". In quest'ultimo, la madre si sofferma maggiormente sull'ultima "i" con un tono di voce iperacuto in cui il senso di /piccolo/ e di /carino/ si carica della massima intensità. Un gioco simile lo ritroviamo nel video n.18, dove una giovane zia intrattiene il nipote, tenuto in braccio dalla mamma, divertendosi a parlargli avvicinandosi e allontanandosi. Se il contenuto linguistico delle frasi cambia di volta in volta, a ogni avvicinamento l'intonazione cresce verso l'acuto per ridiscendere verso il grave durante l'allontanamento. L'interazione prende un ritmo preciso dettato al contempo dal gesto corporeo e dall'intonazione della voce. In questi due casi la struttura semi-simbolica del gioco sfrutta la categoria semantica della vicinanza estendendo a tutto il corpo ciò che accadeva nel video n.1 solo per le mani e le zampe:

tono di voce normale : corpo lontano :: tono di voce acuto : corpo vicino

Nell'interazione tra adulti e cuccioli tale struttura semi-simbolica, sia che sia basata sulla discontinuità (video n. 1 e n. 17) che sulla continuità (video n. 14 e n. 18) del gesto-suono, prende senso grazie alla scansione, al ritmo del passaggio tra i due poli, alla dimensione musicale analogica del movimento del corpo e dei tratti paralinguistici della voce (cfr. nella nota n. 2 la metafora dei tratti paralinguistici come "partitura" musicale).

Lasciando da parte questi momenti di gioco veri e propri e tornando alla più generale modalità di vocalizzazione del "cariino!" così come emerge attraverso il nostro corpus di analisi, notiamo come tale particolare modalità comunicativa, se presa assieme alla modalità di vocalizzazione più normale e quotidiana, segua anch'essa una struttura semi-simbolica:

vocalizzazione "normale" : tono di voce di media altezza (voce di petto) : preminenza linguistica : concetto
::
vocalizzazione "cariino!" : tono di voce acuto (voce di testa) : preminenza paralinguistica : affetto

7. Conclusioni: parlanti VS infanti

Per il loro essere "carini" i cuccioli invitano gli adulti che hanno intorno a intraprendere interazioni giocose: che abbia davanti un cucciolo di uomo o di altra specie animale, nel parlare ad esso, nell'interpellarlo, nell'interagire con lui, l'adulto umano tende a lasciare la modalità comunicativa linguistica "normale" per sposare una modalità specifica di comunicazione che abbiamo chiamato in questo lavoro "vocalizzazione del carino". Tale tipo di vocalizzazione è in rapporto semi-simbolico



con la modalità linguistica quotidiana, mettendo in primo piano i tratti paralinguistici del linguaggio verbale: l'intonazione si alza, il timbro di voce diviene acuto, le vocali si allungano e le consonanti si arrotondano. La lingua orale si ammorbidisce per significare il /tenero/ e diviene acuta per veicolare il /piccolo/. In questo senso, la vocale predominante diviene la "i". Così facendo, l'adulto umano crea un simulacro del cucciolo attraverso la proprio voce, come per sintonizzarsi meglio con esso, attuando un "divenire-animale" o un "divenire-bebè". Se gli adulti iniziano a "parlare" come i cuccioli, vocalizzando versi e onomatopree, i cuccioli iniziano a "parlare" come gli adulti, generando incredulità, stupore, meraviglia. Questo avviene perché gli adulti umani si comportano "come se" il proprio gatto o il proprio bambino potessero parlare, ironizzando su questo, giocando con loro, auto-sanzionandosi come "scemi" per l'utilizzo delle vocine strambe nel rivolgersi ai cuccioli. Una serie di effetti ironici nascono dal ribaltare il senso comune, invertendo i ruoli narrativi, dando direttamente ai bebè o agli animali non-umani il potere di sanzionare come stupidi gli umani adulti che sono presi dalla mania del "cariino!". I cuccioli non umani, al di là della presunta competenza linguistica, richiamano comunque un "divenir-umano" nel momento in cui sono trattati da esseri umani o presentano spirito di iniziativa e una certa autonomia, ad esempio dando baci e carezze a loro piacere. Nei video analizzati il parallelismo tra cuccioli umani e di altra specie sono molto forti: se da una parte i cuccioli di animale sono trattati come cuccioli d'uomo, dall'altra i cuccioli di uomo sono trattati come cuccioli di animale. Ciò conferma una tendenza più generale all'interno della nostra cultura, che si riscontra anche, ad esempio, nell'evoluzione del design degli oggetti per animali domestici e nelle nuove retoriche delle pubblicità del mangiare per cani e gatti sempre più simili al mangiare per neonati o bambini ai primi mesi e anni di vita. La messa in rilievo di questa tendenza rende comprensibile anche la presenza massiccia su internet di video che mostrano insieme i bambini e gli animali domestici spesso sotto forma di compilation di scenette casalinghe. Il video n. 20 del nostro corpus ne è un buon esempio e mostra come bimbi e piccoli di altra specie siano considerati "omologhi". Nella presentazione a questo video infatti si legge: "Gatti e cani amano i loro omologhi di pelliccia di meno, i bambini". Tralasciando la scorretta traduzione dal francese⁵, sottolineiamo come quest'ultimo video riassume e confermi il fatto che bambini e piccoli di altra specie rientrino nella stessa categoria semantica dei cuccioli in quanto l'unica differenza, non pertinente, è quella di avere il pelo o meno. Abbiamo dimostrato, infatti, nel corso del lavoro come tutti i cuccioli si caratterizzino per i tratti semantici propri del "carino" e per questo condividano il destino di sentirsi interpellati con "vocine buffe" e iperacute, espressioni sdolciate o "sceme". In questo senso, più che quella tra /umano/ e /animale/ l'opposizione semantica qui pertinente è quella tra i cuccioli *infans*, /infanti/, che non hanno il dono della favella ovvero della parola, e gli animali umani adulti dotati di linguaggio ovvero *fans*, /parlanti/ (Valesio 1986, p. 34)⁶. Di conseguenza più che di "divenir-animale" sarebbe più opportuno parlare di "divenire-infans". Grazie alla propria elevata competenza linguistica, l'adulto umano può, infatti, ripercorre le differenti gradualità delle posizioni tra linguaggio articolato e versi inarticolati che, tramite il nostro corpus, possiamo così riassumere:

⁵ Il canale *YouTube* "Cuccioli e bambini", che ospita il video in oggetto, è francese di origine: per ragioni di visibilità le informazioni paratestuali dei video vengono tradotte, purtroppo malamente, in lingue straniere, tra cui l'italiano.

⁶ Ciò è suggerito anche dal piano dell'enunciazione audiovisiva, in cui praticamente tutte le inquadrature riportano il punto di vista dell'adulto in posizione eretta che dall'alto guarda il cucciolo in basso, piccolo, steso o a quattro zampe.



vocalizzazioni non articolate senza significato verbale: gesti-vocali-corporei, versi
p.e. scocchio lingua

vocalizzazioni non articolate con significato verbale: onomatopee
p.e. “tütütü”, “bubu”, “miao”

vocalizzazioni articolate senza significato verbale: espressioni glossolaliche, parole incomprensibili
p.e. “hiiceloditodisielomamì”, “checcié”

vocalizzazioni articolate con significato verbale: linguaggio verbale, parole umane

Tale possibilità mette in luce la differenza specie-specifica dell'essere umano rispetto a tutti gli altri animali: sebbene esso rientri nel mondo biologico e animale, dall'altra se ne distacca per la sua capacità di linguaggio, derivata dalla possibilità di articolare i suoni vocali. “Il linguaggio non è strumento ma attività vitale specie-specifica dell'animale uomo” (Lo Piparo 2003, p.4). La capacità di linguaggio a sua volta deriva dall'acquisizione della posizione eretta, che determina allo stesso tempo la discesa della laringe, la liberazione degli arti anteriori e lo sviluppo del pensiero. Tale percorso è rivissuto dai bambini durante la loro crescita: finché non acquisiscono in maniera stabile la posizione eretta e non iniziano a parlare rimangono cuccioli, come quelli degli altri animali. Per questo i cuccioli ricordano agli adulti l'euforia del lato giocoso, animalesco, corporeo, musicale e paralinguistico, spesso dimenticato dalla ragione e dal Logos occidentale. La rimessa in discussione del limite tra uomo e animale (Despret 2002), tra cultura e natura (Descola 2005), comprendere che l'“animale” o il “naturale” è un effetto di linguaggio all'interno della realtà discorsiva (Marrone 2011), è l'occasione per la società occidentale non solo di instaurare nuovi collettivi (Latour 1999) e di rivalutare la relazione con gli essere non umani quali piante e animali e con gli umani differenti da noi, le culture extraeuropee, ma anche e allo stesso tempo di rivalutare le capacità semiotiche e comunicative della dimensione sonora, corporea e musicale dell'essere umano. Forse non a caso l'emergenza dei Sound Studies è perfettamente contemporanea a questo suddetto dibattito: la rivalutazione dell'Altro umano o non umano va di pari passo alla rivalutazione dell'Altro del linguaggio, del paralinguistico con la sua specificità sonora rispetto al linguistico, in modo da riportarlo dentro lo studio delle teorie del linguaggio stesso.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Andreozzi M., Castignone S., Massaro A., a cura, 2014, *Emotività animali. Ricerche e discipline a confronto*, LED Edizioni Universitarie.

Barthes, R., 1957, *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris; trad.it. *Miti d'oggi*, Milano, Lerici Editori, 1966.

Bettini, M., 2008, *Voci. Antropologia sonora del mondo antico*, Torino, Einaudi.

Deleuze G., Guattari F., 1975, *Kafka. Pour une littérature mineure*, Paris, Editions du Minuit.

Deleuze G., Guattari F., 1980, *Mille Plateaux*, Paris, Editions de Minuit

Descola, P., 2005, *Par-delà nature et culture*, Paris, Gallimard

Despret, V., 2002, *Quand le loup habitera avec l'agneau*, Paris, Seuil

Gomasasca, A., "Sotto il segno del « kawaii »", in A. Gomasasca, a cura, 2001, pp. 57-90.

Gomasasca, A., a cura, 2001, *La bambola e il robottone. Culture Pop nel Giappone contemporaneo*, Torino, Einaudi.

Greimas A.J., Courtés J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Mondadori, 2007.

Landowski, E., 2004, *Passions sans nom. Essais de Socio-sémiotique III*, Presses Universitaires de Paris, France.

Landowski, E., 2005, *Les interactions risquées*, Limoges, Pulim

Lo Piparo, F., 2003, *Aristotele e il linguaggio. Cosa fa di una lingua una lingua*, Roma-Bari, Laterza

Marrone, G., 2011, *Addio alla natura*, Torino, Einaudi

Valesio, P., 1986, *Ascoltare il silenzio. La retorica come teoria*, Bologna, Il Mulino

Vignola, P., "Divenire-animale. La teoria degli affetti di Gilles Deleuze tra etica ed etologia", in M. Andreozzi, S. Castignone, A. Massaro, a cura, pp.117-124.

www.treccani.it/carino/: consultato il 15 novembre 2016.

www.treccani.it/vocabolario/carino/: consultato il 15 novembre 2016.

www.treccani.it/enciclopedia/fenomeni-paralinguistici: consultato il 15 novembre 2016.

www.lercio.it/medicina-trovata-cura-per-chi-parla-con-gli-animali-facendo-vocine-buffe/: consultato il 15 novembre 2016.

Filmografia

Look Who's talking, di Amy Heckerling, USA 1989; versione it., *Senti chi parla*.

Corpus di analisi: titoli e sitografia

1. CARINO E COCCOLOSO

www.youtube.com/watch?v=FJqONyGjuiE

2. Colazione coi CUCCIOLI!

www.youtube.com/watch?v=IFeCuDrbpOc

3. Voglia di coccole, gattone reclama insistentemente le attenzioni della padroncina

www.youtube.com/watch?v=E9sIhfZY3cs

4. gatto che risponde

www.youtube.com/watch?v=DR8XiXhdgbQ

5. Un cinghialeto in casa! A wild baby boar at home

www.youtube.com/watch?v=4U5zlLXB9kc



6. *La mia micia parla e mi dà la buonanotte!*
www.youtube.com/watch?v=QWBYp8v7jtA
7. *gatto che parla e dice mamma*
www.youtube.com/watch?v=yu4REM2zpyw
8. *Piccola inseparabile Fisher allevata a mano*
www.youtube.com/watch?v=eOXV40EU400
9. *Quattro gemelli appena nati ridono divertiti con il proprio papà!*
www.youtube.com/watch?v=VLnzCZ50oUc
10. *NEONATO DICE "CIAO" ALLA MAMMA 7 WEEK OLD SAY "HELLO" TO HIS MOM*
www.youtube.com/watch?v=8_8koCD0dXc
11. *Incredibile! Bimba 2 mesi che parla...*
www.youtube.com/watch?v=PHsv6zoRKp8
12. *bimba di 2 mesi che parla !!*
www.youtube.com/watch?v=87rz8CMge8
13. *Incredibile????? La mia bimbina dice mamma a 2 mesi!!!!!!*
www.youtube.com/watch?v=JKje20Mx3X4
14. *Gabriel – 11 mesi*
www.youtube.com/watch?v=Wb7eyiFq3k0
15. *Chiacchiere*
www.youtube.com/watch?v=qsbnKNFP92wk
16. *devid il mio bimbo che ride*
www.youtube.com/watch?v=mQ4PzR9nXJw
17. *cucu settete bambina di 7 mesi...uno spettacolo !!*
www.youtube.com/watch?v=7ltIFWLDeKg
18. *Bimbo che ride*
www.youtube.com/watch?v=VccCIu4S8RI
19. *La nonna di senti chi parla*
www.youtube.com/watch?v=de6eUpTUjVE
20. *Simpatichi Gatti e Cani Amano i Bambini. Compilation 2015 [Nuovo Hd]*
<https://www.youtube.com/watch?v=6LgjbGNgVsc>



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Gli animali domestici nei testi pubblicitari. Una chiave di lettura sociosemiotica

Marianna Boero

1. Introduzione

La pubblicità, da alcuni anni, mostra un inedito, ma crescente, protagonismo degli animali domestici, sempre più umanizzati e inseriti in contesti di vita quotidiana al pari degli altri membri familiari. Non si tratta, come avviene nelle favole o nelle fiabe, di animali parlanti o magici, il cui statuto “irreale” risulta chiaramente evidente e il cui protagonismo si limita ai confini di una storia fantastica, bensì di animali che nelle pratiche quotidiane assumono un ruolo equivalente a quello degli umani, ponendosi come compagni di vita e soggetti di piccole e grandi narrazioni “reali”. Se le pubblicità degli anni Novanta, per esempio, proponevano degli animali *cartoon*, vincolando la loro identità a un piano di finzione attinente principalmente alla sfera *ludica* – basti pensare alla Tigre dei cereali Kellogg’s o al Gorilla del Crodino –, i testi attualmente *on air* propongono un cambiamento significativo nell’immagine dell’animale che non si pone più come elemento di intrattenimento ma diventa un referente con cui costruire un dialogo attraverso l’offerta di specifici prodotti di consumo.

Si assiste, in altri termini, a una sorta di rovesciamento dei rapporti di predicazione a cui siamo stati abituati dalle narrazioni tradizionali: se in precedenza gli animali erano visti come *oggetto* delle azioni umane – basti pensare alle campagne sociali contro l’abbandono degli animali in cui essi sono posti come oggetto dell’azione di rifiuto e dunque vittima dell’agire umano –, nelle pubblicità più recenti essi diventano *soggetti* e sempre più il mondo viene visto dalla loro prospettiva. La proliferazione di prodotti differenziati *ad hoc* per gli animali, così come avviene per gli umani, è indicativa di questo spostamento di prospettiva: anche gli animali diventano un pubblico target che sanziona la bontà di un prodotto e ne decreta il successo o l’insuccesso.

Per comprendere i meccanismi alla base di questo cambiamento, nei paragrafi seguenti ci soffermeremo su tre diversi, ma correlati, campi di indagine: la pubblicità sociale, la pubblicità commerciale e i video sul web, partendo da un quadro generale sul nuovo contesto di consumo per poi arrivare, in misura più specifica, a uno studio di caso. L’obiettivo è quello di ricostruire il percorso di modificazione che si è delineato nel corso degli anni e di comprendere se in esso possiamo scorgere le tracce di un cambiamento socio-culturale che investe anche il modo in cui sono concepiti i rapporti sociali e i modelli familiari. La chiave di lettura che proponiamo è dunque di tipo sociosemiotico¹: da

¹ Già prefigurata da Greimas in diversi suoi scritti (1976), la sociosemiotica si impone in Francia grazie ad alcuni lavori di Landowski (1989) e in Italia in seguito ad alcuni studi specifici (Ferraro 1999; Marrone 2001; Pozzato 2001; Semprini 2003). Con riferimento alla pubblicità, cfr. Traini (2008), Volli (2002).



questo punto di vista, l'insieme delle comunicazioni che mettono al centro del proprio discorso gli animali domestici influenzano il nostro modo di intendere il "reale" e sono al contempo indicative delle nuove sensibilità emergenti.

2. Moda, alimentazione, salute: il trend animalista

Nella società contemporanea il consumo si caratterizza per il ritorno alla tradizione, ai principi naturalità² e si lega a tematiche etiche, sociali e ambientali, all'interno delle quali il rispetto per gli animali occupa un ruolo prioritario³. Sebbene non rientri nelle problematiche tradizionali della ricerca semiotica, l'analisi dei trend di consumo può fornire elementi importanti per comprendere le ragioni di un fenomeno che si colloca soprattutto sul piano socio-culturale e che rimanda a modi differenti di percepire il rapporto con "l'altro"⁴. Infatti, usando le parole di Barthes (1961, p. 49), le scelte di consumo, come l'alimentazione, non sono soltanto una collezione di prodotti ma "un sistema di comunicazione, un corpo di immagini, un protocollo di usi, di situazioni e di comportamenti [...] l'unità funzionale di una struttura di comunicazione". Il nuovo ruolo ricoperto dagli animali domestici, pertanto, influenza le scelte di consumo in tutti i comparti merceologici chiamati in causa e porta le marche contemporanee a staccarsi gradualmente, nelle loro politiche comunicative, da un profilo meramente commerciale per sposare temi etici, in grado di creare con il consumatore un patto basato sull'autenticità, sul rispetto, sulla nostalgia per la tradizione, sulla passione per tutto ciò che è recuperabile o condivisibile⁵.

Si può parlare dunque della diffusione di un *trend animalista*, inteso non esclusivamente in senso polemico come lotta e mobilitazione attiva a favore dei diritti degli animali, quanto come l'adozione quotidiana di comportamenti di consumo responsabili, miranti a privilegiare l'ecologia, la produzione "bio" e a offrire agli animali (domestici e non) migliori condizioni di vita. Dal settore della moda a quello del turismo, dalla cosmesi all'alimentazione, il rispetto e la tutela degli animali diventano così elementi chiave per suscitare l'apprezzamento e il coinvolgimento profondo da parte dei potenziali consumatori. La sensibilità nei confronti degli animali è, a sua volta, legata all'attenzione alla salute: per esempio, il timore per le conseguenze sulla salute di prodotti provenienti da allevamenti intensivi

² Cfr. in proposito Marrone (2011). Per una disamina generale sul *naturalismo* si rimanda invece a Ferraro, Giannitrapani, Marrone, Traini (2015)

³ Se l'idea dell'uomo, nella storia europea, trova tradizionalmente espressione nella distinzione dall'animale, attualmente cani, gatti, conigli, pesci e altri animali domestici entrano a far parte del nucleo familiare, rappresentando motivo di aggregazione e di maggiore comunicazione tra i vari componenti della famiglia. Da più parti, per esempio, è stato evidenziato come possedere un animale d'affezione possa svolgere un ruolo importante nello sviluppo dei bambini, poiché offre opportunità di apprendimento che risultano essenziali per la formazione dell'intera personalità, così come fornire un supporto ad anziani e altri gruppi vulnerabili che si trovano in condizione di svantaggio sociale e limitate possibilità comunicative. Non a caso le rappresentazioni mediali della famiglia tipo includono sempre più anche gli animali tra i componenti.

⁴ Il rapporto uomo-animale ha conosciuto cambiamenti significativi nel corso del tempo: dall'utilizzo degli animali per il lavoro nei campi alla diffusione degli animali da compagnia, dall'utilizzo degli animali a fini di intrattenimento (circo) alla *pet therapy* o *zooterapia*, le possibili aree di approfondimento che lo studio di questo rapporto investe sono molteplici e tagliano trasversalmente le discipline interessate alla sua analisi e valutazione. In questo paragrafo restringeremo il campo di osservazione e ci concentreremo sulla descrizione del contesto di consumo in cui questo rapporto si inserisce.

⁵ L'orientamento alla natura e la nuova sensibilità ambientale non devono però far dimenticare l'atteggiamento prevalente della popolazione: se presso segmenti circoscritti è presente una domanda di prodotti coerenti con un'interpretazione rigida e integralista del trend, per la maggior parte dei consumatori la ricerca della naturalità deve sapersi conciliare con le tradizionali performance dei prodotti (Fabris 2008). L'orientamento prevalente non prevede quindi l'adozione di stili di vita basati su un'assoluta coerenza ecologica ma l'affermarsi di un "eco pragmatismo", che cerca di conciliare l'attenzione verso la componente naturale con le esigenze del nuovo consumatore (Boero 2015).



spinge il consumatore verso prodotti provenienti dall'agricoltura biologica, esercitando così un impatto significativo sulle sue preferenze (Fabris 2008).

Il consumatore con il quale le marche si trovano a interagire è, infatti, molto diverso rispetto al passato: è più informato, consapevole, vicino alla natura e all'idea di alimentazione sana (Fabris 2010). La differenza fondamentale rispetto a soli cinque anni fa è che questo atteggiamento non riguarda più solo piccoli segmenti della popolazione, come gli attivisti nelle associazioni a difesa degli animali o i vegani⁶. Semplicemente, si sta diffondendo una maggiore consapevolezza di cosa possa nascondersi dietro i prodotti che consumiamo e dei rischi che possono derivarne. L'idea è che tutto possa essere fatto anche in un "altro" modo, sposando i principi dell'etica e della sostenibilità (Mazzalovo 2011). La parola chiave, per la nuova classe di acquirenti, diventa "con-vivere" con l'animale e l'ambiente circostante: allevare l'animale rispettandolo nelle sue esigenze e nei suoi istinti, infatti, non migliora solo la sua vita, ma porta a un minore impatto sull'ambiente, a prodotti più sani e, di conseguenza, anche a un risparmio in termini di sanità e contenimento dell'inquinamento. Si parla di "etologia collaborativa": gli animali non sono solo fonte di prodotti da vendere e consumare, ma esseri senzienti capaci di provare emozioni, stress, dolore, con cui stabilire un rapporto collaborativo.

Nel campo della moda e della cosmesi, assistiamo alla diffusione di prodotti *cruelty-free*, che non prevedono la sperimentazione sugli animali né l'uso di prodotti di origine animale per la produzione di capi vestimentari (basti pensare alle pellicce ecologiche). Nel settore del turismo⁷, il consumatore dimostra di preferire quelle strutture in grado di offrire ospitalità agli animali da compagnia mentre, nel campo dell'alimentazione, il rispetto per la natura e per ogni specie animale si esprime attraverso il rifiuto di consumare carne – in alcuni casi anche i suoi derivati – e attraverso la scelta consapevole di prodotti di origine vegetale. L'opposizione semantica *Natura vs Cultura*, in questo contesto, risulta centrale nella definizione del rapporto uomo-animale: più il prodotto di consumo risulta elaborato e raffinato, più esso viene percepito come *culturale* e lontano dalla natura, dunque dall'autenticità. Analogamente gli alimenti di origine vegetale si definiscono come *naturali* in opposizione alla cultura, espressione della tradizione e del territorio che si rivela anche attraverso la manipolazione delle materie prime. Se da un lato questo lascia intravedere una maggiore attenzione dell'uomo verso la propria salute, dall'altro è chiara la volontà di non apportare sofferenze agli animali e di tutelarli attraverso l'acquisto di prodotti mirati.

Lo studio di simili tendenze diventa, così, una riflessione critica verso la cultura contemporanea e pratica traduttiva di discorsi culturali, in quanto consente di cogliere le implicazioni socio-culturali delle diverse rappresentazioni e percezioni che entrano in gioco⁸. In particolare, emerge che il rapporto uomo-animale si sta dirigendo verso una nuova dialettica, nella quale l'affermazione del sé (uomo) non è più determinata, come avveniva in passato, dalla negazione dell'altro-da-sé (animale), ma da inedite forme di interazione soggettiva, nelle quali i valori predominanti sono quelli del rispetto reciproco e del senso di responsabilità. Questo rapporto, come vedremo, si fonda perlopiù su interazioni di tipo esteso e affettivo, su forme di contatto sensoriale che possono portare a una reciproca influenza di stati d'animo e sensazioni. Nei paragrafi seguenti cercheremo di mostrare come questo cambiamento sia rappresentato dai testi pubblicitari, i quali, ancora più di altri mezzi di comunicazione di massa, per la loro capacità di contribuire alla costruzione di un'immagine condivisa

⁶ Secondo il rapporto Eurispes 2016, la maggioranza degli Italiani mostra una crescente sensibilità animalista e risulta contraria a uccisioni e maltrattamenti di animali: l'80,7% degli italiani si oppone alla vivisezione, il 68,5% è contrario alla caccia e l'86,3% condanna la produzione di pellicce. Inoltre, aumenta la richiesta di strutture alberghiere in grado di fornire accoglienza agli animali da compagnia (68,5%), così come la percentuale di persone che vorrebbero il libero accesso degli animali in luoghi pubblici (69,1%). Questi dati si collocano in un contesto dove la presenza degli animali all'interno delle mura domestiche è sempre più diffusa: il 22,5% degli italiani ha almeno un animale da compagnia, il 9,3% ne ha due, il 4,1% ne ha tre e il 7,4% dichiara di averne più di tre.

⁷ In proposito si parla di turismo ecologico (Foglio 2015, p. 91).

⁸ Per uno studio semiotico delle tendenze, cfr. Ceriani (2007), Rolle (2014). Dal punto di vista sociologico cfr. invece Codeluppi (2002).

della realtà sociale, contribuiscono a influenzare la diffusione di una cultura specifica e a definire identità⁹.

3. Pubblicità sociale

Una prima area di osservazione è fornita dalla pubblicità sociale, che nasce con il fine esplicito di sensibilizzare l'opinione pubblica su temi etici, morali, ambientali (Boscherini 2014). Mettendo in campo temi di urgenza sociale, questa forma comunicativa si fa portatrice di uno statuto di realtà indiscutibile in quanto i problemi dichiarati (l'inquinamento dell'ambiente, così come la povertà, le malattie, la violenza sulle donne) esistono veramente. L'istituzione si impegna a veicolare tale stato dei fatti mediante strategie testuali prese in prestito dalle forme consolidate della pubblicità commerciale, del cinema e dei testi audiovisivi a carattere finzionale. Lo scopo è quello di creare e ampliare l'area del consenso su tematiche di interesse collettivo. Di conseguenza, i testi della comunicazione sociale hanno un esplicito *intento manipolatorio* che può essere espresso attraverso la scelta di diverse tipologie di linguaggio e fare leva su diversi fattori.

Nel caso del rapporto uomo-animale, la pubblicità sociale può ricorrere a diversi tipi di linguaggio, che rivelano la presenza di diverse strategie enunciative del testo e diversi modi di intendere il rapporto con il destinatario della comunicazione¹⁰. Un esempio è dato dai testi che ricorrono al *linguaggio drammatico*, il più utilizzato nelle campagne di comunicazione sociale in Italia. In questo caso, si utilizzano immagini e parole legate alla sfera emotiva, spesso incentrate sul valore della pietà, per invitare all'azione: donazione in denaro, raccolte fondi per le emergenze, partecipazione ad attività di volontariato, e così via. Questo linguaggio cerca di suscitare commozione ed empatia mettendo al centro della narrazione il dramma degli animali abbandonati o maltrattati: notiamo l'attribuzione al cane di caratteristiche umane ("amico"). Il fine è descrittivo ed esortativo (fig. 1). Dal punto di vista enunciativo emerge la proiezione di un consumatore sensibile nei confronti delle tematiche animaliste, in grado di provare compassione e di intervenire, concretamente, nella risoluzione del problema proposto.



Fig. 1 - La campagna contro l'abbandono degli animali promossa dalla Lega nazionale per la difesa del cane

⁹ Per approfondimenti, cfr. Bianchi (2005); Codeluppi (2013); Marrone (2007); Pezzini e Spaziantè (2014).

¹⁰ Sulla *teoria dell'enunciazione*, cfr. Greimas e Courtés (1979).

Un'altra possibilità è data dall'uso del *linguaggio accusatorio*. Con questa strategia alla descrizione di un problema si associa la denuncia dei soggetti ritenuti responsabili della situazione negativa. I toni sono spesso aggressivi per creare un senso di colpa nei destinatari della campagna. Le immagini e i testi, in misura più o meno esplicita, mettono sotto accusa chi non ha preso la decisione giusta o non ha voluto contribuire alla soluzione del problema. L'obiettivo di queste campagne, infatti, è spesso quello di stimolare gli enti pubblici, i governi, le organizzazioni politiche a cambiare le regole, prendere posizione, a dare vita a nuove leggi. Si tratta di una tecnica molto usata nelle campagne sociali degli anni Novanta e oggi piuttosto ricorrente nelle comunicazioni sul web orientate a fini sociali: un esempio proviene dalle campagne promosse dalle associazioni animaliste contro l'abbandono degli animali, diffuse prevalentemente nel periodo estivo, in cui viene chiaramente messa in scena *la responsabilità*. Nella campagna in fig. 2, notiamo come i toni del messaggio diventino più duri e diretti, evidenziando le conseguenze negative che potrebbe comportare per l'uomo stesso (descritto come "disumano") il gesto dell'abbandono ("Abbandonare un animale è reato penale").



Fig. 2 - La campagna contro l'abbandono degli animali promossa dal Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali.

In alcuni casi i toni accusatori possono acquisire una durezza ancora maggiore, diventando "scioccanti". L'idea è di sensibilizzare sul problema oggetto di dibattito mostrando, senza filtri, la verità in tutte le sue conseguenze più crude, esercitando così un forte impatto emotivo sul destinatario del messaggio. Questa strategia, più utilizzata nei Paesi Anglo-sassoni che non in Italia, è quella che si differenzia maggiormente dalla pubblicità commerciale. Se nelle campagne di prodotto si tende a presentare situazioni idilliache, nelle quali prevalgono i buoni sentimenti e il lieto fine, nelle campagne sociali "scioccanti" si sceglie di presentare un aspetto drammatico della realtà e di mettere in evidenza le conseguenze negative di un determinato comportamento. Questa categoria gioca spesso sull'appello alla paura (*fear appeal*) cercando di colpire il destinatario con immagini impressionanti; i toni sono

impietosi, diretti, crudi e l'animale appare chiaramente la vittima delle azioni umane¹¹. Nell'immagine in fig. 3, le lancette di un orologio stanno per uccidere degli animali, sottolineando la drammatica urgenza di intervenire con delle donazioni per salvaguardare le specie in pericolo di estinzione.



Fig. 3 - Campagna Bund "Time up, Life over" (Germania), commissionata all'agenzia Scholz&Friend.

Accanto a queste forme di comunicazione di carattere drammatico-accusatorio, si riscontra nelle campagne più recenti un crescente utilizzo del *linguaggio ironico*¹². Questa tecnica ha l'obiettivo di criticare i luoghi comuni o di capovolgere situazioni nei confronti delle quali si prova avversione puntando sul gioco e creando una relazione ludica con il destinatario del messaggio. Dal punto di vista semiotico possiamo dire che essa rappresenta una strategia discorsiva alla base della quale si pone sempre un'intenzionalità e che sottende una manipolazione di tipo cognitivo, patemico o pragmatico. Attraverso questa strategia, ancora poco utilizzata in Italia, il testo invita alla riflessione (e all'azione) senza far leva sul senso di colpa (fig. 4). In alcuni casi viene utilizzato un testimonial in grado di sollecitare la presa di coscienza del problema in modo ironico.

¹¹ Nell'ambito della pubblicità commerciale una strategia simile è stata scelta da Oliviero Toscani per Benetton, analizzata dal punto di vista semiotico da Semprini (1996). Questa tecnica tuttavia, secondo alcuni studiosi, potrebbe ottenere un effetto contrario alle aspettative, portando il pubblico a ignorare o rifiutare il messaggio. Il focus sulle conseguenze negative, in altri termini, può suscitare paura e portare il lettore a rimuovere l'informazione indesiderata.

¹² L'ironia può essere definita come una strategia discorsiva di dissimulazione del proprio pensiero che ha lo scopo di deridere scherzosamente o in modo offensivo, di rimproverare bonariamente, di correggere; può essere considerata anche una constatazione dolorosa di fatti o situazioni. Per approfondimenti, cfr. Polesana (2005).



Fig. 4 - Campagna contro il maltrattamento degli animali della Foundation for Animal in the Law, in cui gli animali diventano giudici delle azioni umane.

A prescindere dalla strategia testuale utilizzata, in tutti i casi indicati si rileva che la pubblicità sociale mette in scena un'immagine specifica dell'uomo e dell'animale e costruisce un rapporto tra questi due poli mirante a originare un'*agentività*¹³ – adottare un animale, contribuire al suo sostentamento con delle raccolte fondi, combattere l'abbandono. L'intento di questi testi è dunque principalmente di tipo educativo e si riscontra una centratura sulla responsabilità umana, mentre l'animale è visto come oggetto-passivo nei confronti del quale occorre attivare azioni di tutela, sempre attraverso l'intervento dell'uomo. Nonostante il cambiamento delle tecniche comunicative e dei linguaggi utilizzati, le posizioni attanziali proposte dalle pubblicità sociali rimangono sostanzialmente inalterate: un *uomo-soggetto* chiamato a proteggere/tutelare/rispettare un *animale-oggetto* e vittima impotente di azioni di carattere negativo (maltrattamenti/sfruttamenti/abbandono).

4. Pubblicità commerciale

Se la pubblicità sociale fornisce rappresentazioni che aiutano a comprendere il modo in cui l'animale viene percepito nella società, è nella comunicazione pubblicitaria di tipo commerciale che possiamo individuare i segni di un vero e proprio cambiamento nel rapporto uomo-animale. In questo ambito, si riscontra un crescente processo di *antropomorfizzazione degli animali*, protagonisti di programmi narrativi indipendenti, nei quali l'uomo si pone la maggior parte delle volte come *attente-adiuvante* e non come soggetto della narrazione. Se, nelle pubblicità degli anni passati, l'animale rappresentava l'elemento ludico della narrazione, nei testi più recenti sono gli umani che cercano di compiacere, intrattenere o soddisfare le molteplici esigenze dei loro animali da compagnia. Ricostruire le tracce su cui si basa questa evoluzione, in una prospettiva sociosemiotica, può aiutare allora a comprendere i cambiamenti che, di riflesso, si stanno verificando – o sono in procinto di verificarsi – nei contesti sociali e nelle dinamiche familiari¹⁴.

¹³ Per quanto concerne il potere di persuasione delle immagini e il concetto di agentività si rimanda a Leone (2014).

¹⁴ Su questo, cfr. Boero (2014).



Il protagonismo degli animali all'interno di spot televisivi e annunci stampa di carattere commerciale non è legato necessariamente a specifici settori merceologici. Dal settore alimentare a quello della bellezza, dai prodotti per la pulizia della casa all'area del turismo, sono sempre maggiori le pubblicità nelle quali sono presenti gli animali. Il motivo è da ricercare nella diffusione di una maggiore sensibilità nei confronti degli animali, che non sono visti solo come custodi della casa o fedeli seguaci dell'umano-padrone, ma sempre più come componenti effettivi del nucleo familiare: non di rado, infatti, i testi pubblicitari mostrano uomini e donne che parlano con i propri animali da compagnia e questi ultimi, lontani dall'essere incapaci di comprendere, partecipano attivamente all'interazione, dando segnali di preferenze, consenso o dissenso. Gli animali sono dunque considerati depositari di una competenza ben definita, ruotante intorno alla *modalizzazione del sapere* (*saper-vivere, saper-fare*, e così via), e rispetto al passato muta in misura considerevole il ruolo che essi ricoprono all'interno delle storie narrate.

È possibile individuare due macro-categorie testuali nelle quali sono presenti animali domestici¹⁵. La prima è data dall'insieme delle pubblicità nelle quali gli animali non sono destinatari finali del prodotto di consumo. Si tratta in questo caso, di spot o annunci stampa in cui il prodotto di consumo non è riferito agli animali, ma essi sono parte della narrazione con ruoli differenti. In alcuni casi, sono *attanti-opponenti* nei confronti dell'umano-soggetto, rendendo difficile per quest'ultimo lo svolgimento del proprio programma narrativo; in altri casi, diventano co-protagonisti della narrazione o *attanti-adiuvanti* in grado di facilitare il completamento del programma narrativo dell'individuo-consumatore a cui il messaggio è indirizzato.

Un esempio è dato dallo spot Iperceramica¹⁶ (2016), nel quale l'oggetto pubblicizzato è un parquet. Lo spot, di 15 secondi, è composto da una sola sequenza nella quale sono mostrati un gatto e una giovane donna che si rotolano su un pavimento, compiaciuti per la sua comodità. I movimenti della donna imitano quelli del gatto, come in una connessione somatica, spiegando, attraverso il linguaggio del corpo, la soddisfazione che si prova non solo a scegliere ma a vivere una nuova superficie della propria casa. Il claim "Chi si accontenta, non gode" è la sfida di Iperceramica a entrare nei suoi *show room* e continuare a guardare, provare e comparare l'assortimento di pavimenti e rivestimenti proposti, fino a trovare esattamente quello che si cerca. Il gatto svolge un ruolo centrale: senza la sua presenza il comportamento umano sarebbe privo di senso. L'aspetto particolare è che in questo caso l'oggetto pubblicizzato non è cibo per gatti ma il pavimento di una casa: la scelta di un co-protagonista animale risulta pertanto di particolare interesse e indica come anche il parere del gatto sia risolutivo per la scelta finale. I movimenti compiaciuti del gatto e della sua padrona sanciscono la qualità del prodotto per via indiretta, sanzionando positivamente la promessa del marchio.

La seconda macro-categoria è data, invece, dalle pubblicità nelle quali gli animali sono destinatari finali del prodotto di consumo, ossia dall'insieme di testi che pubblicizzano prodotti specificamente riferiti al mondo animale. In questo caso, l'analisi diacronica degli spot consente di evidenziare un cambiamento di prospettiva: se in passato i messaggi pubblicitari si riferivano, come succede in quelli destinati ai bambini, ai padroni degli animali, e dunque agli umani responsabili delle scelte, in quelli più recenti il messaggio si rivolge direttamente agli animali, costruendoli, in misura strategica, come soggetti di specifici programmi narrativi e scelte di consumo. Anche gli animali sono così iscritti nei testi pubblicitari come soggetti-consumatori di un particolare prodotto o categoria di prodotti: si può parlare, dunque, dell'emergere di una *nuova soggettività*, che si muove attraverso delle pratiche di consumo trasversali, in grado di costituire gli animali domestici come interlocutori del discorso della marca.

¹⁵ Il corpus di indagine qui delineato comprende gli spot televisivi italiani nei quali sono presenti animali; il periodo di osservazione va dal 2011 al 2016. In questa sede, essendo stato necessario delimitare il campo d'indagine, si è scelto di considerare esclusivamente i testi pubblicitari che riguardano animali domestici, evitando quindi di considerare i testi che riguardano altri animali (tigri, leoni, foche, serpenti, orsi) che meriterebbero considerazioni specifiche.

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=CzBhIgQ25nk> | ultimo accesso 31.07.2016 |.



Un esempio è dato dallo spot della marca Purina, “Gourmet Gold Consiglio n. 8”¹⁷ (2015), nel quale vediamo un elegante gatto bianco – soggetto della narrazione – che si rivolge a un pubblico di riferimento composto da altri gatti, chiamato in causa con un’interpellazione diretta (“Amici gatti, un prezioso consiglio”). L’obiettivo è fornire dei consigli agli altri gatti: rispettare gli spazi dell’umano perché, in questo modo si verrà premiati e il pasto desiderato (Gourmet) non tarderà ad arrivare. Infatti, di lì a poco, si vede una donna che si alza dal letto e mette da mangiare al gatto. La marca mette in scena una specifica identità del proprio pubblico di riferimento (*enunciatario*), che rimanda appunto a un pubblico composto da gatti, come confermato anche dalla scritta che chiude il breve video pubblicitario (“Per veri intenditori”). La presenza dell’uomo, dal punto di vista strettamente narrativo, è dunque di solo aiuto per il completamento del programma narrativo del gatto, che riesce così a mettere in opera la sua manipolazione (*far-fare*).

Sia nel caso delle pubblicità destinate agli animali che in quello delle pubblicità in cui gli animali non sono target del prodotto pubblicizzato, è evidente come gli animali abbiano conosciuto un mutamento del loro statuto attanziale e non possano essere definiti, al contrario di quanto avviene nella pubblicità sociale, come “oggetti” o agenti passivi dell’azione umana. Lo spot Chesir¹⁸ (2015) “Con lui puoi essere naturale al 100%”, sintetizza molto bene questo spostamento di prospettiva, descrivendo un rapporto uomo-animale che sta rapidamente evolvendo e cambiando la propria natura. L’interazione spontanea, senza sovrastrutture, che si instaura tra esseri umani e animali diventa il fulcro della comunicazione, spodestando la centralità del prodotto o dell’animale stesso che di solito predomina nell’ambito del *pet food*. La connessione patemica diventa, a sua volta, mezzo di diffusione di altri valori positivi, tra cui l’assenza di discriminazioni, la sincerità, l’accettazione, lasciando intravedere l’emergere di nuove e inedite forme di dialogo tra i soggetti coinvolti.

5. Gli spot amatoriali e professionali sul web

Con Youtube, alle pubblicità commerciali televisive e cartacee, si sono aggiunti gli spot sul web, video istituzionali o amatoriali che conoscono una diffusione potenzialmente globale grazie alla possibilità di condivisione istantanea sui social network¹⁹. In questi video i gatti, ancora più dei cani, sono soggetti di testi sincretici che fanno appello all’emotività del navigatore attraverso strategie ironiche o commoventi, che spesso diventano *virali*²⁰. Qual è il motivo per cui questi animali riescono a stabilire una connessione profonda con lo spettatore? Una prima risposta a questa domanda proviene da una ricerca condotta dall’Università di Tilburg, secondo cui il coinvolgimento nei confronti di gatti e gattini – la categoria più visualizzata su Youtube e più condivisa sui social network – deriva dal fatto

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=TaCmR1Lvxw4> | ultimo accesso 31.07.2016 |

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=QrLvt3Hko1M> | ultimo accesso 31.07.2016 |. Lo spot punta al legame profondo, affettivo, naturale, tra esseri umani e animali da compagnia, come si evince dalla voce in sottofondo: “Non ti vuole più magro, meno pigro, più ricco. Con lui non devi trattenere le lacrime e nemmeno l’allegria. Ti puoi mostrare nudo o indifeso. Non gli importa se hai un colore diverso dal suo o sei troppo colorato. Con lui non devi parlare per forza. Con lui puoi essere naturale al 100%.”.

¹⁹ Secondo una ricerca Gfk Eurisko condotta nel 2015, i *pet* sono sempre più protagonisti sul web: rispetto al 2014, le ricerche effettuate sui motori di ricerca per la categoria “animali” e “animali da compagnia” sono aumentate del 16% solo in Italia. Digitando la parola “gatti” nella sezione video i risultati italiani si attestano a 748.000, mentre a livello globale con la parola “cat” si aprono 96,5 milioni di pagine. I gatti sono protagonisti anche della sezione “notizie”: le news che li riguardano sono 225 mila.

²⁰ Principalmente utilizzato in campo medico per quanto riguarda infezioni o malattie causate da virus, il termine “virale”, come leggiamo nell’Enciclopedia Treccani (voce “virale”), è attualmente utilizzato nel linguaggio informatico (virus informatici) e, per estensione, per indicare contenuti capaci di diffusione rapida e capillare, come la pubblicità o un video virale. Con l’avvento del Web 2.0 e, in particolare, dei social network, sempre più spesso “viralità” indica anche il processo di condivisione simultanea e collettiva di contenuti. Ogni tipo di testo può diventare virale: pubblicità di aziende famose, immagini di utenti comuni, video professionali o amatoriali.

che in essi si intravedono dei segni “infantili”: i tratti dei gattini, infatti, susciterebbero senso di protezione e sentimenti di amicizia, tenerezza, affetto, come avviene nei confronti di un neonato. Proprio dalla capacità di appellarsi a sentimenti di amore e a ricordi d’infanzia deriva la diffusione virale di questi video, che riescono a ottenere migliaia di visualizzazioni in un tempo molto breve, più di video professionali di imprese, organizzazioni e celebrità: un contagio che non si sviluppa sulla base di motivazioni razionali ma che riguarda principalmente il piano somatico e percettivo.

Potremmo distinguere, infatti, due diversi tipi di viralità: una viralità *intenzionale o strategica* e una *viralità non intenzionale o casuale*, che si verifica senza premeditazione da parte dell’emittente. Nel primo caso si ha la presenza di una strategia ben definita, di un progetto di coinvolgimento del pubblico al fine di aumentare la conoscenza di un prodotto, di un marchio, di un evento o di promuovere la diffusione di valori sociali, etici, culturali. Nel secondo caso si tratta, invece, di un processo spontaneo, che si verifica anche senza la presenza di un progetto strategico a monte. I meccanismi della viralità, in quest’ultimo caso, sono strettamente legati alla diffusione di sensazioni e ricordano molto, dal punto di vista semiotico, le *interazioni non-mediate* tra soggetti di cui parla Landowski (2003) a proposito del *contagio estesico*²¹.

Se consideriamo, per esempio, il video amatoriale dell’utente Youtube Marghe Rossi²², diventato in breve tempo virale, notiamo l’assenza di una struttura narrativa basata sul modello della giunzione. Non è possibile, infatti, reperire delle interazioni di tipo *mediato* tra gli attanti presenti nel testo: il programma narrativo si basa sulla predominanza di sensazioni, che guidano la storia nel suo complesso. Il padrone accarezza il proprio cucciolo che, di rimando si predispone a ricevere le attenzioni e attraverso i suoi movimenti corporei determina il proseguimento dell’interazione. Il focus è sul rapporto sentimentale tra uomo e animale: la comunicazione è interamente basata sul contagio estesico, sulla reciproca trasmissione di percezioni attraverso la conduzione dei corpi in co-presenza²³. Questo video è un esempio tipico del modo in cui il rapporto uomo-animale viene ripreso e testualizzato dall’umano stesso: il gatto diventa un vero e proprio soggetto capace di determinare stati d’animo, sensazioni e sensibilità; un amico cui affidare il proprio sentire più profondo, che entra a pieno titolo nell’ambito della sfera dei rapporti familiari.

Nello spot web creato da BuzzFeed in collaborazione con il marchio Purina Friskies²⁴, tutta la narrazione si basa invece sul rapporto tra due gatti, uno adulto, già da anni inserito nell’ambiente domestico, e uno più giovane, appena arrivato (fig. 5). Il video inizia con le parole del gatto adulto: “Caro gattino, dal momento che ti ho soffiato almeno 437 volte, è ora mio dovere, come capo famiglia, a malincuore, darti il benvenuto”. Successivamente, il gatto adulto, che conosce perfettamente le regole e i trucchi della convivenza con l’uomo, con una voce fuori campo racconta i diversi momenti della vita domestica e dà dei consigli al gattino, in una sorta di dialogo immaginario: come ottenere i grattini, quali sono i cassetti migliori in cui riposare, come stare in guardia dal mostro “Aspira tutto” e quali sono i benefici di entrare in una scarpa.

²¹ La differenza fondamentale, rispetto alla teoria di Landowski, sta nel fatto che l’interazione estetica che si stabilisce tra soggetti riguarda istanze “virtuali” e non corpi “reali”. È interessante dunque comprendere in che modo si instaurano simili relazioni e quali sono i canali che consentono la diffusione di sensazioni su scala così estesa: i corpi infatti sono co-presenti in uno spazio virtuale condiviso e in una realtà “aumentata” (Finocchi 2014) che proietta la corporeità e il contatto al di fuori della specifica piattaforma di fruizione.

²² <https://www.youtube.com/watch?v=FX5mqYAIF0A> |ultimo accesso 31.07.2016|. Un altro esempio è il video virale dell’utente you tube kravmagarob, nel quale si mostra il rapporto affettuoso tra gatto e padrona https://www.youtube.com/watch?v=hI_3XFoTE4E |ultimo accesso 31.07.2016|.

²³ Il corpo è quindi aperto a ricevere le sensazioni provenienti da altri corpi e possiamo parlare di un *regime di intersoggettività*, definita come l’articolazione di continue interazioni *in praesentia* tra due o più soggetti. Nel caso del web, rispetto alle interazioni tradizionali, si pone il problema della virtualità: infatti, nello stesso spazio significante, si nota la co-presenza di istanze virtuali e simulacro di identità invece di corpi reali. Inoltre, anche il contesto di interazione è virtuale: lo spazio del web è immateriale, ha confini incerti, ed è difficile da essere delimitato. L’analisi di un testo virale web richiede, pertanto, una profonda riflessione sulla corretta metodologia da intraprendere.

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=nDFgZzO5gbE> |ultimo accesso 31.07.2016|



Fig. 5 - Un fotogramma dello spot web Purina Friskies

La storia è raccontata dal punto di vista del gatto, soggetto, che si fa carico della missione di introdurre il gattino ai segreti della convivenza con l'uomo. Quest'ultimo non compare se non marginalmente nella narrazione: la sua presenza è funzionale a spiegare quali sono le basi del rapporto uomo-animale ma non svolge un ruolo di primo piano nella comprensione della vicenda narrata. Il rapporto *uomo-animale* dunque passa in secondo piano rispetto a quello *animale-animale*, che costituisce il focus del messaggio. Le lezioni di vita da parte del micio adulto, infatti, rivelano l'instaurarsi graduale di un legame unico e di complicità tra i due animali: dalla diffidenza al piacere di avere in casa un compagno di giochi con cui condividere la propria arte felina. Il video è diventato ben presto un fenomeno sociale e negli Stati Uniti ha avuto un apprezzamento tale da originare una vera e propria saga, composta da sette episodi, che ha riscosso 50 milioni di visualizzazioni in pochissime ore.

Così come abbiamo visto nel video amatoriale analizzato in precedenza, anche in questo caso, seppure in maniera differente, rileviamo che la dimensione patemica e quella estetica sono alla base della viralità del testo web e, al contempo, risultano fondamentali per spiegare il modo in cui viene costruito il rapporto uomo-animale: quando l'umano viene ripreso, il rapporto che stabilisce con il gatto si basa sempre su un contatto sensoriale (tocchi, baci, carezze). Emerge così la profondità di una relazione somatica basata sull'*essere* (essere amico, essere amato, essere accolto) e non sull'*avere* (inteso come *possedere* un animale da compagnia), veicolando, ancora una volta, la diversa concezione sociale e culturale degli animali rispetto agli anni passati.

6. Case study: *Almo Nature* e il mondo visto dagli occhi dei gatti

Dopo aver descritto alcune delle possibili aree di osservazione del rapporto uomo-animale in ambito comunicativo, in questo paragrafo ci concentreremo sull'analisi semiotica dello spot "Il mondo visto dai gatti"²⁵ del marchio *Almo Nature* (2016). Si tratta, come vedremo, di uno spot di particolare interesse in quanto il rapporto tra uomo e animale, non essendo rappresentato diegeticamente al suo interno, è da ricostruire a livello enunciazionale, come una forma di focalizzazione interna della narrazione, che dà all'enunciatario la possibilità di entrare dentro al punto di vista dell'animale

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=bFus9qenzf0> | ultimo accesso 31.07.2016 |



umanizzato. L'analisi verterà principalmente sulle strategie enunciative dello spot, passando poi a ricostruire la struttura narrativa e i valori sui quali esso si fonda. L'obiettivo è comprendere quali sono le identità convocate dal testo e come si configura, di conseguenza, il rapporto uomo-animale al suo interno inscritto.

Lo spot, che nella versione "full" dura più di un minuto, inizia con una scritta che rende da subito chiaro il target di riferimento: "Esistono milioni di video *con* i gatti. Questo è davvero *per* i gatti". Questo messaggio iniziale è subito seguito dalla presentazione del video da parte del marchio ("Almo Nature presenta Cats' Land"), che attraverso un *debrayage* enunciativo mette in scena attori, spazi e tempi differenti rispetto a quelli del contesto di enunciazione. Da questo momento inizia la storia, narrata attraverso un susseguirsi di immagini che vedono come protagonista un gatto nei panni di se stesso, attento e curioso, alle prese con le avventure che la quotidianità gli propone. Attraverso gli occhi del gatto, una semplice apertura all'interno di un cartone diventa una porta, mentre una cassetta legata a un filo rappresenta l'ascensore di un'ipotetica abitazione e una farfalla di carta una preda da conquistare. Lo spot si conclude con la scritta "Pensati per la sua natura". L'idea di fondo è che il prodotto di consumo debba essere in linea con le reali esigenze degli animali che solo attraverso un'immedesimazione possono essere effettivamente comprese.

Dal punto di vista enunciativo notiamo che lo spot propone la messa in scena di un'identità *umanizzata* del gatto, che si trova alle prese con difficoltà e prove da affrontare in una sorta di spazio parallelo rispetto al mondo umano. L'uomo non compare all'interno dello spot e non viene interpellato o chiamato in causa in maniera diretta. La storia narrata appare come una spiegazione all'uomo del mondo così come viene vissuto dai felini e dunque, indirettamente, si possono scorgere le tracce di un'identità umana chiamata in causa dal testo. Il protagonista indiscusso è tuttavia l'animale, che racconta il mondo dal suo punto di vista attraverso diverse sequenze narrative che rimandano ad altrettanti programmi di azione (varcare una porta, arrivare in un punto più alto del soggiorno, catturare una preda). Emerge il ruolo fondamentale della musica, a cui è affidata l'intera parte uditiva dello spot, che contribuisce a delineare un *patto emotivo* con lo spettatore, rimandando così all'insieme dei valori espressamente associati dal marchio alla propria identità ("pet food+love").

Il testo riflette chiaramente il trend animalista descritto nei paragrafi precedenti: il prodotto di consumo, infatti, non solo tiene conto degli animali come interlocutori del discorso della marca, ma riflette anche le preoccupazioni nei confronti della loro salute e del loro benessere. Per questo motivo il prodotto proposto si basa su ingredienti controllati e di alta qualità, pensati appositamente per la natura del gatto, confermando come quest'ultimo sia al centro delle attenzioni dell'uomo così come avviene per gli altri membri familiari. La scelta viene rispecchiata anche dai colori dominanti, come il verde e il marrone, che rappresentano un richiamo all'idea di naturalità. L'aspetto che colpisce maggiormente in questo spot è tuttavia l'inversione del punto di vista che caratterizza l'intera narrazione: il mondo viene raccontato attraverso gli occhi del gatto, la cui presenza nel testo si pone come indipendente dalla presenza o dall'intervento dell'uomo. Le diverse soggettività sono equiparate: anche l'animale, trovandosi immerso in un mondo simile a quello umano, si trova ad affrontare prove e sfide quotidiane e il rapporto costruito strategicamente tra uomo e animale risulta *paritario*.

Per quanto riguarda gli aspetti narrativi, notiamo un ribaltamento degli schemi convenzionali: dall'*animale-oggetto* – da mangiare, abbandonare, usare per le pellicce o accessori in pelle – all'*animale-soggetto*, protagonista della storia narrata, che deve compiere diverse prove per attuare il proprio programma narrativo (congiungimento con l'oggetto di consumo che condensa l'idea di benessere e naturalità). Nel fare questo il gatto entra in contatto con gli oggetti del suo mondo in un *regime di intercorporeità* (Landowski 2003): tutto avviene attraverso una combinazione di abilità pragmatico-cognitive e aggiustamenti percettivi che consentono al gatto di cogliere, attraverso il suo apparato sensoriale sviluppato, la mossa corretta da effettuare. L'insieme delle micro-azioni rappresentano dei programmi narrativi d'uso, in quanto il programma principale risulta quello di individuare un prodotto rispettoso della natura del gatto, privo di sostanze nocive e caratterizzato da un elevato livello qualitativo. I valori che emergono sono soprattutto di carattere *utopico*²⁶ (uguaglianza, umanità,

²⁶ Cfr. Floch (1990).



naturalzza) e portano il gatto ad avvicinarsi in misura significativa al mondo umano, lasciando intendere che non si tratta, in definitiva, di un mondo così distante dal suo.

7. Conclusioni

Il breve percorso svolto ci consente di cogliere alcuni aspetti particolarmente significativi per la definizione del rapporto uomo-animale. Abbiamo visto, analizzando i cambiamenti intercorsi nel contesto di consumo contemporaneo, come si stiano delineando nuove forme di sensibilità e di inclusione che portano a ridefinire le forme usuali della soggettività. La pubblicità, nelle varie espressioni che abbiamo investigato, consente di cogliere questi mutamenti mettendo in gioco interazioni differenti rispetto al passato e proiettando specifiche identità dei soggetti coinvolti nella narrazione. Così, se fino ad alcuni anni fa il rapporto uomo-animale vedeva una predominanza della soggettività umana, che rimaneva chiaramente il perno di decisioni e scelte di consumo, ora il potere sanzionatorio si sposta direttamente sull'animale, investito a sua volta di una soggettività e di una capacità di valutare e scegliere i prodotti più inclini rispetto alla sua natura e alle sue esigenze. Se da un lato dunque si va verso una crescente *umanizzazione dell'animale* nei rapporti sociali e familiari, attualmente oggetto di dibattito su più fronti, dall'altro si riscontra nei testi pubblicitari uno *svuotamento della presenza e dell'identità umana*, che appare in molti casi accessoria rispetto alla predominanza dell'animale domestico.

L'analisi sociosemiotica ha permesso dunque di comprendere come si stia delineando, sotto la spinta di nuovi significati e valori, un diverso modo di intendere le pratiche di interazione e condivisione e, più in generale, come stia cambiando il nostro modo di relazionarci con *l'altro*. Le rappresentazioni dell'animale fornite dai testi pubblicitari, infatti, rinviano a un più ampio processo di cambiamento socioculturale, che chiama in causa una nuova modalità di percezione e valutazione del rapporto uomo-animale, basato, come abbiamo visto, sulla condivisione profonda di sensazioni e stati d'animo e pensato in maniera crescente in termini paritari e inclusivi, come mostra il progressivo inserimento dell'animale all'interno delle dinamiche familiari. Si delinea così un'area di interazione caratterizzata da pratiche, usi e comportamenti capaci di superare gli schemi descrittivi tradizionali: un'inversione di prospettiva che porta a riflettere sui cambiamenti intercorsi nel tessuto sociale e che la pubblicità, in qualche misura, rispecchia, anticipa e contribuisce a determinare, in un processo di continua costruzione e ri-modulazione.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

- Barthes R., 1961, "Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine", *Annales* (5), Paris, pp. 977-986 (trad it "Alimentazione contemporanea", in Marrone G., Giannitrapani A. (a cura di) *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità*, Mimesis, Udine 2012, pp. 27-43).
- Bianchi C., 2005, *Spot. Analisi semiotica dell'audiovisivo pubblicitario*, Carocci, Roma.
- Boero M., 2014, "Famiglia modello, modelli di famiglia. L'agentività delle immagini pubblicitarie", in Leone 2014, pp. 445-459.
- Boero M., 2015, "Consumi, naturalità ed eco-pragmatismo: la prospettiva semiotica nello studio di un caso", in Ferraro G., Giannitrapani A., Marrone G., Traini S., 2015, pp. 93-102.
- Boscherini F. 2014, *Pubblicità Sociale: dalla Paura all'Ironia. Come persuadere il pubblico assuefatto*, Edizioni Accademiche Italiane.
- Ceriani G., 2007, *Hot Spots e sfere di cristallo. Semiotica della tendenza e ricerca strategica*, FrancoAngeli, Milano.
- Codeluppi V., 2002, *La sociologia dei consumi*, Carocci, Roma, 2002, pp.129-131.
- Codeluppi V., 2013, *Storia della pubblicità italiana*, Carocci, Roma.
- Fabris G., 2008, *Societing: il marketing nella società postmoderna*, Milano, FrancoAngeli.
- Fabris G., 2010, *La società post-crescita*, Milano, Egea.
- Ferraro G., 1999, *La pubblicità all'era di Internet*, Meltemi, Roma.
- Ferraro G., Giannitrapani A., Marrone G., Traini S., 2015, *Dire la natura. Ambiente e significazione*, Torino, Aracne.
- Finocchi R., 2014, "Estesie incrementate, immaginazione ipertrofica", in Pezzini I., Spaziant L. 2014, pp. 29-40.
- Floch J. M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, Puf (trad. it., *Semiotica, marketing e comunicazione. Dietro i segni le strategie*, Milano, Franco Angeli, 1992).
- Foglio A., 2014, *Il marketing del turismo. Politiche e strategie di marketing per località, imprese e prodotti/servizi turistici*, Milano, FrancoAngeli.
- Greimas Algirdas J., Courtés, Joseph, 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris Hachette (trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Firenze, La Casa Usher, 1986)
- Landowski E., 1989, *La société réfléchie. Essais de socio-sémiotique*, Paris, Seuil (trad. it. *La società riflessa*, Roma, Meltemi, 1999).
- Landowski E., 2003, "Al di qua o al di là delle strategie: la presenza contagiosa", in G. Manetti, L. Barcellona, C. Rampoldi (a cura di), *Il contagio e i suoi simboli. Saggi semiotici*, Pisa, Edizioni ETS, pp. 29-65.
- Leone M., 2014, (a cura di), *Immagini efficaci*, Lexia n. 17-18, Torino, Aracne.
- Marrone G., 2001, *Corpi Sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi.
- Marrone G., 2007, *Il discorso di marca. Modelli semiotici per il branding*, Roma-Bari, Laterza.
- Marrone G., 2011, *Addio alla Natura*, Torino, Einaudi.
- Mazzalovo G., 2011, *Estetica di marca. Il nuovo confine competitivo del brand management*, Milano, FrancoAngeli,.
- Pezzini I., Spaziant L., 2014, (a cura di), *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, Pisa, Edizioni ETS.
- Polesana M.A., 2005, *La pubblicità intelligente. L'uso dell'ironia in pubblicità*, Milano, Franco Angeli.
- Pozzato M.P., 2001, *Semiotica del testo. Metodi, autori, esempi*, Roma, Carocci.
- Rolle L., 2014, *Semiotica in pratica. Strumenti per governare le strategie di brand*, Milano, Franco Angeli.
- Semprini A., 1996, *Analyser la communication. Comment analyser les images, les médias, la publicité*, Paris, L'Harmattan (trad. it. *Analizzare la comunicazione. Come analizzare la pubblicità, le immagini, i media*, Milano, FrancoAngeli, 1997).



- Semprini A., 2003, *Lo sguardo sociosemiotico. Comunicazione, marche, media, pubblicità*, Milano, Franco Angeli.
- Traini S., 2008, *Semiotica della comunicazione pubblicitaria*, Milano, Bompiani.
- Volli U., 2003, *Semiotica della pubblicità*, Roma-Bari, Laterza.



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

L'animale e l'artista in epoca contemporanea: una questione di cifra stilistica

Maddalena Rinaldi

Ce sont les regardeurs qui font les tableaux.

Marcel Duchamp

1. Metodologia e scelta del corpus

La storia dell'arte, sin dai suoi albori, ci racconta come l'animale sia stato sempre protagonista indiscusso delle rappresentazioni artistiche: dai graffiti rupestri nelle caverne alle più recenti forme estetiche contemporanee sono innumerevoli, infatti, gli esempi che andrebbero annoverati nel tentativo di ricostruire l'evoluzione sia estetica sia concettuale, del rapporto secolare tra uomo e animale. Impresa questa, tanto ardua quanto interessante, che il seguente lavoro prova ad affrontare attraverso una necessaria contestualizzazione del fenomeno all'interno di una cornice temporale circoscritta agli ultimi trenta anni. In questo periodo storico, infatti, più che in precedenza, soggetto oggetto e vita iniziano a mescolarsi tanto da ridefinire confini estetici e forme d'arte, mettendo in discussione e ripensando concetti fino ad allora consolidati come mostra, artista e opera.

La riflessione sul rapporto uomo-animale, nel contesto delle arti visive e performative contemporanee, è affrontata, in questo lavoro, dalla metà degli anni Ottanta ad oggi, arco temporale in cui la forma di questi relati, già discriminate identitarie nelle pratiche di socializzazione, viene esibita come cifra stilistica di ricerche estetiche, artistiche o curatoriali, assumendo espressioni tra le più disparate a cui soggiacciono scopi molto diversi e, divenendo, a volte, un requisito imprescindibile di (s)elezione.

Il rapporto che si ha con gli animali oltre ad influenzare le nostre relazioni sociali anima, infatti, anche il dibattito culturale accendendo, in particolar modo nell'arte, la discussione tra aspre critiche e grandi plausi, a seconda dello scopo che esso assume e di come l'artista lo rappresenta. Gli esempi ricordati di seguito, mostrano come la relazione con l'animale, ostentata in vario modo, sia in molti casi il mezzo attraverso il quale raggiungere i propri obiettivi professionali. L'arte del resto è ontologicamente un linguaggio sincretico e simbolico e le recenti manifestazioni contemporanee non si esimono da tale assunto. Il contributo propone un'analisi narrativa, plastico e figurativa dei lavori scelti con l'obiettivo di descrivere le strategie di costruzione dell'opera messe in atto dagli autori e, ricostruendone gli effetti di senso generati, risalire ai tratti invarianti disseminati da essi nelle opere.

Il lavoro raggruppa le analisi delle opere per macro categorie tematiche di intervento, all'interno delle quali sono stati selezionati alcuni tra i casi più rappresentativi del tema. Lavori in cui il rapporto con l'animale diviene un linguaggio, seppur sincretico, per manifestare la propria cifra stilistica.

2. Successo e popolarità: Damien Hirst, Jeff Koons, Joseph Klibansky

La presenza dell'animale nell'arte solleva giudizi pungenti e forti perplessità quando la relazione che ne consegue è di natura inconsueta o violenta e l'animale da soggetto si trasforma in oggetto, materia da plasmare, o addirittura entità ibrida e surreale. Dov'è che inizia e dove finisce la vita, (e l'opera) in queste espressioni estetiche, in cui animali putrefatti o inscatolati in formaldeide sono esposti come oggetti d'arte (e d'uso), dall'esistenza mortificata? Questi interrogativi sono stati argomento di dibattito tra critici, artisti e pubblico, di fronte all'esposizione di alcune opere di Damien Hirst (Bristol, UK - 1965), “[...] l'artista vivente "più" al mondo, più pagato, più famoso, più furbo... e più emblematico del sistema dell'arte contemporanea”. (Dall'Ombra, 2012). Si può annoverare Hirst, anche tra gli artisti che maggiormente hanno animato il dibattito pubblico sui nuovi confini rappresentativi dell'arte, a seguito dell'esposizione di alcune delle sue opere tra cui *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, 1991, lavoro che lo ha “condannato” definitivamente alla celebrità. *L'impossibilità fisica dell'idea di morte nella mente di colui che vive* è un'opera costituita da tre monumentali teche di acciaio e vetro (2,17 x 5,42 x 1,8 m) che conservano, immerso in una soluzione al 5% per cento di formalina, un enorme squalo bianco sezionato.

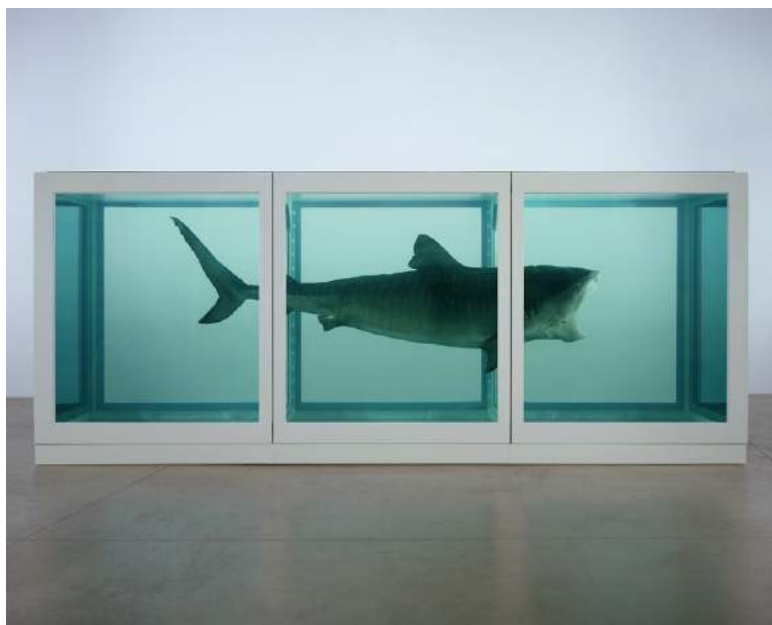


Fig. 1 - *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*,
Damien Hirst, 1991, glass, painted steel, silicone, monofilament, shark and formaldehyde solution, 2,17 x 5,42 x 1,8 m.
Photographed by Prudence Cuming Associates © Damien Hirst and Science Ltd. All rights reserved, DACS 2012

L'artista si serve di un cadavere di un animale per riflettere sulla paura, sulla morte, ma anche sulla vita. Dietro una costruzione plastica della composizione, quasi minimalista, fatta di poche linee rette spezzate e ortogonali, quelle delle teche, e da categorie cromatiche neutre, quasi acromatiche, che dal bianco virano verso l'azzurro della formalina, l'enunciazione emerge in tutta la sua forza attraverso il livello figurativo del testo: il cadavere dello squalo. Se come corpo, lo squalo rappresenta la morte, sul piano del contenuto esso invece celebra la vita. L'animale morto e sezionato è, infatti, esposto come oggetto di valore premurosamente conservato in un'elegantissima teca bianca e trasparente (e non

sepolto dentro una bara scura) e si fa portatore dell'enunciazione dell'artista che invita lo spettatore dell'opera a riflettere sulla sua vita. Una vita fatta anche di paure, come appunto quella dello squalo e anche della morte, dell'uomo e dell'animale, quella a cui allude simbolicamente l'opera. Dietro l'operazione di Hirst, discussa da più punti di vista, che elegge alla stregua di opera d'arte un animale morto (percepita da molta critica d'arte come la peggiore delle barbarie) ad uno sguardo più attento si legge la volontà dell'autore di riflettere sull'importanza della vita, nel momento in cui egli, strizzando l'occhio ai ready made di Duchamp, resuscita concettualmente l'animale deceduto, contestualizzandolo in un finto acquario ed esponendolo attraverso l'articolazione armonica di categorie eidetiche eleganti e sobrie, in un luogo deputato alla cultura.

Il giovane artista inglese, esponente del gruppo Young British Artists (YBAs) aveva già mostrato quali fossero le sue marche enunciative preferite che diventeranno, da lì a pochi anni, i tratti invariati della sua ricerca estetica, con l'opera del 1990 *Thousand Years*. Di nuovo una grande teca di vetro divisa in due parti: una custodisce ed espone una testa di mucca putrefatta sulla quale campeggia una lampada antizanzare che attira le larve delle mosche appena nate, l'altra parte della teca contiene un cubo bianco.



Fig.2 - *Thousand Years*, Damien Hirst, 1990, glass, steel, silicone rubber, painted MDF, Insect-O-Cutor, cow's head, blood, flies, maggots, metal dishes, cotton wool, sugar and water, 2 x 4 x 2,15 m
Photographed by Roger Wooldridge © Damien Hirst and Science Ltd. All rights reserved, DACS 2012

L'artista mette in scena un ciclo vitale, esibendo al contempo animali vivi e morti, come oggetti di valore, alla stregua di un quadro ad olio. Ma aldilà del dibattito critico sollevato per un'operazione simile (che vanta autorevoli precedenti) e perplessità legate ad una fortunata strategia pubblicitaria di Charles Saatchi¹, (che ha reso Hirst l'artista del YBAs più apprezzato dal mercato dell'arte contemporanea) la riflessione interessante è sul rapporto uomo-animale (vita-morte) che egli affronta in questi ed in altri lavori come *Away from the Flock*, 1994, un agnello in formaldeide e *Love is Great*, 1994 farfalle morte intrappolate su tela da vernice, ad esempio.

In *Thousand Years*, infatti, lo spettatore è chiamato ad interpretare un messaggio molto complesso sia

¹ Charles Saatchi è il più noto pubblicitario al mondo, fondatore con il fratello della celebre agenzia pubblicitaria, ma è anche un grande collezionista d'arte contemporanea e colui che ha sponsorizzato, rendendo celebri, gli YBA – Young British Artist alla fine degli anni Ottanta. “Saatchi è una figura centrale dell'arte contemporanea e rappresenta il prototipo del moderno collezionista di brand. I suoi acquisti vengono pubblicizzati e creano immediatamente una reputazione per un artista. [...] Ha finanziato la creazione dello squalo imbalsamato di Damien Hirst e qualcuno sostiene perfino che abbia inventato il personaggio artistico di Hirst” (Thompson, 2009).

estheticamente che concettualmente. Anche in questo caso l'artista demanda a marche enunciative minimali da un punto di vista plastico un contenuto molto denso concettualmente. In coerenza con la cifra stilistica dell'artista, anche in quest'opera a livello plastico emergono categorie eidetiche e cromatiche portatrici di un effetto di senso elegante e sobrio. Poche linee rette e ortogonali, delimitano lo spazio dell'opera come un *débrayage* spazio temporale (tipico del quadro) e, anche in questo lavoro, più che di cromatismo si può parlare di acromia, data la prevalenza del nero, del bianco della teca ma anche degli oggetti custoditi in essa. L'animale putrefatto e circondato da mosche in quest'opera è esposto in tutta la sua portata cruenta e disgustosa (quella che ha fatto rabbrivire una certa parte della critica contemporanea) e sia simbolicamente che semisimbolicamente (come descritto in seguito) allude alla morte. Ma anche in quest'opera, ad una lettura più attenta, si evince che il messaggio sotteso ad essa, passando attraverso una strutturazione articolata della forma del contenuto, è capace di ribaltare la sua lettura denotativa. Il testo dell'opera così descritta, non parla solo della morte, ma inserisce la morte nel ciclico processo della vita di cui manifesta i tratti ricorrenti: come la nascita, rappresentata dalle larve nel cubo, la vita, che occupa tutto lo spazio della teca, e la morte raffigurata simbolicamente nella carcassa dell'animale. Dall'osservazione dell'opera si evince una contrapposizione cromatica (acromatica) tra il nero della parte sinistra della teca in cui l'animale è circondato da mosche (che non appena morte vanno a comporre quel tappeto nero attorno alla carcassa) e il bianco del cubo della parte destra della teca, cubo da cui si origina la vita degli insetti. La categoria semantica *bianco vs nero* del livello dell'espressione, corrisponde a quella *vita vs morte* sul piano del contenuto, realizzando quell'effetto di senso scioccante nello spettatore che di fronte all'opera di Damien Hirst ancora una volta, non sa se esserne attratto o respinto.

Nello scenario artistico contemporaneo, il rapporto con l'animale assume forme estetiche e significati tra i più disparati, vedendo l'animale a volte assumere le sembianze di Oggetto (d'uso o di valore) a volte di Soggetto (più o meno co-autore dell'opera). Ci sono poi i casi in cui, sfiorando i limiti del paradosso, l'artista trasforma il cucciolo di animale in una pseudo-divinità mitologica e, alla stregua di un idolo da adorare, lo replica in scala sovradimensionata con altri materiali. Questo il caso di Jeff Koons (York, 1955) e i suoi *Ballon Dogs*, 1994 – 2000 ad esempio, e di Joseph Klibansky (Cape Town, 1984) con le sue sculture giganti come *Baby We Made It*, 2016.



Fig. 3 - *Baby We Made It*, Joseph Klibansky, 2016, polished bronze, 6,9 x 7 x 5 m.
© Joseph Klibansky, www.josephklibansky.com.



Fig. 4 - *Ballon Dogs*, Jeff Koons, 1994 – 2000, mirror-polished stainless steel with transparent color coating, 30,7 x 36,3 x 11,4 m © Jeff Koons, www.jeffkoons.com.

I lavori sopra citati, a scopo rappresentativo di molti altri, si inseriscono in una dinamica di riconoscibilità dell'artista attraverso la reiterazione di particolari categorie plastiche e figurative più che concettuali. Da Koons, artista dal successo di mercato consolidato da decenni, a Klibansky, nome emergente sulla scena internazionale contemporanea (e sottintendendo molti altri possibili famosi esempi) l'esagerazione delle dimensioni e l'utilizzo di specifici materiali e di precisi colori, divengono le

marcche distintive ricorrenti attraverso le quali gli autori in questione disegnano la loro identità visiva, (Floch, 1995). In queste opere, dichiaratamente ludiche, lo spettatore si trova di fronte animali come cani, ma anche tartarughe, o scimmie, le cui dimensioni sono volutamente enfatizzate, ai limiti del gigantismo a volte. L'animale assume così dei connotati estranei al suo modo naturale di essere e lo spettatore accetta il "contratto" con l'artista stando al suo gioco e riconoscendo l'animale come se le sue dimensioni non contassero. Ma le dimensioni, i materiali ed i colori sono le marcche enunciatriche di quella sintassi sincretica che l'autore utilizza per proiettare sulla scultura/monumento quei valori di natura mitica e divina con i quali la presenta al pubblico, divertendolo. L'effetto di senso che si ha di fronte a opere simili è, infatti, quello dell'icona di una divinità, spesso dai colori eccentrici, laccati o brillanti, come l'oro o l'argento, nei confronti della quale prostrarsi. L'animale assume in questo modo le caratteristiche di un oggetto di valore, prezioso ai limiti del divino da idolatrare. Anche lavori simili, però, non evitano di suscitare perplessità dalla critica. Più che voler mitizzare o idolatrare gli animali, questi artisti sembrano indirettamente voler promuovere se stessi attraverso l'allusione a categorie del lusso e del benessere.

"[...] La celebre opera *Rabbit*, per esempio, un coniglio gonfiabile che l'artista ha fatto fondere in alluminio inossidabile, solleva innumerevoli questioni non soltanto sul consumismo e sul lusso, tendenze particolarmente rilevanti in quel momento, ma anche sull'abitudine radicata nel passato di affidarsi ai materiali più lucenti per riceverne un senso di sicurezza sociale." (Del Drago, 2008, p. 490).

Se in altre opere si assiste all'utilizzo del corpo dell'animale (spesso deceduto) per lanciare un messaggio variamente connotato, in questi lavori l'animale non è lo strumento attraverso cui comunicare il messaggio, ma diviene infatti l'oggetto del desiderio verso cui tendere (lusso, consumismo e benessere).

2. Impegno politico e sociale: Tania Bruguera, Adrian Paci, Regina José Galindo

In altri lavori l'ostentazione del relato con l'animale acquisisce e vanta invece un significato politico e sociale, come in alcune delle performance di Tania Bruguera ad esempio (*El Peso de la culpa*, 1997 – 1999; *Body of Silence*, 1998).



Fig. 5 - T. Bruguera, *Body of Silence*, 1998
Performance, 45', pecora squartata, corda, acqua, sale, terra (Foto © Creative Commons).



I lavori della Bruguera (L'Avana, Cuba - 1969) infatti, sono sempre fortemente politici ed eticamente impegnati a smascherare i meccanismi del potere.

“[...]Ogni volta pone al centro della sua opera due o tre questioni che oggi volgarmente si direbbero “glocal” (globali/locali), eppure nazionali e internazionali, universali: la libertà, la menzogna, l'oppressione, il diritto individuale”. (Lux, 2006, p. 31).

Attraverso le sue performance, l'artista non perde mai l'occasione di raccontare le difficoltà sociali del suo paese, nel tentativo di denunciare soprusi e ingiustizie, perpetuate anche nel sistema artistico occidentale. All'interno di questa sua concezione dell'arte come mezzo di comunicazione critico e necessario per affermare nuovi modelli culturali e artistici risiede anche la performance *El peso de la culpa*, realizzata per la prima volta in casa sua il 4 maggio del 1997 e riproposta alla Nona Biennale de L'Avana del 2006. In questo lavoro, che produce nello spettatore un effetto di senso straniante, infastidendolo, la Bruguera, nuda, mescola e mangia terra e acqua per 45 minuti, con un agnello sgozzato appeso al collo e di fronte ad una bandiera cubana tessuta da lei stessa con capelli umani. La sua azione è molto forte e l'ostentazione dell'animale deceduto è una chiara provocazione. Il coinvolgimento dello spettatore in quest'opera avviene soprattutto da un punto di vista patemico e poi cognitivo. Il pubblico è colpito dalla performance per la sua violenza estetica (l'artista indossa unicamente l'agnello sgozzato e squartato) che trasmette inquietudine e sofferenza. Il senso di angoscia segue un andamento crescente dovuto alla reiterazione dell'azione dell'artista che senza sosta continua a mangiare terra. In questo lavoro l'aspettativa sovradetermina la temporalità tanto che l'attesa dello spettatore può definirsi un processo caratterizzato da una duratività discontinua. Ovvero, l'osservatore aspetta, vanamente, l'evoluzione narrativa del racconto, che ha invece una durata iterativa.

L'enunciazione sincretica data dal linguaggio del corpo e dall'allestimento simbolico della scena trasmette al pubblico un messaggio di dolore e di morte attraverso l'attore/artista in scena e l'attante agnello deceduto, ma anche dell'impossibilità di alternative, reiterazione del gesto esasperato. Simbolicamente la bandiera di Cuba, contestualizza il racconto che ha come protagonista l'artista nelle vesti dei nativi dell'isola che di fronte alla minaccia dei conquistatori spagnoli furono costretti a praticare il suicidio rituale, mangiando terra e acqua.

Così tra le varianti possibili della rappresentazione artistica, il relato uomo-animale a volte è anche fautore di grandi plausi: quando l'animale è considerato, almeno all'apparenza, come un soggetto co-autore della performance o dell'opera visiva ed è parte di un messaggio “impegnato”.

Questo il caso anche dei lavori di Adrian Paci, *Inside the Circe* del 2012, o di Regina José Galindo, *La oveja negra* sempre del 2014, realizzati durante la residenza presso Rave (Residency di Trivignano Udinese). RAVE – East Village Artist Residency è un progetto curatoriale nato nel 2011 che fa del relato uomo-animale la sua cifra stilistica. Ideato da Isabella Pers e Tiziana Pers con la collaborazione di Giovanni Marta, il progetto ospita ogni estate un artista internazionale ed è “l'unica residenza che apre la discussione sul ruolo e sulla responsabilità dell'arte contemporanea nei confronti dell'alterità animale e, più in generale, verso la necessità di ripensare e ripensarsi mediante la prospettiva biocentrica”, come dichiarato sul sito del progetto².

² Cfr. www.raveresidency.com.



Fig. 6 - *Inside the Circle*, Adrian Paci, 2012, video, b/n, suono, 6'33", loop
Photo © www.raveresidency.com

L'artista invitato è chiamato a lavorare in un cascinale situato in un piccolo paese del Friuli il cui territorio è inserito in un contesto rurale, lontano dai grandi centri urbani, dove vivono animali salvati dall'industria alimentare e tolti dai meccanismi consumistici. A lui è chiesto di ideare e realizzare un progetto *site specific*, oltre che a partecipare a talks e dialoghi multidisciplinari con giovani artisti o studenti.

Il rapporto tra uomo e animale in questo caso è un dettame imprescindibile per la creazione dell'opera durante la residenza artistica, dettame al quale gli artisti invitati non possono quindi sottrarsi. Nel 2011 è stato invitato a RAVE Adrian Paci (Scutari, Albania - 1969) che ha realizzato durante la residenza *Inside the circle*, un video di circa 6 minuti e 33 secondi in bianco e nero. Nell'opera, un dialogo tra una donna nuda e scalza e un cavallo bianco, è mostrata una relazione tra uomo ed animale resa possibile attraverso la poeticità di quel codice arcaico e prelinguistico che è tipica del corpo, come sostiene Daniele Capra³. Il lavoro infatti esplora le dinamiche del rapporto uomo e animale e animale e natura a partire dalla relazione che si instaura tra la giovane donna nelle vesti di istruttore e il cavallo bianco, nell'atto di addomesticarsi a vicenda, all'interno di un recinto.

Il video inizia con un'inquadratura lunga sul cavallo seguita da una sulla donna in piedi con una corda in mano. I due attori si fronteggiano. La narrazione segue il ritmo dettato dall'interazione tra i due protagonisti che si scrutano, si avvicinano e si conoscono. Il video non ha un audio, ma sono le inquadrature stesse del regista/artista a mostrare il suono di quel dialogo tra corpi. La donna e l'animale, nel video di Adrian Paci, avanzano seguendo il perimetro del recinto, si scortano, si rincorrono e alla fine arrivano a camminare coordinandosi l'uno con l'altra. I loro passi, sono armonici, rincorrono lo stesso tempo e lo stesso ritmo di una melodia silenziosa, danzando. Attraverso un sapiente gioco di inquadrature e tagli di montaggio, l'effetto di senso che ne deriva è quello di una simbiosi tra i due protagonisti del racconto, che diventano una entità unica. I due corpi candidi interagiscono in una scena altrettanto chiara e luminosa, tutt'intorno, fuori dal limite segnato dal recinto, oltre lo spazio utopico della performance dei soggetti, c'è il buio. Bianco e nero a livello plastico sono le categorie cromatiche in base alle quali è costruita l'opera e attraverso le quali emerge, alla fine del video, quel senso di solidarietà reciproca tra i due corpi.

Stessa strategia enunciativa viene utilizzata anche da Regina José Galindo (Guatemala, 1974) nella sua performance durante la residenza a RAVE del 2014. L'artista espone se stessa, come un monumento

³ Daniele Capra, curatore indipendente, ha presentato il lavoro di Adrian Paci realizzato per RAVE a Villa Penna a Scicli (RG) nel 2014: "[...] *Inside the Circle* – che inscena metaforicamente anche il contrasto tra la bellezza della donna, centripeta per lo sguardo e l'eros, e la potenza virile, sorprendente ma dispersiva – mostra così come sia possibile instaurare una relazione tra uomo ed animale utilizzando il corpo ed il suo codice arcaico. Che è allo stesso tempo poetico, inaspettatamente, nell'essere primitivo e prelinguistico." <http://www.danielecapra.com/texts/paci-inside-the-circle/#image-3>

alle pecore nere di ogni tempo, all'interno di un gregge di pecore bianche in un recinto.



Fig.7 - *La oveja negra*, Regina José Galindo, 2014. Photo © Tiziana Pers – RAVE 2014

È lei a essere “nera” in questo caso e a rappresentare la diversità rispetto agli altri (le pecore bianche). Se l'opera video di Adrian Paci è costruita a livello plastico e figurativo in maniera tale che l'effetto di senso che ne emerge è quello di una simbiosi tra i due soggetti dell'enunciazione, nel caso de *La oveja negra*, invece, la contrapposizione a livello plastico della categoria cromatica (acromatica) del bianco e nero sul piano dell'espressione marca una discontinuità tra i soggetti, una differenza tra lei e gli altri. Tuttavia, sul piano del contenuto questa contrapposizione non indica una differenza, bensì una somiglianza. L'artista infatti (nuda e col volto coperto solo dai suoi capelli corvini) è al centro del gregge di pecore bianche, si mette cioè sullo stesso livello degli animali e sperimenta per una volta, attraverso la sua corporeità, l'essere una pecora tra le pecore. È il suo corpo ad essere l'enunciato della narrazione, là dove sofferenza e discriminazione sono vissuti personalmente in quanto donna e in quanto animale rappresentato. La Galindo propone se stessa come discontinuità nella continuità (del mondo animale) facendosi carico personalmente e *propriocettivamente* dell'essere differente. Anche il coinvolgimento dello spettatore passa attraverso la dimensione passionale del senso, egli non può sottrarsi da un meccanismo di proiezione del sé e immedesimarsi in quello che sta vedendo, subendone la sofferenza e l'angoscia sul proprio stesso corpo.

Nel caso di RAVE, rappresentativo di altri eventi della stessa natura, è la cifra stilistica del progetto stesso ad indurre gli artisti a riflettere sul ruolo e sulla responsabilità dell'arte contemporanea nei confronti dell'alterità animale. In questi progetti e in opere simili (come anche, ad esempio, Carsten Höller, *Tauben und Lederhose*, 1992) gli animali arrivano a ricoprire dunque ruoli importanti tanto che il relato uomo-animale assurge esso stesso ad opera capace rispettare le specifiche peculiarità di ognuno nella consapevolezza dell'unità naturale del sistema vitale.

3. Denunce e provocazioni: Maurizio Cattelan, Cao Fei, Jan Fabre

Nel grande collettivo del mondo artistico, la relazione con l'animale assume molteplici fanie espressive fino a ribaltare a volte il rapporto tra Soggetto e Oggetto, come in quei casi in cui l'altro diviene un mero strumento di provocazione e l'opera non è altro che ostentazione della morte dell'animale.

Questo il caso, ad esempio di *Bidibidobidiboo*, del 1997 di Maurizio Cattelan (Padova, 1960) che ha sollevato forti perplessità sulla reale qualità o autenticità di alcune delle sue opere. Molti sono i lavori che lo hanno reso protagonista delle più aspre polemiche del modo dell'arte e tra queste anche *Bidibidobidiboo*, dove agli occhi dello spettatore offre un infelice “cucciolo” di scoiattolo tassidermizzato,

suicida.



Fig. 8 - *Bidibidobidiboo*, M. Cattelan, 1997
Foto © Creative Commons

Cattelan, fautore di un disincantato gusto ironico e ribelle nei confronti delle convenzioni istituzionali, affronta, con questa piccola miniatura 3D surreale, il drammatico fenomeno del suicidio. L'effetto di senso realistico è dovuto alla cura del dettaglio della piccola cucina riprodotta ed ai particolari degli oggetti rappresentati come il bicchiere e la pistola. Lo spettatore coinvolto pateticamente dall'opera, in un primo momento è volutamente disorientato e interdetto. La presenza dell'animale, seppur impagliato, in un ambiente umano miniaturizzato provoca quel giusto equilibrio di ironia e incredulità. Se in un primo momento il contrasto tra il reale dei dettagli della raffigurazione e il fantastico dell'animale impagliato in cucina genera un effetto di senso prima straniante e poi ironico nello sguardo di chi osserva, successivamente si ha un ribaltamento dei concetti. Il reale dell'ambiente riprodotto alla perfezione corrisponde alla finzione della scenografia, quasi teatrale, mentre il fantastico dell'animale tassidermizzato assume quel drammatico senso di realtà, alludendo al problema del suicidio. Ancora una volta Cattelan si prende gioco dello spettatore, proponendogli un messaggio drammatico attraverso un linguaggio ludico e ironico, lasciando volutamente l'opera aperta a possibili interpretazioni altre. In altri termini, a livello delle strutture profonde, siamo di fronte ad una assiologizzazione della categoria semantica della veridizione in cui la manifestazione (apparire/non apparire) su cui è articolato il piano espressivo dell'opera, si contrappone all'immanenza (essere/non essere) rintracciata sul piano del contenuto della stessa, mettendo in atto una serie di implicazioni logiche che conducono o alla verità (*essere vs apparire*) o alla falsità (*non apparire vs non essere*) dell'interpretazione possibile che ne dà lo spettatore. In quest'opera, come in lavori simili, la relazione con l'animale diviene dunque un elemento provocatorio che, garante di una sicura visibilità, assurge a fattore di successo per l'artista.

La rappresentazione del relato uomo-animale, nell'arte contemporanea, non si limita ad utilizzare linguaggi sincretici e poco convenzionali per affermare un tale o un talaltro messaggio, né per ottenere solo popolarità e successo di mercato a costo di ribaltare concetti o funzioni, ma a volte si spinge fino a travalicare i limiti del reale. La realizzazione di entità ibride tra l'umano e l'animale rientra in quelle scelte enunciative retoriche che, in ragione di una volontà di condanna di un certo atteggiamento, propongono allo spettatore opere (e operazioni) surreali.

Questo il caso, ad esempio, di *Rabid Dogs*, 2002 di Cao Fei (Guangzhou - Cina, 1978). Cani rabbiosi è un video surreal pop di 8 minuti che scava dentro la mitologia asiatica ironizzando e deridendola.



Fig. 9 - *Rabid Dogs*, Cao Fei, 2002
Still da video, colori 8'
© Cao Fei | www.artslant.com

Il breve film, a metà tra un trailer e un videoclip⁴ ironizza sulla consumistica società cinese che, in ragione dell'ostentazione del brand e delle possibilità economiche ad esso sottese, si rende schiavo del proprio datore di lavoro, invece di ribellarsi ad esso come farebbero, appunto, dei cani rabbiosi. La singolarità dell'opera risiede nel mostrare attori con le facce dipinte da cani, con una tecnica che evoca la pittura cinese. La narrazione è divisa in due parti, nella prima con uno sguardo extradiegetico lo spettatore assiste ad una giornata lavorativa standard in cui gli impiegati di un ufficio, simulando le movenze dell'animale a quattro zampe, entrano in azienda vestiti tutti e completamente, dal cappello alle scarpe, con una divisa che richiama la nota marca Burberry. Scrivono al Pc, rispondono al telefono, eseguono gli ordini del capo, lavorando ininterrottamente come cagnolini ubbidienti osservati attraverso l'occhio vigile di una telecamera. In un *débrayage* spaziale di pochi secondi, la scena mostra lo schermo diviso in riquadri che proietta tutte le angolature osservate dell'ufficio. Gli impiegati sono sotto controllo continuo. La narrazione segue il ritmo incalzante della melodia che l'accompagna, *Ban Jin Ba Liang* di Sam Hui. Nella seconda parte del film assistiamo, invece, ad un ribaltamento di prospettiva, suoni e colori. La scena mostra l'ambiente lavorativo di notte, (lo spazio utopico, della performance è lo stesso delle ore diurne, ma assume i connotati di una prigione trasformandosi in spazio eterotopico) il ritmo si fa disteso e in ufficio è tutto buio, tutti i computer sono spenti, la giornata lavorativa è finita sono andati tutti a casa finalmente, tranne un solo cane/impiegato che è costretto con tanto di museruola e guinzaglio a restare in uno stato di semi prigionia. La narrazione, attraverso un *débrayage* temporale mostra cosa è successo prima di quella scena, giustificando concettualmente la nuova condizione del Soggetto. L'impiegato al guinzaglio aveva assunto un comportamento irriverente, ribellandosi ai dettami del capo e compiendo una serie di azioni non consentite (come defecare sui documenti, ribaltare la ciotola del cibo per rifiutarsi di mangiare gli escrementi e azioni simili...) e per questo è stato punito. Da un punto di vista dell'analisi narrativa, la costruzione dell'enunciazione mostra come il Soggetto (l'impiegato/cane), che contravviene alla Manipolazione del Destinante/Manipolatore (regole imposte dal superiore), attuando un piano narrativo d'uso alternativo (la ribellione), per raggiungere un Oggetto di valore non previsto (la libertà), è condannato ad una Sanzione (punizione e condizione di schiavitù) dal Destinante (capo dell'azienda).

⁴ Cfr. Francesco Bonami, 2008, *Contemporanea. Arte dal 1950 ad oggi*, Milano, Mondadori.

Il messaggio sotteso all'ironica e surreale narrazione di Cao Fei, così strutturata emerge con chiarezza e provoca nello spettatore un effetto di senso altalenante tra *euforia* e *disforia*. Ironica e surreale è infatti l'enunciazione da un punto di vista figurativo, delle strutture discorsive della narrazione, che si rintraccia nel travestimento degli impiegati, diversa è però l'articolazione concettuale nelle strutture semio-narrative. Ad un livello profondo del senso, i valori modali in gioco, utilizzati dall'artista per la costruzione dell'opera, sono infatti quelli della prescrizione e dell'interdizione. Gli attanti dell'enunciazione sono modalizzati secondo un *dover fare* (obbligo di eseguire gli ordini e di rispettare un'organizzazione gerarchizzata del lavoro) e un *non poter fare* (impossibilità di ribellarsi a delle costrizioni imposte). L'artista mostra deridendola, una società che soccombe a se stessa ed alle sue regole. L'enunciatore, cioè, usa l'animale (il cane) in nome di quella valenza simbolica di fedeltà a cui rimanda denotativamente: il cane fedele (travestimento dell'impiegato cinese) obbedisce al padrone e se si ribella viene punito.

La denuncia di Cao Fei, mascherata da una surreale ironia della forma estetica, assume i toni drammatici sul piano del contenuto, provocando così un effetto di senso nello spettatore ibrido e altalenante tra divertimento e turbamento.

Ma anche quando gli intenti artistici sembrano invece essere dei più nobili, nel lanciare un grido di vendetta da parte degli animali, rischiano, a volte, di incorrere in forti contraddizioni etiche, morali e culturali. Uno per tutti in questo senso è il famigerato e contestato lavoro di Jan Fabre, *Il carnevale di cani randagi morti*, del 2006. Un'installazione presentata nel 2006 al Museo delle Belle Arti di Anversa, dove ad essere esposti sono dei cani randagi, morti e impiccati.



Fig. 10 - *Il carnevale di cani randagi morti*,
Jan Fabre, 2006 performance
© Creative Commons per © www.iperarte.net

Jan Fabre (Anversa, 1958), contestato infondatamente all'inizio per aver sevizato gli animali (accuse prontamente smentite)⁵ aveva allestito la sala buia con coriandoli, stelle filanti e cappellini colorati sulle teste dei cani, adibendola a festa di carnevale, un carnevale alla rovescia però. L'intento dell'artista, infatti, era dichiaratamente quello di una protesta nei confronti dell'uomo che maltratta l'animale con atti di violenta crudeltà, spesso esibizionistici. Eppure, la costruzione del testo estetico non ha suscitato

⁵ Accuse e smentite apparse su diversi mass media, una buona sintesi la si trova qui:
<http://www.debunking.it/2016/05/le-contestate-opere-dei-gatti-e-cani-morti-di-jan-fabre-facciamo-chiarzza/>



lodi, perché proprio quelle marche enunciativie che avrebbero dovuto far emergere un effetto di senso lodevole nei confronti dell'enunciatario (cadaveri esposti come opere), si sono rivelate fatali per il suo plauso.

L'artista, anche attore e regista teatrale, è solito essere contestato dall'opinione pubblica, animalisti e non solo, per l'utilizzo nei suoi lavori di animali morti: di recente, si è assistito a Firenze ad una protesta per l'apertura di una sua mostra a Palazzo Vecchio⁶. Tuttavia, la critica di una parte del pubblico per *Il carnevale di cani randagi morti*, del 2006 e *Il reclamo dei gatti randagi morti* del 2007 rientra in un certo senso nella volontà enunciativa dell'artista, che traccia nel testo volutamente dei riferimenti alla classe borghese (coriandoli, cappelli, stelle filanti tipiche dei party) avvezza nella pratica dell'abbandono dell'animale, condannandolo a morte, così come a quel sentimento di orrore che sostiene di provare di fronte al corpo dell'animale inerme, che egli stesso uccide. Il contrasto festa/funerale emerge a livello plastico e figurativo dalla contrapposizione delle categorie cromatiche (colorato/nero) ed eidetiche (coriandoli/cadavere) del testo dell'installazione che corrispondono a due differenti investimenti patemici (allegria *vs* tristezza).

Ancora una riflessione attorno alla vita e alla morte, anche quella che fa il contestatissimo Jan Fabre che, provocatore per definizione, sfrutta il relato uomo-animale per esibire (anche attraverso la critica postuma, preconizzata nel suo testo estetico) tutte le sue dinamiche relazionali, sospese tra affetto e ipocrisia.

4. Conclusioni

Al termine di questo *excursus*, necessariamente incompleto ma rappresentativo degli ultimi trenta anni di produzione estetica contemporanea, si delineano i contorni di quella sfera di attività artistiche che prendono in carico, in vario modo, il rapporto uomo-animale per definire se stesse e le proprie precipue peculiarità.

Attraverso queste manifestazioni culturali, i soggetti enunciatori sembrano tutti, se pur animati da intenti diversi, alla stregua di *bricoleur*, costruire nel tempo una chiara cifra stilistica che come un'identità visiva (Floch 1995) è data da segni permanenti, il relato uomo-animale, invarianti di differenti fanie espressive che ciascun artista realizza per comunicare messaggi provocatori, di denuncia o di ostentazione del sé. La relazione con l'animale, variamente rappresentata negli esempi riportati, si manifesta come la descrizione della cifra stilistica di artisti e di progetti curatoriali. Cifra stilistica che può assumere tratti espressivi surreali e fantastici o drammaticamente realistici, ma pur sempre legata ad una ricerca estetica dell'autore. Dietro le ricorrenze di tratti costitutivi della poetica differentemente definiti a livello plastico, figurativo o narrativo si celano però delle precise volontà autoriali. Se alcuni artisti mirano all'autopromozione del sé e la sete di successo sensazionalistico a tutti i costi (Damien Hirst, Jeff Koons, Joseph Klibansky) altri ricorrono al rapporto con l'animale per denunciare soprusi e condannare atteggiamenti ipocriti (Maurizio Cattelan, Cao Fei, Jan Fabre) altri ancora invece per riconciliarsi con il mondo animale entrandone in simbiosi (Tania Bruguera, Adrian Paci, Regina José Galindo). Tuttavia, qualunque sia la ricerca artistica di ciascuno e aldilà del messaggio sotteso ad una scultura o ad una performance, gli esempi descritti e analizzati mostrano come il relato uomo-animale sia un tema affrontato con sempre maggiore attenzione anche nell'arte contemporanea, ancora oggi, nonostante l'evoluzione di tecniche artistiche e il prepotente ingresso di tematiche meno radicate e intime come è al contrario il rapporto con gli animali e la natura.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018

⁶ Notizia riportata su: <http://it.blastingnews.com/cultura-spettacoli/2016/06/jan-fabre-a-firenze-gli-animalisti-protestano-00972197.html>



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- AAVV., 2008, *Contemporanea. Arte dal 1950 ad oggi*, Milano, Mondadori.
- Bertola C., 2008 *Curare l'arte*, Milano, Mondadori.
- F. Bonami, F. 2008, *Cao Fei*, in *Contemporanea. Arte dal 1950 ad oggi*, Milano, Mondadori.
- Bourriaud, N., 1998, *Esthétique relationnelle*, Paris-Dijon, Presses du Réel.
- Cattelan M., 2011, *Un salto nel vuoto*, Milano, Rizzoli.
- Dall'Ombra D., 2012, *Se questo è un capolavoro. Damien Hirst dalla morte alla vita, andata e ritorno* in *Tracce.it*.
- Del Drago E., *Panorama artistico internazionale*, in *Contemporanea. Arte dal 1950 ad oggi*, Milano, Mondadori.
- Eco U., 1975, *Trattato di Semiotica generale*, Milano, Bompiani.
- Fabbri, P., 1998, *La svolta semiotica*, Roma-Bari, Laterza.
- Floch J.M., 1995, *Identité visuelle*, Presses Universitaire de France, Parigi; trad. it. *Identità Visive*, Milano, Franco Angeli 1997.
- Foster H., 2006, *Il ritorno del reale*, Milano, Postmedia books.
- Foster H., Krauss R., Bois Y.A., Buchloh B.H.D., 2006, *Arte dal 1900*, Bologna, Zanichelli.
- Greimas A.J. e Courtés J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*; trad. It., *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, a cura di P. Fabbri, Milano, Mondadori, 2007.
- Greimas A.J., 1984, *Del Senso 2. Narratività, modalità, passioni*, Milano, Bompiani.
- Heinich, N., 1998, *Le triple jeu de l'art contemporain*, Paris, Editions de Minuit.
- Lorusso A.M., 2010, *Semiotica della cultura*, Roma-Bari, Laterza Editore.
- Lux S., 2006, *Arte ipercontemporanea*, Roma, Gangemi Editore
- Marin, L., 1994, *De la représentation*, Paris, Gallimard-Seuil; trad. it. *Della rappresentazione*, a cura di L. Corrain, Roma, Meltemi, 2001
- Obrist H.U., 2008, *Conversations*, Paris, Manuella Editions
- Thompson D., 2009, *Lo squalo da 12 milioni di dollari*, Milano, Mondadori.

Sitografia

- www.artslant.com
- www.damienhirst.com
- www.danielecapra.com
- www.debunking.it (consultato il 20 luglio 2016)
- www.it.blastingnews.com (consultato il 20 luglio 2016)
- www.janfabre.be/
- www.josephklibansky.com
- www.raveresidency.com
- www.taniabruquera.com



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC - tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Baby Simulacra. Semiotica dei cuccioli al cinema come incubatori di assiologie

Bruno Surace

1. Introduzione

È oggi tendenza assai diffusa quella di considerare i cuccioli, umani o animali che siano, come sorte di vite in potenza, la cui caratteristica essenziale è una primigenia illibatezza d'animo. Così ad esempio i bambini in fasce, liberi dal giogo della socializzazione, sono letti e divulgati nei termini di una speranza primordiale, ancorché vessati inconsapevolmente da una responsabilità non richiesta, quella di essere associati alla retorica del “classe dirigente che verrà”, del “futuro”, e dei cuccioli di animali (specie mammiferi), sempre graziosissimi che siano leoncini od orsacchiotti, non si intravede ciò che presto diverranno, correndo il rischio, già segnalato nel profetico *Secondo diario minimo* da Eco, di farci divorare perché tutti gli orsi ci sembreranno innocui Teddy Bear. Si profila però, fra le pieghe di quest'immaginario teso a celebrare i cuccioli come portatori di una benevolenza assoluta, un contro-immaginario più inquietante, anche se certamente più veritiero: il cucciolo come contenitore vuoto, pronto a essere abitato da questa o quella educazione, da questa o quella ideologia, in ultima analisi da forme larvali del Bene o dal Male. A dare conto di questa visione collettiva è anche il cinema, che fa di frequente del cucciolo, umano e non, una figura criptica, le cui intenzioni e possibilità risultano parzialmente o del tutto indecifrabili da parte del mondo contrappostogli degli adulti. A partire da questa premessa si staglia lo sterminato panorama di un certo cinema horror ove ad esempio gli infanti, data la loro sostanziale verginità socio-psichica, si fanno incubatori di un male metafisico mediante possessioni (che riducono il cucciolo a una sorta di simulacro – o capsula – enunciazionale), o in casi meno gravi rapporti comunicativi “aumentati” con entità maligne. Caso emblematico è *Rosemary's Baby* (Polanski 1968) ove il cucciolo, appena nato, diviene involucro atto a contenere il demonio in persona, o *L'esorcista* (Friedkin 1973) ove similmente un antico demone abita la pelle di una bambina, o ancora *Il sesto senso* (Shyamalan 1999) in cui il bambino di turno è una sorta di enigmatico medium fra il mondo dei vivi e quello dei morti, e così via. Dall'altro lato, contro le forze del male, si assiste all'impotenza del mondo adulto, desideroso di contrapporre il riempimento demoniaco (si pensi ancora al neonato di *Ghostbusters II*, preso di mira dal demone Vigo, il Flagello di Carpatia, che vuole impossessarsene per conquistare il mondo) dei cuccioli che ritiene suoi con misurate quantità di bene. Ecco quindi intersecarsi due assio-

logie di fondo, e cioè quella assolutistica e manichea che vede il male e il bene come poli diametrali, ma anche quella dell'adulto speculare al cucciolo, ove il primo si arroga il diritto (sussunto per ordini anagrafici) di *inserire* un'educazione nel secondo. Quest'ultimo paradigma, interiorizzato come un *unicum* dalle società occidentali, è stato più volte messo in discussione in termini di immaginario, come nel celebre caso de *Il signore delle mosche* (Golding 1954), romanzo che vede la creazione di una micro-società gestita da ragazzi – lessema “ombrello” che racchiude in sé una variabile fascia di età pensata come tensione massima del regime di “cucciolosità” – ma anche in generale tutto il “cinema per e dei ragazzi” di derivazione spielberghiana (si pensi a *E.T. l'extraterrestre*, *Hook – Capitan uncino*, *A.I. Intelligenza artificiale*,...), in cui il mondo degli adulti è relegato in una posizione marginale e i sistemi di valori sono interamente gestiti da bambini e adolescenti (la cui “cucciolosità” si perpetra in un regime anagrafico non più chiaramente definito) e spesso dai loro fidi animaletti (sterminata la filmografia sulle avventure condivise di cuccioli umani e animali), capaci di esplorare il mondo mediante una purezza esclusiva, come nell'iconico caso dei *Gremlins* (Dante 1984), dove la salvezza dell'umanità è affidata proprio a ragazzi, e dove inoltre il modello del cucciolo contenitore è riproposto in versione proto-animale dal gremlin, abitabile dal bene assoluto (in questo senso simile, anche in termini fisiognomici, al *tòpos* del gattino internetiano), o dal male più mefitico, che lo ri-pertinentizza anche figurativamente.

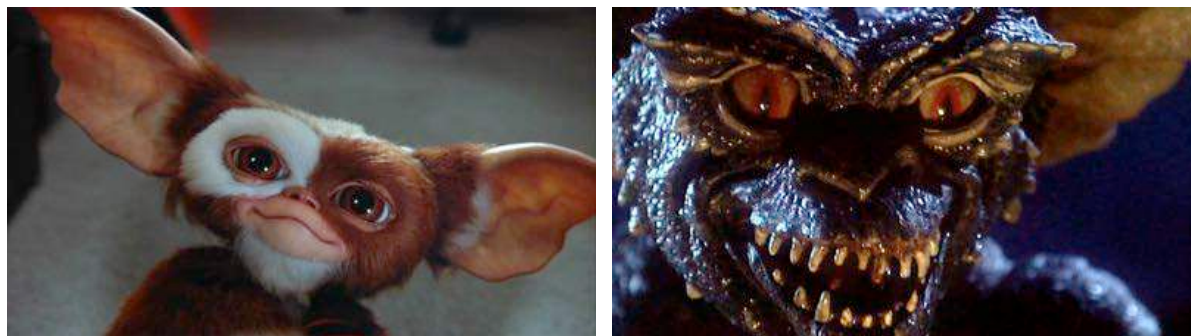


Fig. 1 e 2 - *Gremlins* (Joe Dante 1984) – Un gremlin nella sua duplice versione benefica/maligna

Obiettivo di questo saggio è dunque tracciare una semiotica del cucciolo cinematografico come figura attanziale in cui si incapsulano nel contempo assiologie e ideologie. Per far ciò ci si avvarrà di analisi testuali circoscritte da un lato all'universo del cinema horror, trasversalmente costellato di cuccioli, e dall'altro al cinema per e dei ragazzi, che vivono la fase ultima della cucciolosità. Le analisi testuali permetteranno di individuare i tratti distintivi dell'immaginario del cucciolo inteso come figura archetipica incontaminata, ma anche e soprattutto inquietante poiché sostanzialmente imperscrutabile, di identificare stilemi formali e programmi narrativi che lo rende tale, e di coglierne le specificità in termini di semiotica della cultura e psicosemiotica.

La prima difficoltà cui si va incontro è certamente quella di circoscrivere con precisione l'oggetto di studio. Nel corso del saggio si tratterà infatti egualmente di neonati, di infanti e adolescenti, di animaletti e di animaloidi. Il campo semantico entro il quale si intende inscrivere questi domini altrimenti legati è quello del “cucciolo”, che definiamo qui come un ruolo attanziale caratterizzato dai seguenti tratti: 1. vivente (in atto o in potenza, e cioè altresì ancora fetale o, di contro, “nato morto”), 2. di specie umana, animale, o ibrida, 3. descritto visivamente da una serie di pattern somatici che ne denotino l'essere da poco al mondo (impossibile stilare qui un elenco esaustivo di questi tratti, che varia di enciclopedia in enciclopedia, e di specie in specie), 4. descritto psicologicamente da una serie programmi narrativi che ne denotano estrema malleabilità e condizionabilità all'imprinting esterno, ma anche capacità inaspettata di presa di iniziativa. Tale definizione paratattica iscrive il “cucciolo” in un campo semantico interspecie, valicando la sua umanità o animalità in forza di una serie di tratti pertinenti condivisi, che ne fanno una creatura ibrida, ancora da *specificarsi*, nel momento della sua attorializzazione: si pensi al Mowgli di Kipling, allevato da animali adulti nella giungla e quindi divenuto “animale” in seguito a una serie di condizionamenti in fase di “cucciolo”, o di contro all'odierna retorica degli

animali domestici che, cresciuti sin dalla tenera età dai propri padroni, sono tratteggiati come esseri umanoidi – più umani che animali – cui “manca solo la parola”: “Given the propensity of humankind to be anthropomorphic with other species, it is unsurprising that pets, especially social animals [...], are sometimes treated ‘as if’ they are human” (Bonas, McNicholas e Collis 2000, 211). Un buon riassunto di questo concetto è fornito da Marc Shell, che nel suo saggio sui *Family Pet*, descrive precisamente lo stato di intersezione nella percezione dell’animale domestico (che ci pare valga ancora di più se il *pet* è al suo stato primordiale di *puppy*):

Insofar as we conceive the pet as both human and nonhuman, it stands at the intersection between species (it is my kind and another kind as well). Similarly, insofar as we conceive the pet as being both familial and nonfamilial it stands at the intersection between families (it my kin and not my kin) (Shell 186, p. 137).

Ora, la definizione elaborata poc’anzi è concepita come descrittore universale del concetto “cucciolo”, che esploreremo attraverso alcune sue declinazioni semionarrative partendo dai cuccioli umani, passando per quelli manifestamente ibridi e finendo su quelli animali, individuando come il campo semantico della cucciolosità crei un apposito spazio per l’incubazione di assiologie e ideologie.

2. Cuccioli umani. Il mignon aut aut

Su un neonato, ovvero un “cucciolo di umano”, non esistono mezzi termini, o è dolce, tenero, carino, e tautologicamente “cuccioloso”, o è – più raramente, in privato, e più cinicamente – antipatico, bruttarello, molesto. Sancirne una neutralità, dire che si tratti di un bimbo *medio*, non è socialmente operazione contemplata, quando invece per l’individuo adulto strategia difensiva assai comune è proprio quella dell’*epoché*. Siffatta discrasia comportamentale si motiva secondo due ordini, entrambi assai semiotici: in prima istanza vi è l’obbligo sociale di compiacere i neogenitori, i quali abituati a un codice sociale condiviso si aspettano che l’etichetta sia adempiuta a suon di “pucci pucci”; meno manifestamente, a un livello più profondo e inconscio della nostra grammatica comportamentale quotidiana, vi è in noi una *spontanea* presunzione che ci rende inclini all’emissione di giudizi fattuali, “che predicano di un dato contenuto marche semantiche non attribuitegli precedentemente dal codice” (Eco 1975, p. 213), nei confronti di quegli enti che percepiamo come inconsapevoli. Il cucciolo, quantomeno in fase neonatale, non è infatti di per sé né buono né cattivo, non vi è in lui alcuna “presenzialità né consapevolezza del mondo esterno” (Quadrio e Catellani 1987, p. 120), ma al massimo più o meno agitato o affamato in quanto “governato dal *principio del piacere* immediato” (ib.); ne consegue la necessità psicosociale immediata di inscrivere forzatamente in regimi antropocentrici e sociali, onde evitare di considerarlo come mero ammasso fisiologico, e ciò è – ancorché umanamente comprensibile (in quanto adempimento al bisogno ancestrale di conferirgli lo statuto di “umano in potenza”) – operazione chiaramente ideologica¹. Nondimeno tale reiterato “abuso” giudiziale si scontra con l’inconscia propriocezione di quella mancanza metasemiotica che muterebbe il giudizio da fattuale a semiotico, e cioè che “predica di un dato contenuto [...] marche semantiche già attribuitegli da un codice prestabilito” (Eco 1975, p. 212). In altre parole attribuirgli alcune qualificazioni è operazione arbitraria, e inconsciamente l’adulto ne è consapevole.

Sopperire all’impenetrabilità dell’animo fanciullesco, che spesso si fatica non solo a comprendere, ma addirittura a rilevare, è pertanto condizione frustrante, quando non significativamente inquietante. Se non si rintraccia nel pargolo un’insita bontà, se ci si abbandona a *subirne* l’ineffabilità, di contro si è costretti ad annoverarne una possibile malignità, o ad accettarne quella neutralità che invece si rifugge poiché incapaci (ciò è doloroso) di ricondurla a una qualsivoglia semiosica di riferimento. Così dire la benignità del piccolo è un processo abitudinario ed euristico, che fa da toppa a un vuoto semiosico comunque percepito. È sotto tale toppa che si crea lo spazio necessario al proliferare dell’immaginario

¹ Cfr. Benzoni 2015.

del cucciolo malefico, la cui vacuità si fa dimora delle peggiori possessioni, e che ha ben donde di essere studiato con approccio psicosemiotico:

Una prova indiretta a sostegno della pertinenza della psicosemiotica per la comprensione dei processi di coscienza può essere fornita dal diverso valore che l'“essere coscienti” ha nei vari assetti culturali delle comunità umane. Gli stessi rapporti tra “coscivo” e “inconscio” risentono di modalità di attribuzione di responsabilità che sono legittimati dall'appartenenza delle persone a una certa comunità culturale e dal suo modo di organizzare il piano del simbolico (Maldonado *et al.* 2007, p. 69).

Rosemary's Baby (Roman Polanski 1968) è un caso lampante: una giovane coppia si trasferisce in un lussuoso palazzo di New York, lei rimane incinta, e – almeno restando sul piano della manifestazione – il suo bimbo ancora in grembo si fa *medium* del demonio in seguito all'intervento di una coppia di vicini satanisti e del marito a loro aggregatosi. Scendendo più nel profondo le specificità formali del film di Polanski consentono un'interpretazione psicologica piuttosto stimolante: il bimbo non è mai stato posseduto da alcunché e la sua devianza verso il maligno è unicamente frutto di uno stato paranoide della madre, fin dall'inizio “wittingly imprisoned inside a space whose walls conceal incongruous objects and threatening others” (Mamula 2012, p. 185). In effetti di isotopie a supporto di questa seconda interpretazione ve ne sono in quantità nel film, che vede le “paranoid anxieties [...] associated with a third person” (Alizade 2006, p. 138), a giustificare il “delirio demoniaco” (Mastronardi 2005, p. 55) della povera Rosemary Woodhouse.



Fig. 3 - *Rosemary's Baby* (Roman Polanski 1969), la reazione di Rosemary alla vista del nascituro

Ma perché è la madre in paranoia (e non il padre)? Perché è lei biologicamente preposta a generare il nascituro, e alle sue membra vanno l'immensa gioia per aver creato la vita ma anche l'incommensurabile senso di responsabilità di dare alla luce un ente vuoto, ancora da riempire di valori². Così in termini semiotici la genesi si configura come il più possente caso di confronto con le dimensioni greimassiane dell'essere e del sembrare da parte della madre. Essa partorisce biologicamente un bambino, e ciò esso sembra, e tuttavia collocarlo nella dimensione dell'essere è un procedimento che richiede un importante sforzo cognitivo-emotivo. Quando questo sforzo, per motivi psicologici e personali di diverse nature, non si compie del tutto, risultati possono essere astenia, *baby blues*, depressione (post-partum), psicosi da puerperio (Leonardi 1997). Ergo psicologia e semiotica fronteggiano lo stesso orizzonte d'analisi, seppure la prima per ragioni cliniche mentre la seconda al fine di cogliere procedimenti sociali e di senso. Eppure nonostante l'episteme di riferimento sia disgiunto in partenza, esso può convergere in arrivo; d'altronde numerose psicoterapie si basano proprio sull'indurre il paziente in una presa di con-

² Nel merito si innesca un fecondo dibattito circa il ruolo della donna nel cinema, collegato a gender e feminist studies. Per introduzione ai temi in questione cfr. Erens 1990 e McCabe 2012. Per un primo approccio al tema specifico della rappresentazione della madre cfr. Ellerby 2015.

sapevolezza – a propendere per il secondo termine nella “relazione inversa tra immediatezza e consapevolezza” (Rezzonico e Liccione 2004, p. 259), in forza di una rinnovata autocoscienza che lo aiuti a ricondurre i suoi disturbi a una dimensione razionale, e quindi comprensibile, quando l'anosognosia, ovvero l'incapacità del paziente di sapersi malato, non sia di origine psicotica anch'essa. La protagonista di *Rosemary's Baby* sembra appartenere perlopiù a quest'ultima seconda condizione, inconsapevole di essere in balia di uno stato psichico alterato, nonostante invece esistano numerosi casi ove il paziente è conscio di vivere una condizione di esperienza disturbata, come nel caso di Cristina L. descritta dalla dottoressa Gloria Tosi, paziente reale soggetta a stati di angoscia, psicologicamente definibili come “deliri bizzarri”³ e derivanti da un disturbo schizotipico, per i quali temeva di essere in qualche modo posseduta (Tosi 2012, pp. 319-349)⁴. Quest'ultima testimonianza è dimostrativa di una valenza semiotica dei casi di disturbi della personalità, che spesso non si manifestano come mere fantasie sconclusionate ma si collocano entro precisi *frame* narratologici, che attingono dal bacino di “male codificato” elaborato da date società. Auspichiamo pertanto qui nell'adozione di “un programma di ricerca transdisciplinare interessata a evidenziare le radici storico-culturali delle forme di coscienza” (Mininni, p. 69). Nel caso di Cristina ad esempio il corredo sintomatologico comprende “[...] la visione di riflessi simili a volti o teschi negli occhi sia propri che altrui” (ib. 322), che è una peculiarità di ordine certamente psichico (le cui ragioni hanno motivo d'essere indagate anche dall'antropologia data la loro probabile ancestralità), ma pure fortemente semiotico giacché pertengono a forme di rappresentazione. Dal punto di vista semiotico è possibile dunque collocare alcuni stati clinici all'interno dell'orizzonte semiotico, e associarvi la dimensione valoriale percepita da Rosemary nel film di Polanski, o da altre madri affette da simili disturbi nella storia delle rappresentazioni cinematografiche. È possibile ad esempio associare le categorie timiche di euforia e disforia individuate dalla semiotica a stati clinici individuabili all'interno di determinati film, così da poter identificare nella figura di Rosemary una preponderanza disforica, se non nella fase incoativa certamente in quella durativa, che è poi quella sulla quale si chiude il film senza che si mostri l'esito della crisi, e cioè la fase terminativa. Ne consegue dunque che il problema sia di matrice vigorosamente psicosemiotica, nella convinzione relativa alla coscienza come nel contempo “tratto *soggettivo* dell'esperienza e proprietà *oggettiva* del cervello” (Smith 2001, p. 60). Il cucciolo di umano e l'inquietudine ad esso associata ha dunque a che fare con l'inabilità a definirlo con precisione nella sua umanità: gli si riconosce una biologia animale, ma non pienamente una umana. Dall'ibridazione del cucciolo si genera la perturbazione nell'autonarrazione del sé adulto.

3. Cuccioli ibridi. Piccoli brividi fra soma e sema

L'inquietudine nei confronti del cucciolo, finora indagata solo sul lato materno (statisticamente quello con più ricadute anche in termini di immaginario), si spande su tutte le frange della società. L'ineffabile che egli porta in sé, e che ne rende necessaria un'assiologizzazione coatta, è alla radice di una copiosa produzione testuale fatta di neonati o animalotti (o animaloidi) la cui innocenza è intaccata da valorizzazioni maligne. Isotopia frequente in tali forme testuali è la presenza di cuccioli che manifestano una progressiva difficoltà nel comunicarsi (è, prima ancora che di comunicare, l'attitudine a comunicarsi a definire l'umano), prima di rivelare il passaggio a un qualsivoglia lato oscuro. Ne *Il villaggio dei dannati* (Wolf Rilla 1960, sequel John Carpenter 1995), primo di una serie di film inglesi degli anni '60 basati sul topos del “manipolo di ragazzi” (Bruni 1996, p. 242), nonostante la possessione sia non di origine demoniaca ma aliena, ciò è particolarmente evidente. I piccoli protagonisti del film, progenie delle donne di una innocua cittadina inglese, si presentano come esseri misteriosi e somaticamente angoscianti.

³ “I deliri che esprimono una perdita di controllo sulla mente e sul corpo sono generalmente considerati bizzarri” (DSM-IV-TR 2000, 328).

⁴ Per un approccio filosofico ai disturbi schizotipici cfr. Barbetta 2008. Per un compendio sulla psicopatologia al cinema cfr. Balestrieri et al. 2010.



Fig. 4 - *Village of the Damned* (Wolf Rilla, 1960), screenshot



Fig. 5 - *Snow White and the Seven Dwarfs* (David Hand, 1937), screenshot

I volti inespressivi, gli occhi fissi – alle volte mutati nel colore, interamente bianchi – a volte ambigualmente rivolti alla macchina da presa (a costituire una disturbante interpellazione), le sembianze simili come a rimandare a una gemellanza extraterrestre, sono tutte figure del cucciolo inquietante ampiamente codificate nell’immaginario collettivo, proprio a partire dal cinema, e che rimandano direttamente alla figura espressionista degli occhi sbarrati di animali feroci che spiano il malcapitato umano nel bosco o nella foresta, e che fa la fortuna di moltissime rappresentazioni orrifiche. La strategia semiotica sottesa a tale rappresentazione è che, non esclusivamente in senso platonico, *soma sia sema* (Derrida 1982, Genette 1985, Fontanille 2004), ovverosia che ad alcuni stilemi somatici venga applicata in maniera sempre più vigorosa una rispondenza diretta – alla maniera lombrosiana, ma senza lo spettro razziale – verso semantiche precise e narratologie situate. A riprova della presa patemica di tale configurazione somatica vi è il diffondersi ad esempio di mitologie metropolitane come quella dei “bambini indaco” (prima attestazione bibliografica della locuzione in *Understanding Your Life Through Color* di Nancy Ann Tappe (1982))⁵, i quali sarebbero infanti dotati di capacità soprannaturali, fra le quali si annoverano “chiaroveggenza, chiaroudienza, capacità di vedere e comunicare con angeli ed altre entità spiritiche” (Contino 2015, p. 135), e la cui degenerazione concettuale e mediatica ha portato alla luce varie leggende come quella dei “black-eyed children”⁶. Su questi ultimi si trovano numerose testimonianze in rete, tutte assoggettabili all’ambito delle *urban legends*, che riferiscono di bambini pallidi e dagli occhi completamente neri (non è tanto il colore a impressionare, quanto il monocromatismo fra pupilla e iride) che in circostanze varie, sempre di notte, userebbero bussare alla finestra delle case o chiedere passaggi in macchina, o più semplicemente aggirarsi lentamente presso viottoli foschi e tenebrosi, ciondolando senza meta. Ciò che più turba dei volti di questi cuccioli umani è la manifestazione estremizzata del loro differire dal viso adulto, quindi anzitutto un’istanza differenziale, uno scarto informativo che non si è in grado di colmare del tutto e che pertanto lascia aperti gli spiragli dell’angoscia. Alla base vi è la marca fra soggetto osservatore e oggetto scopico, interconnessi da un’interpellazione che rimescola le carte della propriocezione: “Il mio corpo è il luogo, o meglio l’attualità stessa del fenomeno d’espressione (*Ausdruck*)” (Merleau-Ponty 2002, p. 302). In altri termini, la chiamata a confrontarsi con una differenza che si pensava solo virtuale, opposta a un reale⁷ abitato dallo spettatore, produce il turbamento, incarnato dai volti ibridi dei cuccioli orrifici.

All’isotopia visivo-narrativa appena descritta possono seguire in seguito trasfigurazioni mostruose, che palesano la natura dell’entità che si è inserita nel cucciolo, o al contrario l’apatia di quest’ultimo può

⁵ Per analisi circostanziate cfr. Waltz 2009 e Kline 2014.

⁶ Non è facile ad oggi rintracciare fonti bibliografiche accademiche che analizzino questa leggenda urbana. Tuttavia si consiglia di indagare sul WEB, territorio di diffusione costante della leggenda e di progressivo ingenerarsi delle sue variabili.

⁷ Cfr. Maldonado 1994.

farsi più forte conducendo l'eroe – colui che ha il compito di salvare il suo cucciolo – a indagare e risolvere il mistero che vi è dietro. Quanto al primo caso, basti pensare a film come *Brood – La covata malefica* (David Cronenberg 1979), ove si assiste alla presenza di orridi (proto)bambini deformi che assassinano macabramente alcuni personaggi, o a casi seminali come quello di Linda Blair mostruosamente trasfigurata ne *L'esorcista* (William Friedkin 1973): “In horror movies, children always represent the future – a better tomorrow – so if the children die, or are converted to evil, the future of the human race is destroyed” (Muir 2007, p. 80). Nel secondo caso la filmografia di riferimento è altrettanto sterminata, e vale la pena di citare ad esempio un film come *La madre* (Andres Muschietti 2013, produzione di Guillermo del Toro), che vede due piccole sorelline stabilire un rapporto anaffettivo con il mondo, eccezion fatta per la loro madre, presenza fantasmatica che in una condizione post-mortem è incapace di staccarsi dalla sua progenie (e di fatto sul finale porterà con sé una delle due sorelle, quella più chiusa e incapace di percepirsi come soggetto del mondo dei vivi). Nuovamente l'inquietudine è data dal rapporto extra-umano che sussiste fra le pargolette e “la madre”, che assume tratti morbosi e in qualche modo più vicini a quelli fra i cuccioli di una madre animale.



Fig. 6 - *Mama* (Andres Muschietti 2013), dettaglio del tea- Fig. 7 - *The Brood* (David Cronenberg, 1979), screenshot
ser poster

La diversità intrinseca del cucciolo umano rispetto all'adulto, seppur maggiormente declinata in termini orrifici, a volte diviene anche oggetto di rappresentazioni al di là del cinema del terrore, più tese al metafisico o al trascendente. Caso seminale è il feto astrale di Stanley Kubrick (*2001: Odissea nello spazio*, 1968), sulla cui simbologia si sono spesi fiumi d'inchiostro, capaci di tratteggiare le ipotesi ermeneutiche più disparate pur sempre riconducendo l'interpretazione a un *unicum*: egli è qualcosa di misterioso, ineffabile, che tuttavia c'è. Il neonato si fa così mediazione atta a rappresentare l'irrappresentabile, esso simboleggia (o rappresenta) qualcosa, che va al di là della sua referenzialità. Semioticamente è il prototipo ideale di segno agostiniano, qualcosa che sta per qualcos'altro. Il problema di fondo sta proprio nell'alterità che esso tenta di fissare, poiché questa è situata in zone fuori fuoco della semiosfera. L'intento di Kubrick è infatti quello di fornire una figurazione del ciclo dell'umanità dalla sua nascita alla sua fine (o al suo rinnovo), e tale ambizioso obiettivo non può che scontrarsi con le zone buie dell'irrappresentabile, che è in fondo l'oggetto nascosto della nostra trattazione:

[egli] non si è ritirato di fronte alla possibilità di misurarsi con le grandi questioni dell'esistenza, con i grandi interrogativi; al contrario, muovendo in questa direzione, ha sfidato se stesso (mettendo sempre alla prova il proprio potenziale comunicativo ed espressivo, vagliando la propria capacità di rappresentare l'irrappresentabile) e, in un confronto tanto impari quanto ineludibile, ha saputo sfidare l'assoluto cui di volta in volta si è trovato di fronte (Viganò e Scarafile 2007, p. 18).

Restando in territorio kubrickiano emblema dell'*Unheimliche* cuccioloso sono ancora le due gemelline di *Shining* (Stanley Kubrick 1980), la cui figuratività incorpora i topoi visivo-narrativi sopra elencati. Qui si ritrova una trattazione implicita relativa al Perturbante derivante dal rapporto adulto-bambino, inteso come:

non [uno] stato di dubbio o di incertezza, ma una disorganizzazione (o una riorganizzazione) particolare dell'io o meglio, una destrutturazione dell'io integrato e la successiva formazione di una nuova struttura, ambigua in se stessa (Bleger 2010, p. 350).

Le due fantasmatiche gemelle non si interfacciano con i protagonisti adulti (Jack e Wendy Torrance: padre e madre), bensì con un cucciolo a sua volta, attualizzando un'assiologia contrapposta che si gioca tutta sulla dimensione dell'infanzia. Loro sono spettri, rimasugli di vita che si manifestano chiedendo al piccolo Danny Torrance di "giocare con loro". Si presentano frontalmente, tenendosi per mano, in piedi al centro di un corridoio dell'Overlook Hotel a marcare centralmente la simmetria tipicamente kubrickiana, la perfezione come sublimazione dell'abominio che hanno vissuto. Lo sguardo è quasi identico a quelli sopra menzionati: fisso e inespressivo, imperscrutabile. Il vestito lo stesso, la somiglianza impressionante a enfatizzare una fanciullesca monodia. Nel controcampo Danny sul suo triciclo ansima di paura, non sa distinguere se ciò che gli si presenta dinnanzi è frutto della sua immaginazione bambinesca o è reale (sensazione che si fa vivida nello spettatore mediante le immagini intervallate delle stesse bambine orrendamente trucidate, che non si è in grado di determinare se costituiscano una focalizzazione extradiegetica, visibili solo allo spettatore, o intradiegetica, cioè percepibili anche dal bambino), si copre infine gli occhi e il volto, compiendo quell'azione tipica del nascondimento edipico del sé a partire dalla non visione dell'*altro*, come fa l'*Edipo re* pasoliniano che si copre gli occhi per evitare la responsabilità della strada da prendere: in quanto cucciolo egli può scegliere se "andare a giocare con loro", cioè muoversi verso l'asse del Male, o di contro combattere la possessione di quella presenza e lottare per il Bene.

Ciò che più ci interessa qui è lo spostamento dallo schema classico, per cui il Perturbante emerge dal transfert dal bambino all'adulto, a un modello ove il confronto con il lacaniano Grande Altro avviene tutto in un regime anagrafico cuccioloso, gli adulti non intervengono, se non come istanze emotive. Semplicisticamente le gemelline sono il vertice del male, e Danny quello del bene. Eppure la deriva ideologica è sapientemente evitata da Kubrick il quale riconduce surrettiziamente le due dimensioni valoriali alla responsabilità adulta, evitando di conferire ai valori uno statuto assoluto: delle sorelle si evince il perché del loro trapasso, grazie a inserti visivi che ne mostrano la macabra carneficina, così come della luccicanza di Danny si dà spiegazione come difesa nei confronti del padre sempre più vicino alla follia omicida. Così in questa scena si verifica una concrezione del tempo cristallizzato a metà fra analessi e prolessi - "fra soggettive reali e soggettive allucinatorie, fra inserti di immagini riferite al passato (*flashes back*) e [...] al futuro (*flashes forward*)" (Bruno 2003, p. 56), ove l'interezza dei valori compresi nel range fra bene e male sono racchiusi nel corpo dei bambini, risposta passata e futura alla disennatezza degli adulti: "l'eterno ritorno dell'orrore è qui la coazione a ripetere i riti del dominio imperialistico, con il nucleo familiare come luogo di trasmissione forzata del super-io" (ibidem).



Fig. 8 - *Shining* (Stanley Kubrick, 1980), screenshot

Il profondo turbamento suscitato dai cuccioli umani di tutti gli esempi mossi nasce dalla realizzazione (e mancata accettazione) del loro non essere propriamente umani. Ecco prorompere con violenza la loro natura ibrida, il loro formarsi secondo una direttiva che gli adulti associano a devianza, cioè a mostruosità. La loro configurazione somatica, mista a una prossemica percepita come innaturale, li animalizza li rende *altri* dall'umano. Ciò avviene perché essi, in quanto cuccioli, vivono quella fase della vita in cui essendo più in potenza che in atto possono ancora prendere strade inaspettate, potenzialmente dannose. Così ne *Il villaggio dei dannati* lo sguardo fisso e impietoso dei bimbi è assimilato dal ricettore agli stessi occhi rossi e spaventosi che popolano i boschi di notte in moltissime rappresentazioni visive; così la bimba de *La madre* instaura un rapporto perverso con il fantasma della sua progenitrice, molto simile a quello fra un'orsa che si fa scudo per i suoi piccoli, come mostra il dettaglio di fig. 6; così fin dal titolo la *covata* di Cronenberg suscita raccapriccio nel suo essere manifestamente trans-specie (covata è per qualsiasi dizionario un "insieme di uova"); così ancora il senso aumentato del piccolo Danny Torrance ricorda la capacità animalesca di "sentire il pericolo".

Non si pensi che tale sgomento provocato di fronte al cucciolo che manifesta la sua "ibridità" non sia rivolto unilateralmente all'umano che rivela la sua animalità. Ciò avviene esattamente al contrario, come nel caso dei Gremlins, che perturbano proprio nel momento in cui i loro tratti si fanno mostruosamente umanoidi (si guardino fig. 1 e 2), rivelando l'idoneità a semantizzare il loro habitat con un'ironia che non dovrebbe appartenere agli animali (nonostante sia diffusa tale leggenda, pare ancora che i cani e i gatti non possano ridere o sorridere, non perché non possano essere felici, ma perché sprovvisti di certi muscoli facciali). L'antropomorfizzazione (negativa) del cucciolo animale è perturbante esattamente quanto l'animalizzazione del cucciolo umano. È la dislocazione e la ricollocazione in un intermezzo proibito, una dimensione ibrida indefinita, a suscitare il tentennamento nell'adulto.

4. Cuccioli animali. Gatti malefici

Come abbiamo messo in evidenza il cucciolo non è semantizzato mai né come pienamente umano, né come pienamente animale. Tuttavia in esso, quando l'ibridazione non è del tutto manifesta, vi è una marcata preponderanza. Così se in precedenza abbiamo trattato casi di cuccioli più umani che animali, e in seguito di cuccioli marcatamente ibridi, è bene ora soffermarci su alcuni esempi di cuccioli più animali che umani. Nello specifico ci dedicheremo a uno dei cuccioli più caratterizzanti della modernità, se non della storia intera: il cucciolo di gatto. Elaborare un quadro complessivo della figura del gatto come mitopoietica, della sua costante valorizzazione nell'epoche storiche⁸, della moltitudine di simbologie che lo hanno investito, addirittura delle sue incursioni nelle scienze naturali (si pensi al gatto di Schrödinger) e in quelle umane (anche nella semiotica, come dimostra il simpatico gatto radioattivo di Françoise Bastide e Paolo Fabbri)⁹, esula dai nostri obiettivi. Qui è il caso di concentrarsi sul gatto come cucciolo archetipico la cui assiologia dominante è quella di una *cuteness* innata, per la quale esso è in un certo modo cucciolo sempre, anche durante la vecchiaia, ma che rivela, per i motivi esplorati in precedenza, componenti perturbanti. Esso, presagio di sventure quando nero e capace di terrorizzare di notte per via della sua capacità di nascondersi e comparire all'improvviso, a suggellare i momenti ove la tensione è al suo acme (il "passaggio del gatto" è un topos ben codificato del *jumpscare* cinematografico), è infatti il cuore di un immaginario sincronico e diacronico complesso. Un elenco assolutamente non esaustivo di autori, artisti, e studiosi che in qualche modo hanno avuto a che fare coi gatti certamente comprenderebbe Lope De Vega con la sua *Gattomachia* (1634), ma pure Kipling e Eliot, o Perrault e Sepúlveda, Piero Martinetti coi *Brevi epitaffi* dedicati ai suoi gatti defunti, il ceco Karel Čapek con i suoi racconti *Měl jsem psa a kočku* (letteralmente *Ho avuto un cane un gatto*, 1939), i giapponesi Natsume Sōseki con *Wagahai wa neko de aru* (*Io sono un gatto*, 1905) o Jun'ichirō Tanizaki con *Neko to Shōzō to futari no onna* (*La gatta*, 1946), per non parlare del gatto poetico ne *I fiori del male* di Baudelaire o l'ode

⁸ Su ciò esiste una bibliografia ampia, e ultracentenaria, che va da Marks 1909 a Engels 2015.

⁹ Un compendio della curiosa vicenda si trova in Jacobelli 2015.

al felino di Neruda o il gatto luttuoso di Wisława Szymborska, o dei gatti cantati da Gino Paoli, gli arcinoti 44 dello Zecchino d'Oro, o del musical più famoso di sempre *Cats*, o del gatto di Freddie Mercury in *Delilah* o dello pseudorossiniano *Duetto buffo di due gatti*, per non parlare del Gatto Silvestro, di Tom, di Garfield, di Malachia, di Birba, di Figaro, degli Aristogatti, di Hello!Spank o il gatto spaziale venuto dal futuro Doraemon, o ancora del Maneki Neko giapponese o dei gatti obesi di Botero, o del *Nyan Cat* dell'era dei social network o di *Cat Mario*, videogioco freeware ove un gatto prende il posto del noto Super Mario. E non abbiamo che scrostato appena il deposito universale e sempre in aumento di immagini gattesche, che per essere compreso a fondo ci richiederebbe di tornare probabilmente nell'Egitto del 2000 a.C.

Questo immaginario, ed è ciò che ci interessa qui, vive un lato oscuro, che parte dal mito popolare per diventare letteratura prima e cinema poi. Un esempio cinematografico calzante è *Artigli* (*The Uncanny*, Denis Héroux 1977), la cui *tagline* originale rivela la prossimità con i temi che stiamo esplorando: "Cats aren't always cute and cuddly!". È interessante notare come il film, il cui titolo originale si traduce letteralmente come "sconcertante", stabilisce precisamente il sentimento di sgomento che stiamo vagliando, conglomerando una serie di caratteristiche comunemente associate alla semantica dei "gatti malefici": la loro capacità di spiare gli umani, di studiarli e tramare contro di loro, la loro forza inaspettata. Questa valorizzazione negativa del gatto è oggi perlopiù oggetto di ironia (ad esempio è fra gli oggetti prediletti degli internet meme), a magnificarne alcune caratteristiche di indipendenza comportamentale, ma in realtà sta alla base non solo del film di Héroux, quasi del tutto dimenticato o considerato come "trash di genere", ma anche di molto cinema per bambini e ragazzi ove il gatto malefico è posto in opposizione assiologica con il cagnolino fedele e buono o con altri "animaletti positivi", come accade in *Come cani e gatti* (*Cats & Dogs*, Lawrence Guterman 2001), che riporta sullo schermo con tono edulcorato e bambinesco i temi horror di *Artigli*, cioè l'idea della conquista del mondo da parte dei gatti, e di cui è stato prodotto anche un sequel nel 2010, o nella saga di *Stuart Little* (tratta dal romanzo di E.B. White del 1945), ove un topolino antropomorfizzato deve vedersela con un gatto geloso e a tratti famelico. Gli ultimi due esempi costituiscono forme di traduzioni culturali ove il tema del gatto malvagio è in qualche modo riscritto per un pubblico infantile, quindi privato del carattere perturbante originario di partenza, che è certamente precinematografico (si pensi al ruolo del gatto nero nella letteratura di Edgar Allan Poe, o del gatto bianco in quella di Joseph Sheridan Le Fanu, o dei gatti di Ulthar in quella di Lovecraft). Nondimeno *Artigli* non è certo l'unico testo filmico ove il gatto da entità usualmente percepita come tenera, innanzitutto per sue caratteristiche somatiche (il pelo fulgido, gli occhioni, i "cuscinetti" sulle zampe, il timbro del miagolio, le fusa), viene traslitterata visivamente e narrativamente in modi orribili, che ne marcano enunciativamente caratteri inquietanti come la lucentezza degli occhi al buio, il soffio stizzito, il pelo ritto quando minacciato, i denti e le unghie aguzzi. Ulteriori esempi sono *Strays* (letteralmente *Randagi*, John McPherson, 1991), film per la televisione ove orde di orrendi gatti randagi perseguivano un avvocato di Chicago, *La notte dei mille gatti* (*La noche de los mil gatos*, René Cardona Jr. 1972), ove gatti striduli diventano i mangiatori di corpi di donne sedotte da un playboy messicano, *Cimitero vivente* (tratto dal romanzo di Stephen King *Pet Sematary*, Mary Lambert 1989) ove il gatto malefico si interpola coi temi dello zombie e del *Doppelgänger*, *Black Cat* (Lucio Fulci 1981), ove un gatto nero viene adoperato come strumento di omicidi da parte di uno psicologo con poteri paranormali.


 Fig. 9 - Locandina di *The Uncanny*

 Fig. 10 - Locandina di *La noche de los mil gatos*

Sulla scia della “gattomania” che abbiamo sin qui tratteggiato, e che spesso sfocia dal gatto come cucciolo verso felini di più grossa taglia, come dimostra il cinema di pantere di cui emblemi sono Jacques Tourneur e Paul Schrader con *Il bacio della pantera* (*The Cat People*, 1942 e 1982), il gatto diventa simbologia della malvagità a tal punto da non necessitare nemmeno più la presenza scenica, ma da incutere inquietudine anche solo in titoli di film ove le vicende poi non lo vedranno protagonista, come *Il gatto a nove code* (Dario Argento 1971), *Il terrore negli occhi del gatto* (David Lowell Rich 1969), *La morte negli occhi del gatto* (Antonio Margheriti 1973), *Gatti rossi in un labirinto di vetro* (Umberto Lenzi 1974), *Il gatto dagli occhi di giada* (Antonio Bido 1977). La tendenza alla titolazione zoonomica di impronta gattesca, in voga nel cinema di genere degli anni 70, dimostra la potenza semiotica assunta da tale animale nell’immaginario popolare, capace di inglobare in sé nel contempo una congerie di tratti utili a renderlo certamente fra gli animali prediletti dagli umani nella storia, cui milioni di discorsi sociali e di byte sono dedicati quotidianamente proprio per via della sua intrinseca “cucciolosità” (nonostante possa essere biologicamente adulto, la sua taglia e altre caratteristiche psicofisiche inducono in generale a considerarlo sempre come un *puppy*), e anche uno fra gli esempi più pertinenti di come il cucciolo animale possa in qualche modo essere investito più facilmente dell’animale adulto (su cui pure esistono filmografie orrifiche, ma non così elaborate e protese nella storia) di assiologie negative.

Il gattino è riprova di come, pur preservando una preponderanza animalesca, l’inquietudine sortisca sempre da un’ibridazione. Il gatto che inquieta è infatti quello cui si riconosce una premeditazione – che è un’operazione cognitiva tipicamente umana – o quello cui si individua nella somaticità qualcosa di estraneo, come il ghigno di Salem, fra i protagonisti di *Sabrina Vita da strega* (1996-2003), che una volta usò essere un uomo e che venne punito dal Concilio delle Streghe per aver tentato di conquistare il mondo, subendo come pena un contrappasso più che mai simbolico, la trasfigurazione in un ambiguo ma saggio (come lo Stregatto Pastratto di Carroll) gatto nero.

5. Piccoli cuccioli crescono

A ridosso del cucciolo orrifico si staglia una declinazione per certi versi complementare, meritevole di essere presa in considerazione: il cucciolo avventuroso. Questi vanta una filologia letteraria secolare, fatta di testi ove “ragazzi” di età non sempre ben definita, ma che si possono circoscrivere al range che va dall’infanzia all’adolescenza, vivono mirabolanti avventure in completa autonomia, senza che il

contesto genitoriale o adulto in genere vi partecipi (e anzi spesso questi ultimi sono scritti come specifici destinanti o antagonisti). Senza spingersi alle radici arcaiche di tale script,¹⁰ che passando dal picaresco al *Bildungsroman* probabilmente ci porterebbero fino all'antica Grecia, basti pensare a opere divenute veri e propri capostipiti culturali da *Le avventure di Peter Pan* (James Matthew Barrie 1902) a *Le avventure di Alice nel Paese delle Meraviglie* (Lewis Carroll 1865), passando per l'italiano *Le avventure di Pinocchio* (Carlo Collodi 1883) fino allo statunitense *Le avventure di Tom Sawyer* (Mark Twain 1876), e così via. Ragazzi, cuccioli in fase terminativa in cerca di riscatto, desiderosi di autonomia e di costruirsi un'identità da sé, senza piegarsi alle logiche di senso del mondo adulto, che ne sancisce un'intrinseca bontà con l'unico criterio anagrafico (si pensi in questo senso all'opposto *Cuore* di De Amicis, testo seminale di una tradizione per la quale i giovani vanno educati dagli adulti secondo precisi e incontrovertibili schemi euristici e comportamentali). E in effetti è sufficiente soffermarsi sulla struttura dei titoli per cogliere l'emersione violenta nell'universo letterario di un genere tipicamente pensato per un pubblico giovanile. La sintassi è pedissequamente la stessa: un sintagma nominale fisso (|Le avventure|) viene specificato da un sintagma preposizionale (|di X|), con la possibile aggiunta in coda di un'ulteriore specificazione (|nel paese...|). Una così rigida codificazione, tipica di una tradizione tardo-ottocentesca, serviva proprio a palesare chiaramente il target di riferimento, e a definire un genere ben preciso: storie avventurose, con viaggi in mondi misteriosi e fantastici, compiuti da infanti o da orgogliosi adolescenti - si noti che la categoria anagrafica dell'adolescenza, intesa come "periodo di progressivo spostamento dell'auto-riconoscimento fenomenologico e del riconoscimento fenomenico ambientale da un'identità infantile ad una adulta" (Fabbroni 2008, p. 49), è specificamente contemporanea. Il sintagma preposizionale inoltre assolveva alla funzione di identificare fin dal titolo un romanzo fortemente solipsistico, in cui vi era un unico protagonista, situato e individuabile fin dalle prime righe, attorno a cui l'interezza della diegesi non poteva che ruotare con un coro di episodi e personaggi di contorno. Anche questa struttura, soppiantata nel Novecento da strutture narrative spesso più corali (basti pensare al già menzionato *Signore delle mosche*, anche noto come *La crociata dei bambini*), era utile a innescare sin dalla copertina meccanismi di immedesimazione nel lettore giovane - ma anche nell'adulto, che in fondo li legge e li leggeva per tornare cucciolo - facendo gioco sul suo naturale bisogno di affermazione dell'io, e sul crescente aumento di figure dell'immaginario che *de facto* andavano ad alimentare (come accade anche oggi, con figure diverse, e come accadrà sempre) precise esigenze semiotiche. Nel cinema perché si attraversi una fase del genere in maniera sistematica bisogna tenere in conto due stadi embrionali: il cinema delle origini in una sua coniugazione minore pensata per un pubblico infantile, e l'esplosione nel mercato globale dell'universo Walt Disney. Per quanto riguarda il primo frangente caso esemplare è *La guerra e il sogno di Momi* (Segundo de Chómon 1917), fra i primi ad annoverare - peraltro massicciamente - la tecnica di ripresa a passo uno (in altre parole l'animazione), quasi del tutto costruito sul sogno di un bambino che riproduce nella sua mente il fronte ove si trova il padre. Le spettacolari e ansiogene immagini della guerra, riprodotte con piccoli fantocci, vanno così a costituire un'avventura interamente onirica, che si conclude con il risveglio e il ricongiungimento con il padre tanto aspettato. Per quanto concerne il multiverso disneyano, questo traduce in film di animazione numerosi romanzi d'avventura per ragazzi, enfatizzandone l'aspetto fantasmagorico, e quasi mai deviando dai canoni ottocenteschi, capeggiati da una valorizzazione strettamente utopica, à la Floch, dell'età giovanile vista come periodo della vita in cui i sogni possono diventare realtà: "Se puoi sognarlo, puoi farlo". Vi è fra i due stadi summenzionati il ponte verso il codificato cinema per grandi e piccini, il cui "messaggio si rivolge a entrambi i fronti" (Lasagna 2012, p. 163, corsivo mio), seppure spesso questo manifesti significative perdite rispetto ai romanzi di provenienza e alla politica disneyana di veicolare storie le cui assiologie non erano quasi mai problematizzate oltre alla contrarietà classica bene/male. Nel merito di Pinocchio ad esempio:

Il nuovo spettatore modello previsto dal cartone animato di Disney presenta una competenza legata a costruzioni narrative lineari e facilmente comprensibili, con temi e figure spogliati della loro indecidibilità, che "chiudono" le interpretazioni possibili e ridefiniscono in modo semplificante l'universo di valori del racconto di Collodi (Dusi 2002, p. 193).

¹⁰ Cfr. Marrone 2002.

Nondimeno in sede semiotica è necessario constatare come l'arco narrativo delle storie che si stanno vagliando costituisca quasi sempre un percorso che, anche se diverso dalla retorica deamicisiana, porta agli stessi risultati. L'allontanamento dei giovani eroi dal mondo adulto (che è un allontanamento fisico, ma anche solamente mentale, e cioè un viaggio al di fuori degli schemi cognitivi ed emotivi che tenta di inculcare il genitore o chi ne fa le veci) conduce alla fine a un ricongiungimento tipico come previsto dallo schema narrativo canonico. In questo senso il cinema per e dei ragazzi riprende il modello del cinema horror analizzato in precedenza, e che sistematizziamo attraverso un mapping, costruito a partire da un quadrato semiotico edificato sui contrari bene/male, e sul quale è possibile inscrivere il percorso narrativo tradizionale delle storie horror a base fanciullesca come una sinusoide che oscilla fra gli assi di vuotezza e pienezza di valori del cucciolo stesso.



Fig. 11 - Mapping semiotico dell'assiologia bene/male con percorso narrativo (vuotezza e pienezza si riferiscono al fatto che il cucciolo è progressivamente svuotato e riempito di assiologie durante la narrazione)

Simile struttura è rintracciabile nell'avventura adolescenziale, ove però le operazioni di riempimento e svuotamento sono autoinflitte dal protagonista stesso. Il cucciolo ha esplorato la realtà, dimostrando di potercela fare da solo e di essere in grado di formarsi da sé, in un *Bildungsroman* postmoderno, per poi ritornare all'ovile ove il genitore è pronto ad accoglierlo, spesso premiandolo con una sanzione positiva che solitamente si configura come una forma di riconoscimento della sua individualità e del suo valore. Ciò accade anche per il cucciolo animale, come nel caso *cult* di *Babe, maialino coraggioso* (Babe Chris Noonan 1995), ove il medesimo pattern è traslitterato dal cucciolo umano al porcellino che diventa "adolescente" con le sue proprie forze. Tuttavia anche questo modello è imbevuto di ideologia, giacché propone una lecita "scappatella" al cucciolo/giovane di turno purché l'equilibrio rotto si ristabilisca in favore di una gerarchia ripristinata, ove ogni figura è consapevole ora dell'esistenza di una semiosica sottesa alle posizioni sociali che regolano il dominio del grande sul piccolo: i cuccioli che si al-

lontanano dai genitori per vivere le loro avventure alla fine ritornano quasi sempre all'ovile, e *Babe* non viene macellato non perché gli si riconosca un diritto alla vita in quanto maiale, ma perché si è sforzato di dimostrare il suo valore fingendosi un cane, quindi inserendosi forzatamente in un'identità che socialmente non gli è concordata. Ciò è ripreso dalla consolidata tradizione del cinema per grandi e piccini, che prende le mosse da Steven Spielberg e che vive il suo culmine fino agli anni Novanta, vantando una ricca produzione di successi planetari. Uno su tutti *Mamma, ho perso l'aereo* (Chris Columbus 1990), “accorta miscela di buffoneria, anche violenta, della farsa slapstick e dei cartoon e il saccarosio della commedia familiare” (voce omonima, dizionario del cinema Morandini), che vede protagonista un bambino poco considerato dalla famiglia, a tal punto da essere dimenticato a casa nel periodo delle vacanze di Natale. La grammatica narrativa è sempre la stessa: il cucciolo richiede un'attenzione che non gli viene concessa, per qualche motivo si ritrova a dover vivere un'avventura in autonomia, dimostra di potercela fare ma nel contempo si rende conto della necessità (anche solo affettiva) degli adulti, avviene il ricongiungimento che vede ambo le parti riappacificarsi e cucire la rottura iniziale. Nonostante la trivialità del modello questo sembra attecchire particolarmente bene (il film di Columbus ha incassato centinaia di milioni di dollari ed è oggi, a distanza di quasi 30 anni dalla sua uscita, presente regolarmente nei palinsesti televisivi di tutto il mondo) nei confronti di alcune istanze psicosociali che vantano almeno due secoli, e che derivano dalla riconfigurazione del senso dell'età compiutasi dal Romanticismo in avanti, e consolidatasi in seno alla vittoria della seconda guerra mondiale da parte degli USA¹¹.



Fig. 12 - *La guerra e il sogno di Momi* (Segundo de Chómon, 1917), screenshot

Altra peculiarità saliente, di chiara impronta semiotica, è la spettacolarità visiva dei film dei cuccioli per i cuccioli. Dal mediometraggio di De Chómon, “con effetti di fantasia visiva inediti nello spettacolo italiano” (Faccioli 2016, voce “Pellicole sul fronte: il cinema e la guerra” in *Dizionario storico della Prima guerra mondiale*), ai cartoni animati della Disney, la cui fantasmagoria visiva costituisce ancora oggi una firma, fino al cinema di derivazione spielberghiana con i suoi extraterrestri, archeologi con la frusta, squali, robot e dinosauri, la meraviglia e lo stupore innanzitutto visivo sembrano comporre il *trigger* capace di suturare il pubblico infantile, e non solo, al testo filmico. Se ne deduce che il primo aggancio, ancorché narratologico, è sempre intimamente sensoriale-estesico, basato su una sorta di dislocazione dell'immaginazione fanciullesca nell'immagine cinematografica, capace di assecondare ghiribizzi altrimenti relegati a fantasie che gli adulti, almeno agli occhi del bambino, sembrano non voler o poter capire sino in fondo. Così il cinema per ragazzi si fa persino dispositivo modale, capace di investire lo spettatore di un *potere* attanziale che è innanzitutto poter-vedere collettivamente una forma mediata – e

¹¹ Cfr. Savage 2009.

compromissoria – della fantasia individuale del bimbo, che pure ci tiene *proprio* per questo motivo a vedere il film con il genitore, a renderlo partecipe del suo mondo attraverso un mediatore terzo, che lui percepisce come imparziale. Di contro è bene ricordare come tale logica attrazionale del cinema non sia prerogativa esclusiva del film per ragazzi, ma anzi sostanzialmente interi generi che, sin dal cinema delle origini, hanno spopolato. E che ciò, in chiave psicosemiotica, costituisce un ponte fra il mondo degli adulti e quello dei cuccioli che non è desiderato solo da questi ultimi, ma in egual misura da ambo i lati¹².

Vale infine la pena di citare una deviazione, particolarmente presente negli ultimi decenni, rispetto al genere tratteggiato in precedenza: la distopia a sfondo cuccioloso. Così si stagliano spazi dell'immaginazione collocati in un sistema polarizzato fra utopia, *eu-luogo* felice nella sua perfezione, e distopia, virtualizzazione massima di una perfezione negativa, “caco-topia” (Muzzioli 2007, p. 21) ove protagonisti sono cuccioli. Questi film, pur presentando delle comunanze con l'avventura per e dei ragazzi, tendono spesso a discostarsi da un certo punto di vista ideologico non proponendo necessariamente il ricongiungimento finale con il mondo adulto, e nemmeno assestandosi sul *topos* del lieto fine. Di questo filone oggi assai inflazionato fanno parte tutte quelle storie, solitamente prima romanzate e poi tradotte in film, ove un gruppo di ragazzi si trova a dover fronteggiare pericoli di varia natura a partire da regimi dittatoriali quasi sempre messi in opera da adulti senza scrupoli. Ne sono esempi saghe di successo come *Hunger Games*, *Divergent*, *Maze Runner*, per certi versi l'epitaffio di *Harry Potter*, che pur se non strettamente distopica mette in scena progressivamente una lotta fra maghi adulti e malvagi, guidati da Lord Voldemort che si configura come palese trasfigurazione di Adolf Hitler, che mira alla soppressione dei “babbani”, individui senza capacità magiche da lui considerati impuri, e ragazzi che combattono contro la creazione di un mondo totalitario dominato dai mangiamorte, sorta di nazisti magici. In queste saghe il lieto fine, nonostante l'inserzione di momenti tragici, sacrifici ed episodi cruenti, è quasi sempre d'obbligo. A queste si aggiungono però rappresentazioni fanciullesche meno canoniche, ove il potere distopico è rappresentato come in grado di piegarne l'innocenza in favore di derive del tutto autodistruttive. Un caso abbastanza noto è quello di *Battle Royale*, romanzo di Batoru Rowaiaru del 1996 e film di culto dalle venature splatter del 2000 diretto da Kinji Fukasaku. Protagonista un'anonima classe scolastica giapponese che, scelta a caso una volta all'anno, viene trasferita in maniera coatta e subdola (con la scusa di una gita fuori porta) su di un'isola ove gli alunni saranno costretti a uccidersi macabramente l'un l'altro, finché non resti solamente uno in vita. Tale modulo, che trae le sue origini dai *10 piccoli indiani* di Agatha Christie e che è oggi altamente utilizzato nella produzione letteraria e cinematografica di consumo (sullo stesso schema si basa anche *Hunger Games*), nella storia è sotteso al compiacimento ideologico di uno stato autoritario ove gli adulti si sentono minacciati dai giovani, troppo spesso desiderosi di libertà. In fondo simile prerogativa è la stessa adoperata da Stanley Kubrick in *Arancia meccanica*, che vede i druggi, capeggiati dal giovane (presumiamo post-adolescente) Alex DeLarge, compiere le peggiori nefandezze in nome di un'autodeterminazione che si differenzia dall'alienante mondo degli adulti, con tanto di sanzione positiva sul finale, quando questi accetterà di essere inglobato nel sistema ideologico che per tanto tempo aveva sdegnato. Di fianco a queste distopie vi sono quelle che potremmo definire “distopie del reale” a base cucciolosa, film ambientati in mondi verosimili che presentano situazioni possibili a sfondo tragico o comunque non improntato alla sanatura della rottura iniziale, ove a farne le spese è il cucciolo umano o animale. Esempi di queste sono sul lato umano film come *Papà, ho trovato un amico* (*My Girl*, Howard Zieff 1991), che vede il piccolo protagonista (la star bambina Macaulay Culkin, già protagonista di *Mamma, ho perso l'aereo*) morire di shock allergico dopo essere stato assalito da uno sciame d'api, o *Matilda sei mitica* (*Matilda*, Danny DeVito 1996), che pur essendo una commedia fantastica (con Mara Wilson, altra star bambina) cela una storia di maltrattamento infantile, o ancora *Stand by Me – Ricordo di un'estate* (*Stand By Me*, Rob Reiner 1986),

¹² Era il 1985, anno di uscita dei mitici *Goonies*, testo che racchiude in sé tutto quanto detto finora e ad oggi culto più che in quegli anni, ma era anche l'anno di uscita di *Ritorno al futuro* (Robert Zemeckis 1985), un film non certamente indirizzato a ragazzi troppo giovani, ma che ne proseguiva le logiche pedissequamente, declinandole per un pubblico adulto. La grande capacità di questi film è dunque quella di sapersi situare in un tempo sospeso, che per l'adulto è un tempo nostalgico, che rimanda al passato, mentre per il bambino è un tempo ancora da venire, che rimanda al futuro.

che con amarezza racconta alcuni giorni dell'estate di un gruppo di ragazzi che devono affrontare i problemi della vita e che non finirà con il tipico lieto fine. Sul lato animale si possono citare a titolo esemplificativo film come *Hachiko – Il tuo migliore amico* (*Hachi: A Dog's Tale*, Lasse Hallström 2009), che di fatto tratta il tema del lutto dal punto di vista di un animale che perde il suo padrone, o *Io & Marley* (*Marley & Me*, David Frankel 2008), che introduce nella narrazione un tema solitamente taboo, cioè quello del cucciolo di cane che una volta fattosi adulto e cresciuto con una famiglia di umani muore. Così, pare, l'*illusione cinematografica* funge da contraltare a quella che si potrebbe definire come *illusione ideologica* (Žižek 1989), mostrando il percorso narrativo che conduce a quest'ultima, o al rifiuto di questa (si pensi al finale quasi-suicida del primo episodio di *Hunger Games*), ai vantaggi che da essa derivano, ma al disagio esistenziale che essa comporta, come dimostrano infine gli occhi dell'ultima sopravvissuta alla Battle Royale, la cui cucciolosità è emblemizzata dal pupazzo che stringe a sé, in un'interpellazione carica di rimandi simbolici.



Fig. 13 - *Battle Royale* (Kinji Fukasaku 2000), screenshot

6. Conclusioni

Il percorso analitico proposto attraverso i modi della valorizzazione del cucciolo al cinema non si è configurato unicamente come una rassegna filmografica attraverso specifici generi, ma anche e soprattutto come una proposta che veda i testi come veicoli della cultura e come modi di comprensione di quest'ultima. In questo senso, l'approccio semiotico risulta privilegiato per lo studio della trasmissione dei valori, eppure senza che questo si interfacci con discipline complementari il discorso sarebbe risultato quantomeno mutilo. Dialogare con la psicologia e con la storia del cinema, e interrogare anche solo tangenzialmente i contatti che la filosofia ha stabilito con il concetto di ideologia, sono state condizioni essenziali allo svolgimento di un ragionamento che non può e non deve avvilupparsi entro un solo orizzonte. Interrogare l'ignoto con lo sguardo semiotico in fondo significa proprio intrecciare i fili di diverse episteme:

Il filo conduttore che uno sguardo retrospettivo coglie nei mille rivoli della curiosità e della scrittura semiotiche riconduce all'ipotesi di un'origine antropologica della narratività in cui essa si lega essenzialmente alla trascendenza (Leone 2015, p. 698).

Si sono così identificate le componenti che fanno del cucciolo (e dell'adolescente, sua fase terminale) un ente inquietante agli occhi dell'adulto, ineffabile nella sua interezza, eppure con il quale è necessario stabilire un rapporto di senso, finanche forzandovi una socializzazione a partire da quello che forse è un primigenio istinto di sopravvivenza, teso alla reiterazione dell'umano e dei suoi valori. Di tale freudiana coazione all'assiologia (che in qualche modo fa ben sperare circa una *naturale* propensione



dell'umanità al “buono”) in risposta a un'impenetrabilità di fondo, si è fornita una mappatura, valoriale, narratologica, somatica, ideologica. Si è appena all'inizio di un percorso che sistemizzi la moltitudine di rappresentazioni della cucciolosità che costellano la storia del cinema (o della letteratura, o dell'arte), eppure ci pare che la prospettiva fornita possa costituire un modo stimolante per comprendere non solo il funzionamento dei testi, ma anche – e in ultima analisi: soprattutto – di noi stessi.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Alizade, A.C., 2006, *Motherhood in the Twenty-First Century*, Karnac Books.
- Balestrieri, M. et al., 2010, *Vero come la finzione. La psicopatologia al cinema*, 2. voll., Milano, Springer.
- Barbetta, P., 2008, *Lo schizofrenico della famiglia*, Roma, Meltemi.
- Benzoni, S., 2015, *L'infanzia non è un gioco. Paradossi e ipocrisie dei genitori di oggi*, Bari, Laterza.
- Bleger, J., "Ambiguità e sincretismo ne *Il perturbante di Freud*", in Petrilli, M.E. e Rossetti, M., 2010, *Simbiosi e ambiguità. Studio psicoanalitico*, Roma, Armando Editore.
- Bruni, P., 1996, *Il cinema Northern: storia del cinema horror e di fantascienza*, Chieti, Libreria Universitaria.
- Bruno, M.W., 2003, *Stanley Kubrick*, Roma, Gremese Editore.
- Contino, M., 2015, *Manifestazioni spiritiche. Testimonianze – studi – ipotesi*, Pisa, Risveglio Edizioni.
- Derrida, J., 1982, *Margins of Philosophy*, Chicago, Chicago University Press.
- Dusi, N., "Pinocchio nella balena", in Pezzini, I. e Fabbri, P., 2002, *Le avventure di Pinocchio. Tra un linguaggio e l'altro*, Roma, Meltemi.
- Eco, U., 1994 (1975), *Trattato di semiotica generale*, Milano, Bompiani.
- Ellerby, J.M., 2015, *Embroidering the Scarlet A: Unwed Mothers and Illegitimate Children in American Fiction and Film*, Ann Arbor, University Michigan Press.
- Engels, D.W., 2015 (1999), *Classical Cats: The Rise and the Fall of the Sacred Cat*, New York, Routledge.
- Erens, P., 1990, *Issues in Feminist Film Criticism*, Bloomington-Indianapolis, Indiana University Press.
- Fabbroni, B., 2008, *La stagione dell'adolescenza*, Roma, Edizioni Universitarie Romane.
- Fontanille, J., 2004, *Soma & séma. Figures du corps*, Parigi, Maisonneuve & Larose.
- Genette, G., 1976, *Mimologiques: voyage en Cratylé*, Parigi, Editions du Seuil.
- Kline, D., 2014, "The New Kids: Indigo Children and New Age Discourse", in *Contemporary Esotericism*, Routledge, 351–372.
- Jacobelli, G.P., 2015, "Tutti i colori del gatto", *Mit Technology Review*, 6, 28-29.
- Labanca, N., 2014, *Dizionario storico della prima guerra mondiale*, Roma-Bari, Gius. Laterza & Figli.
- Lasagna, R., 2012, *Walt Disney. Una storia al cinema*, Alessandria, Falsopiano.
- Leonardi, P., 1997, *Come trasformare la depressione in risorsa. Decalogo per migliorare la vita e la stima di sé*, Milano, FrancoAngeli.
- Maldonado, T., 1994, *Reale e virtuale*, Milano, Feltrinelli.
- Maldonato, M., et al., 2007, *La coscienza. Come la biologia inventa la cultura*, Napoli, Guida.
- Mamula, T., 2012, *Cinema and Language Loss: Displacement, Visuality and the Filmic Image*, Routledge.
- Marks, A., 1909, *The Cat in History, Legend, and Art*, Londra, E. Stock.
- Marrone, G., 2002, *Storia e generi della letteratura per l'infanzia*, Roma, Armando Editore.
- Mastronardi, V.M., 2005, *Filmtherapy. I film che ci aiutano a stare meglio*, Armando Editore.
- Merleau-Ponty, M., "Il sentire", in Fabbri, P. e Marrone, G., *Semiotica in nuce*, vol. 2, Roma, Meltemi.
- Mininni, G., "La trama polifonica della coscienza", in Maldonato et al., 2007, *La coscienza. Come la biologia inventa la cultura*, Napoli, Guida, 61-106.
- Muri, J.K., 2007, *Horror Films of the 1980s*, Jefferson-Londra, McFarland & Company.
- Muzzioli, F., 2007, *Scritture della catastrofe*, Roma, Meltemi.
- Podberscek, A.L., Paul, E.S. e Serpell, J.A., 2000, *Companion Animals And Us: Exploring the Relationships Between People And Pets*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Quadrio, A. e Catellani, P., 1987, *Psicologia dello sviluppo individuale e sociale*, Milano, Vita e Pensiero.
- Rezzonico, G. e Liccione, D., 2004, *Sogni e psicoterapia: l'uso del materiale onirico in psicoterapia cognitiva*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Savage, J., 2009, *L'invenzione dei giovani*, Milano, Feltrinelli.
- Shell, M., 1985, "The Family Pet", *Representations*, 15, 121-153.
- Smith, D.W., "Three Facets of Consciousness", in *Axiomathes*, 2001, 12-55.
- Tosi, G., "A caccia di spiriti: analisi e terapia in un caso di disturbo di personalità", in Liccione, D., 2012, *Casi clinici in psicoterapia cognitiva neuropsicologica*, Limena, Libreria Universitaria, 319-349.
- Viganò, D. e Scarafile, G., 2007, *L'adesso del domani. Riconfigurazioni della speranza nel cinema moderno e contemporaneo*, Torino, Effata'.
- Waltz, M., 2009, "From Changelings to Crystal Children: An Examination of 'New Age' Ideas About Autism", in *Journal of Religion, Disability & Health*, 13(2): 114–128.



Žižek, S., 1989, *The Sublime Object of Ideology*, New York, Verso.

Filmografia

- 2001: A Space Odyssey*, di Stanley Kubrick, USA, Gran Bretagna 1968; versione it., *2001: Odissea nello spazio*.
A Clockwork Orange, di Stanley Kubrick, Regno Unito, USA 1971; versione it., *Arancia meccanica*.
A.I. Artificial Intelligence, di Steven Spielberg, USA 2001; versione it., *A.I. - Intelligenza artificiale*.
Batoru Rowaiauru, di Kinji Fukasaku, Giappone 2000; versione it., *Battle Royale*.
Black Cat, di Lucio Fulci, Italia 1981.
Cats & Dogs, di Lawrence Guterman, USA 2001; versione it., *Come cani e gatti* (si cita solo il primo capitolo della serie).
Divergent, di Neil Burger, USA 2014. (si cita solo il primo capitolo della saga).
E.T. the Extra-Terrestrial, di Steven Spielberg, USA 1982; versione it., *E.T. L'extraterrestre*.
Eye of the Cat, di David Lowell Rich, USA 1969; versione it., *Il terrore negli occhi del gatto*.
Gatti rossi in un labirinto di vetro, di Umberto Lenzi, Italia, Spagna 1974.
Ghostbusters II, di Ivan Reitman, USA 1989.
Gremlins, di Joe Dante, USA 1984.
Hachi: A Dog's Tale, di Lasse Hallström, USA 2009; versione it., *Hachiko – Il tuo migliore amico*.
Harry Potter and the Philosopher's Stone, di Chris Columbus, Regno Unito, USA, 2001; versione it., *Harry Potter e la pietra filosofale*. (si cita solo il primo capitolo della saga).
Home Alone, di Chris Columbus, USA 1990; versione it., *Mamma, ho perso l'aereo*.
Hook, di Steven Spielberg, USA 1991; versione it., *Hook – Capitan Uncino*.
Il gatto a nove code, di Dario Argento, Italia, Francia, Germania Ovest 1971.
Il gatto dagli occhi di giada, di Antonio Bido, Italia 1977.
John Carpenter's Village of the Damned, di John Carpenter, USA 1995; versione it., *Villaggio dei dannati*.
La guerra e il sogno di Momi, di Segundo de Chómon, Italia 1917.
La morte negli occhi del gatto, di Antonio Margheriti, Italia, Francia, Germania Ovest 1973.
La noche de los mil gatos, di René Cardona Jr., Messico 1972; versione it. *La notte dei mille gatti*.
Mama, di Andres Muschietti, Spagna, Canada 2013; versione it., *La madre*.
Marley & Me, di David Frankel, USA 2008; versione it., *Io & Marley*.
Matilda, di Danny DeVito, USA 1996; versione it., *Matilda sei mitica*.
My Girl, di Howard Zieff, USA 1991; versione it., *Papà, ho trovato un amico*.
Pet Sematary, di Mary Lambert, USA 1989; versione it., *Cimitero vivente*.
Pinocchio, di Ben Sharpsteen, Hamilton Luske, Bill Roberts, Norman Ferguson, Jack Kinney, Wilfred Jackson, T. Hee, USA 1940.
Profondo Rosso, di Dario Argento, Italia 1975.
Rosemary's Baby, di Roman Polanski, USA 1968.
Sabrina, the Teenage Witch, serie tv ideata da Nell Scovell, USA (1996-2003); versione it., *Sabrina, vita da strega*.
Snow White and the Seven Dwarfs, di David Hand, USA 1937; versione it., *Biancaneve e i sette nani*.
Stand by Me, di Rob Reiner, USA 1986; versione it., *Stand by Me – Ricordo di un'estate*.
Strays, di John McPherson, USA 1991.
Stuart Little, di Rob Minkoff, USA 1999; versione it. *Stuart Little – Un topolino in gamba*. (Si cita solo il primo capitolo della serie).
The Babadook, di Jennifer Kent, Australia 2014; versione it., *Babadook*.
The Brood, di David Cronenberg, Canada 1979; versione it., *Brood – La covata malefica*.
The Cat People, di Jacques Tourneur, USA 1942; versione it., *Il bacio della pantera*.
The Cat People, di Paul Schrader, USA 1982; versione it., *Il bacio della pantera*.
The Exorcist, di William Friedkin, USA 1973; versione it., *L'esorcista*.
The Grudge, di Takashi Shimizu, USA, Giappone 2004.
The Hunger Games, di Gary Ross, USA 2012; versione it., *Hunger Games*. (si cita solo il primo capitolo della saga).
The Maze Runner, di Wes Ball, USA 2014. (si cita solo il primo capitolo della saga).
The Ring, di Gore Verbinski, USA 2002.
The Shining, di Stanley Kubrick, USA, Regno Unito 1980; versione it., *Shining*.
The Sixth Sense, di M.Night Shyamalan, USA 1999; versione it., *Il sesto senso*.
The Uncanny, di Denis Héroux, Canada 1977; versione it., *Artigli*.
Village of the Damned, di Wolf Rilla, Gran Bretagna, USA 1960; versione it., *Il villaggio dei dannati*.



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC - tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Cuccioli e cibo nel cinema d'animazione: uno sguardo semiotico

Simona Stano

1. Introduzione: cibo e identità

Dal punto di vista antropologico, l'alimentazione costituisce indubbiamente uno dei primi fabbisogni dell'umanità: mangiamo innanzitutto per sostenere il nostro corpo, che altrimenti andrebbe incontro al decadimento e alla morte. Nondimeno, come ricorda Roland Barthes in *Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine* (1961), una volta soddisfatto, tale bisogno si sviluppa oltre il proprio fine specifico, strutturandosi in *segno* – ovvero in “un comportamento [...] che sostituisce, riassume o segnala altri comportamenti” (p. 50). Uno dei primi aspetti a porre in evidenza simili dinamiche è il cosiddetto “principio classificatorio” descritto da Claude Fischler (1980; 1990): ogni cultura seleziona, all'interno di un'ampia gamma di sostanze dotate di capacità nutritive (e pertanto potenzialmente edibili), una quantità maggiore o minore di prodotti destinati a diventare, per la cultura in questione, “cibo”. Sebbene alcuni studiosi (Harris 1985) abbiano provato a spiegare questo fenomeno in base a teorie funzionaliste e materialiste, esso è evidentemente inserito in specifici sistemi di classificazione (Douglas 1972) – in base a logiche totemiche (Lévi-Strauss 1962), piuttosto che sacrificali (Détienne e Vernant 1979), igienico-razionaliste (come nella dietetica occidentale) o estetiche (come nella gastronomia). Nella sfera sociale il cibo assume valori e significati che trascendono la sua funzione di base, incidendo in maniera evidente sulle percezioni di commestibilità di particolari sostanze (Danesi 2004).

L'alimentazione diviene in questo modo un potente mezzo di comunicazione ed espressione dell'identità personale e socioculturale (Lévi-Strauss 1968; Montanari 2004; Marrone 2015; Stano 2015a; 2015b), in base a processi di *identificazione* – che, secondo la tradizione sociologica, poggiano sul riferimento a figure rispetto alle quali il soggetto si sente affine, generando un senso di appartenenza a un'entità collettiva percepita come “noi” (v. in particolare Erikson 1950; 1968; Foote 1951) – e di *individuazione* – che, al contrario, si basano sulla differenziazione da gruppi o membri di gruppi rispetto ai quali il soggetto si percepisce come distinto e/o distante (cfr. Sciolla 1983) – che si sviluppano sin dalla prima infanzia e si intensificano con la crescita dell'individuo. Non a caso, il tema delle abitudini alimentari caratterizza largamente il cinema d'animazione – rivolto *in primis*, seppur non esclusivamente, a bambini e ragazzi –, in cui la figura del cucciolo (umano o animale) gioca un ruolo fondamentale, talvolta promuovendo determinati stili alimentari ed esaltando particolari effetti di senso derivanti dall'esperienza gastronomica, talaltra segnalando tabù (presentati come superabili o meno) e accentuando la componente del disgusto o del rifiuto di particolari stili e modelli alimentari.



2. Il “cucciolo che mangia” nel cinema d’animazione

A partire dalle considerazioni sopra riportate, i paragrafi che seguono si propongono di individuare e analizzare le principali rappresentazioni del “cucciolo che mangia” nel cinema d’animazione (dai primi lungometraggi in *cel animation* degli anni Trenta del ventesimo secolo alle più recenti produzioni ottenute mediante la tecnica della *computer-generated imagery*). È opportuno a questo punto specificare che, in accordo con le premesse epistemologiche del presente articolo e in considerazione dell’etimologia del termine *cucciolo*, esso sarà inteso nelle pagine che seguono nell’accezione più ampia di animale “che non ha ancora finito di crescere” (Pianigiani 2016). Con tale denominazione si farà quindi riferimento tanto al genere umano quanto a quello animale propriamente detto (così come al “quasi-umano” Pinocchio), comprendendo sia soggetti nei primi anni di vita che altri animali o individui che, per i motivi più vari (dalla perdita di memoria di Dory, che ne determina la condizione di perenne ingenuità e mancanza di conoscenza, all’agio in cui cresce la giovane Lilli, che la rende decisamente meno “cresciuta” rispetto al vagabondo Biagio, ecc.), vengono messi in scena nel loro processo di maturazione identitaria e crescita personale. L’analisi semiotica di diversi *case study*, individuati per la loro significatività nell’ambito della ricchissima produzione di una delle maggiori case di produzione cinematografica a livello internazionale – la Walt Disney Company, che nel 2006 ha acquisito anche la Pixar Animation Studios –, permetterà di descrivere in chiusura il modo in cui le rappresentazioni considerate sembrano promuovere determinate letture del legame tra cuccioli ed esperienza alimentare, investendo quest’ultima di particolari valori ed effetti di senso.

2.1. *Biancaneve e i sette nani (Snow White and the Seven Dwarfs)*, 1937

Film del 1937 diretto da David Hand, *Biancaneve e i sette nani (Snow White and the Seven Dwarfs)* è il primo lungometraggio d’animazione prodotto in America da Walt Disney. Ispirato all’omonima fiaba dei fratelli Grimm, il film enfatizza in modo particolare la *dimensione visiva* legata all’universo alimentare: sono le sembianze della mela – messe in risalto soprattutto dalla dimensione cromatica, che pone l’alimento al centro della scena sul versante plastico, distinguendola nettamente dagli altri frutti presenti nella cesta da cui proviene, così come da ogni altro elemento raffigurato – a suscitare il piacere del(l’ancora potenziale) attante degustatore (Biancaneve) mediante la vista ancor prima dell’entrata in scena del senso del gusto, come ben mette in evidenza la scena in cui la giovane fanciulla, vedendo il frutto rosso offertole dalla Regina – travestita da anziana signora – esclama: “Ha un aspetto magnifico!”, poco prima che la donna le risponda: “Sì, ma il suo sapore è ancora migliore del suo aspetto. Vuoi assaggiarla?”.

A simile caratterizzazione si combina un’interessante problematizzazione del rapporto tra apparenza ed essenza, secondo le logiche descritte dal quadrato di veridizione elaborato da Algirdas Julien Greimas (1983): è proprio il bell’aspetto della mela a permettere alla strega-Regina di ingannare la percezione di Biancaneve, enfatizzando la dimensione sinestetica dell’esperienza gustativa e nascondendo la reale essenza (in questo caso altamente pericolosa) del cibo offerto. Molto significativa, a questo proposito, è la sequenza dell’incantesimo, in cui la Regina immerge il frutto rosso nel veleno cosicché ne assuma la portata letale – simboleggiata, a livello figurativo, dal teschio che il liquido disegna sulla superficie dell’alimento –, per poi mascherare tale contaminazione mediante il sortilegio: “Fatti *bella* per tentarla e per sempre addormentarla”. La mela, frutto “naturalmente” commestibile (sebbene legato a un’iconografia che lo identifica con il cibo proibito sin dalle origini dell’Eden), diviene in questo caso non edibile a causa di una trasformazione “culturale” (una *cottura*, per utilizzare la terminologia introdotta da Claude Lévi-Strauss 1964; 1965) che, pur non ingannando gli animali (esseri *naturali*) del bosco, fa cadere il “cucciolo” Biancaneve (sprovvisto del “sapere” che solo i nani – della cui assenza la strega si sincera immediatamente – avrebbero potuto comunicarle in modo comprensibile) in un gioco di illusione e menzogna per cui ciò che *appare* commestibile (secondo la

logica “bello da guardare, buono da mangiare”¹) in realtà *non lo è*. E di nuovo è la dimensione cromatica a giocare un ruolo di spicco in simile processo (Fig. 1): se la mela “naturalmente edibile” è di color giallo-arancione, il processo di culturalizzazione che la rende “bella”, ma al tempo stesso non commestibile (giacché letale), comporta l’assunzione di nuove tinte – dapprima il nero, con chiaro rimando plastico (che fa eco all’elemento figurativo descritto poco sopra) alla morte (*disforia*), e in seguito il rosso che ne enfatizza la piacevolezza, alla vista e dunque anche al palato (*euforia*).



Figura 1 – Trasformazione “culturale” della mela avvelenata, fotogrammi da *Biancaneve e i sette nani* (*Snow White and the Seven Dwarfs*), © Disney 1937.

2.2. *Pinocchio*, 1940

Nel film *Pinocchio*, del 1940, la relazione tra cuccioli e cibo è intrinsecamente legata alle figure della *misura* e dell’*eccesso*: il Paese dei Balocchi incanta svariati fanciulli con la promessa di “dolci, pizza, caramelle, panna montata”, insomma una vera e propria “cuccagna” (come afferma Lucignolo con riferimento al noto mito del Paese della Cuccagna). Ma lo fa a caro prezzo: dopo aver mangiato gelati, torte, polli e leccornie di ogni tipo, e persino ingerito bevande alcoliche e fumato tabacco, Pinocchio e Lucignolo – e con loro tutti i bambini che si sono abbandonati all’eccesso smisurato – vengono trasformati in asini, a segnalare i pericolosi – e talvolta irreversibili – effetti di “contaminazione” (fisica nel caso dell’intossicazione da sigaro che rende verde il volto del piccolo burattino animato, magica e fortemente simbolica in quello della trasformazione degli infanti in animali) che la smoderatezza e la mancata osservanza delle regole alimentari generalmente imposte dal mondo adulto (rappresentato dal grillo parlante, incarnazione della “coscienza” del piccolo burattino, che più volte lo esorta a non lasciarsi andare all’eccesso) possono provocare.

In termini flochiani (Floch 1990), dunque, l’universo alimentare sembra in questo caso essere intrinsecamente legato a una *valorizzazione critica*: a regolarlo non è né può essere un principio di piacere o gusto (come vorrebbe la *gourmandise* dei cuccioli raffigurati, rappresentanti di una sfrenatezza caratterizzata in senso *ludico-estetico*), bensì una logica di tipo “costi/benefici” (per cui la salute si può ottenere esclusivamente mediante il rispetto delle norme che l’universo adulto rappresenta e ricorda costantemente). Adottando una prospettiva leggermente diversa eppure collegata al pensiero flochiano, questo tipo di regolamentazione può essere descritto come una negazione della dimensione prospettica (il *voler fare* del Soggetto che mangia) in favore di un *regime causale* (Ferraro 1998), per cui “si è ciò che si fa”: sani se si mangia in modo corretto e nella giusta misura, intossicati – o addirittura tramutati in

¹ Il riferimento è al lévi-straussiano *bon à penser, bon à manger* (“buono da pensare, buono da mangiare”, 1962), reinterpretato in questa chiave per porre l’enfasi sulla dimensione visiva connessa all’alimentazione.



asini – se si mangia troppo o si consumano cibi inappropriati. È proprio nella tensione tra questi poli opposti dell'universo alimentare – valorizzazione ludico-estetica e regime prospettico, da una parte, e valorizzazione critica e regime causale, dall'altra – che si gioca lo scarto tra mondo dei cuccioli e universo adulto.

2.3. *Dumbo – L'elefante volante (Dumbo), 1941*

Diretto da vari registi, *Dumbo – L'elefante volante (Dumbo, 1941)* è basato su una storia di Helen Aberson illustrata da Harold Pearl per il prototipo del giocattolo *Roll-a-Book*. La scena più significativa del film in relazione all'universo alimentare è quella in cui il cucciolo di elefante beve l'acqua da una tinozza in cui è accidentalmente caduto dello spumante. Gli effetti del liquido alcolico non tardano a manifestarsi: pervaso dall'ebbrezza, Dumbo si lascia inizialmente andare a un momento di incontenibile euforia, che trova sfogo in “frizzanti” risate e in una sensazione di allegra leggerezza che gli fanno dimenticare lo stato di profonda inquietudine in cui si trovava poco prima. Ma questa ebbrezza euforica lascia presto spazio a uno stato più marcatamente disforico: allucinazioni visive e uditive sopraggiungono a segnalare la totale perdita di controllo da parte del cucciolo e del piccolo amico Timoteo, dapprima increduli (Dumbo sgrana più volte gli occhi, mentre Timoteo, dubbioso, esclama: “Ehi Dumbo, li vedi anche tu? Dumbo!”) e poi persino terrorizzati. Le leggere bollicine del principio si trasformano in giganteschi elefanti rosa, i quali si impadroniscono totalmente dello schermo oltrepassandone addirittura la cornice, mentre una voce grave descrive a livello sonoro lo stato patemico dei due soggetti:

Son qua son qua / i rosa elefanti già / tre per tre / Eccoli marciano. / Quaggiù, laggiù, / arrivan di su e di giù! / Son qua, son qua / continuano ad avanzar; / come uman marciano / ondeggiando di qua e di là, / i rosa elefanti van! / Cosa farò? / Cosa farò? / Dove fuggire potrò? / Io non ho terror di vermi, / né di serpenti, / né di germi, / ma i rotondi pachidermi / mi fan rabbrivir! / Non sono il tipo da svenir, / né da farmi intorire, / ma vedermi comparire / i rosa elefanti / mi fa mal, / tanto mal! / Mandali via, / mandali via! / Quale orror! / Che terror! / I rosa elefanti, no! / Salvatemi... / Salvatemi... / Salvatemi!

Raggiunto l'apice di questo climax disforico, torna improvvisamente la quiete: il minaccioso coro si interrompe a favore di una melodia classica, mentre sul versante visivo l'iperbole (evidente tanto sul versante figurativo, quanto su quello plastico – con particolare riferimento alla dimensione cromatica e topologica –, come ben rimarcano i fotogrammi riportati in Fig. 2) che aveva dato vita a giganteschi mostri composti da molteplici pachidermi lascia spazio a due figure eleganti che, dimentiche della propria stazza imponente, disegnano voluttuosi movimenti con i pattini che indossano ai piedi.

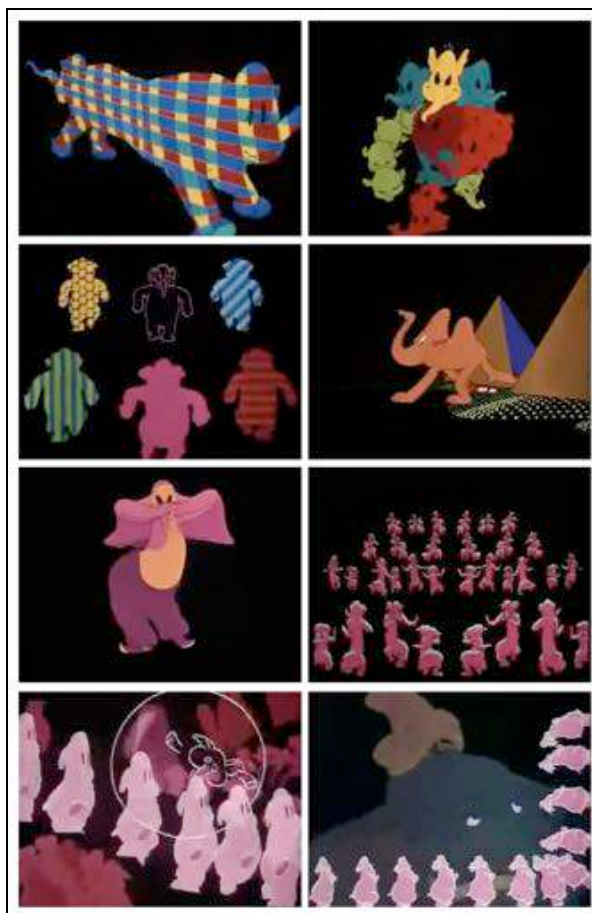


Figura 2 – Allucinazioni figurative e plastiche, fotogrammi da *Dumbo – L'elefante volante (Dumbo)*, © Disney 1941.

Alla ritrovata armonia subentra infine la sonnolenza, che sancisce la fine dello stato allucinatorio: le figure degli elefanti rosa tornano a fondersi con quelle del mondo reale che circonda i due soggetti, trasformandosi nelle nuvole che riempiono il cielo del mattino in cui si risveglieranno di lì a poco (Fig. 3).

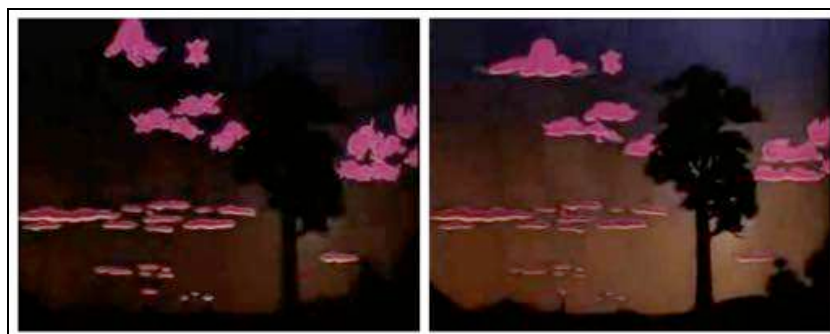


Figura 3 – Dall'allucinazione alla realtà, fotogrammi da *Dumbo – L'elefante volante (Dumbo)*, © Disney 1941.

Nuovamente, dunque, il legame tra cuccioli e cibo si estrinseca nella figura della “contaminazione”: non più per cattiva condotta, come nel caso precedente, bensì per semplice casualità, il cucciolo protagonista del lungometraggio fa esperienza degli effetti legati alla valorizzazione ludico-estetica



dell'alimentazione, che dal piacere e l'iniziale euforia della gourmandise sembra irrimediabilmente destinata a sfociare in iperboliche allucinazioni disforiche, temporanee ma nondimeno incontrollabili e incontenibili.

2.4. *Alice nel Paese delle Meraviglie (Alice in Wonderland)*, 1951

Basato sull'omonima opera di Lewis Carroll, *Alice nel Paese delle Meraviglie (Alice in Wonderland)*, 1951) narra il viaggio di una bambina in un mondo immaginario governato dalla logica del *nonsense*. Una logica che non tarda a investire anche l'universo alimentare: da una parte, il film pare “prendersi gioco” della realtà, trasformando la cerimonia inglese del tè in un rito eccezionale eppure ordinario (qual è la celebrazione del “non compleanno”) che richiama utensili, ingredienti e costumi tipici della tradizione britannica per farne il verso, con interessanti distorsioni a livello figurativo – da teiere con cinque beccucci a piattini di porcellana che si sgranocchiano al posto dei biscotti – e tematico – come la presenza di “buone maniere a tavola” alquanto inconsuete (dal modo in cui è vissuto lo spazio della tavola alla maniera in cui vengono adoperati gli utensili e/o altri oggetti che la sovrastano, sino alle norme che regolano il pasto e altre attività ad esso contemporaneo, come la conversazione).

Dall'altra parte, si assiste piuttosto in questo testo a un'“amplificazione” (seppur iperbolica e spesso illogica) della realtà, che insiste sugli effetti che gli alimenti possono avere sul corpo di chi mangia, dall'acqua che fa rimpicciolire Alice, cambiando sapore a ogni sorso, ai biscotti del Bianconiglio che le fanno assumere dimensioni gigantesche, sino al fungo che la piccola bimba imparerà gradualmente a dosare per divenire della grandezza desiderata (con interessante rimando alla questione della misura, già centrale in altri testi analizzati in precedenza). Pur nella logica del *nonsense*, dunque, il testo sembra suggerire la necessità di fondo del *controllo* e della *misura* – competenze relative all'universo alimentare che, lungi dall'essere innate, paiono poter essere acquisite solo mediante l'esperienza e la crescita del cucciolo –, enfatizzando al tempo stesso gli effetti del cosiddetto “pensiero magico” (cfr. Fischler 1990) sul soggetto che mangia.

2.5. *Lilli e il vagabondo (Lady and the Tramp)*, 1955

In *Lilli e il vagabondo (Lady and the Tramp)*, 1955) il cibo è associato alla scoperta dell'eros: la giovane e inesperta Lilli incontra Biagio, rappresentante dell'età adulta e di una vita vissuta lontano dagli agi e dalla sicurezza cui è solita la cagnolina. Tra gli incontri che li vedono protagonisti, vi è la sequenza della cena a lume di candela: Biagio si avvicina al retro del *Tony's Restaurant*, dove il proprietario lo riconosce e, vedendolo in dolce compagnia, ordina all'assistente Joe di sostituire la solita razione di ossi tenuti da parte per lui con un piatto di spaghetti con le polpette (selezionato dallo stesso Biagio dopo aver consultato il menù del giorno!), che viene servito su una tavola appositamente imbandita per l'occasione (con tanto di candela al centro per creare la “giusta atmosfera”). La romantica cena prosegue quindi sulle armoniose note di “Dolce Sognar”, cantata e suonata dagli stessi cuochi che, ancora una volta, esaltano una concezione olistica dell'esperienza gastronomica – la quale non si limita alla materia-cibo, abbracciando al contrario varie pratiche e costumi e richiamando diversi sensi (il gusto vero e proprio, ma anche la vista, l'olfatto, l'udito e, non ultimo, il tatto). Ed è proprio qui che si attesta un altro fondamentale tratto legato all'universo alimentare: la componente *culturale e identitaria*. Emerge, infatti, in questa scena un forte richiamo all'“italianità”, che trova espressione non solo nell'accentuazione del dialetto (a livello del codice linguistico), ma anche e soprattutto a livello figurativo, mediante il rimando all'immaginario collettivo che identifica la pasta al sugo con le polpette come uno dei tratti distintivi della tradizione culinaria italiana².

Il passaggio da cucciolo all'età adulta è quindi in questo caso associato a un interessante processo di risemantizzazione del cibo che lo estrapola da una logica puramente materiale e da una valorizzazione

² Sulle problematicità di simili rappresentazioni, cfr. in particolare Stano 2012 e La Cecla 1998.



pratica – il nutrimento come forma di sostentamento del corpo, vissuto come esperienza quotidiana priva di particolari connotazioni – per inserirlo in una valorizzazione ludico-estetica – il piacere del cibo, che si estende sinesteticamente ad altre sfere sensoriali in un’esperienza piacevole e fortemente seducente. D’altra parte, tale meccanismo di seduzione sembra implicare necessariamente la dimensione culturale, secondo una valorizzazione utopica: dal livello del semplice “sapere” si passa a quello del “sapere” (ben rappresentato dall’esperienza di Biagio, qui rappresentante dell’età adulta in opposizione alla giovane e inesperta Lilli, e dalle competenze – culinarie ma non solo – dei due cuochi), senza il quale l’esperienza alimentare non potrebbe aver luogo nel modo in cui viene rappresentata.

2.6. *La spada nella roccia (The Sword in the Stone)*, 1963

Nel film Disney *La spada della roccia (The Sword in the Stone)*, 1963) il “cucciolo” è Semola, un giovane ragazzo che segue gli insegnamenti del mago Merlino. Proprio durante una delle lezioni, il giovane viene a conoscenza della catena alimentare: scopre così che vi è un istinto naturale che porta alcuni animali a cibarsi di altri (tanto ch’egli stesso, tramutato in pesce dal mago, inghiottisce involontariamente un moscerino posato sulla superficie del fossato in cui sta nuotando), ma anche che, oltre a questa componente innata, vi è una capacità culturale di intervenire su di essa – capacità che non ha in questo caso tanto a che vedere con la selezione del cibo, quanto con la possibilità di “usare il cervello” per sovvertire l’ordine “naturale” delle cose (“perché” – come canta Merlino in questa scena – “in natura ben si sa, il forte il debil sopraffà”). Nuovamente, quindi, si insiste sul “sapere” legato all’esperienza alimentare: lungi dall’essere un mero processo innato, la nutrizione richiama competenze particolari, tanto sul versante di chi si ciba che su quello di chi viene cacciato per cibarsi. Vi è poi un interessante riferimento alla gerarchia della cucina (con la figura della cuoca e del garzone), nonché alle cosiddette “buone maniere a tavola”: Caio, fratellastro di Semola, viene più volte raffigurato nell’atto di mangiare della carne, rigorosamente con le mani, mentre ha i piedi poggiati sul tavolo. Sebbene l’etichetta medievale non prevedesse l’uso di particolari utensili per portare il cibo alla bocca e ammettesse comportamenti che oggi parrebbero poco consoni agli abitanti di un castello (cfr. Hensch 1976; Montanari 1988), si può notare in questo caso l’insistenza sulla caratterizzazione rozza e grossolana del fratellastro più adulto, più volte rimarcata anche in altri ambiti (in opposizione alla cura e alla delicatezza dell’esile Semola). Se quindi, da una parte, il passaggio all’età adulta viene associato nel testo all’acquisizione delle particolari conoscenze e competenze che regolano l’universo alimentare, dall’altra si rimarca fortemente come simile processo sia legato a un preciso volere: di apprendere, di studiare, in definitiva di “sapere”, come sottolinea più volte Merlino nell’arco della narrazione.

2.7. *Gli Aristogatti (The Aristocats)*, 1970

Ne *Gli Aristogatti (The Aristocats)*, 1970) il cibo è associato non più all’eros, bensì a *thanatos*: proprio come accadeva in *Biancaneve e i sette nani*, l’aggiunta di un veleno trasforma un alimento commestibile in un piatto altamente pericoloso per la salute dei personaggi. In questo caso non è tanto la vista, quanto il profumo e il sapore stesso della pietanza, più volte esaltati dai cuccioli degustatori, a permettere il gioco illusorio-menzognero architettato dal maggiordomo Edgar: dietro il “profumino appetitoso” e il “delizioso, doppiamente delizioso” piatto ch’egli cucina si cela infatti un potente sonnifero, che gli permetterà di allontanare gli animali dalla casa della ricca donna per cui lavora. Come analizzato per altri casi in precedenza, si assiste qui nuovamente a un interessante gioco di illusione e menzogna (Greimas 1983), che fa leva sulla “cottura” (trasformazione culturale) del cibo come processo in grado di alterare – e al contempo mascherare – l’essenza naturale degli alimenti, spostandoli dal dominio dell’edibile a quello del non-edibile (senza un corrispettivo cambio di percezione da parte del soggetto che mangia).



Interessante è inoltre il riferimento alle buone maniere a tavola, con l'adozione di piatti separati per ogni gatto e il registro utilizzato per gli apprezzamenti nei confronti del cuoco e della pietanza, nonché l'enfasi posta sulla "civilizzazione dell'appetito" (Elias 1939) dei personaggi ritratti e il concetto di ospitalità e condivisione del cibo e dell'esperienza gastronomica, presentati come punti cardine del percorso di crescita e acquisizione di competenze dei cuccioli raffigurati.

2.8. *Il re leone (The Lion King)*, 1994

Diretto da Roger Allers e Rob Minkoff, *Il re leone (The Lion King)* è un film Disney del 1994. La parte iniziale del lungometraggio insiste principalmente sulla catena alimentare come equilibrio "naturale" da conoscere e rispettare per un responsabile passaggio allo stato adulto e la tutela della vita stessa: nel dialogo iniziale, il re Mufasa spiega al piccolo cucciolo Simba che "tutto ciò che [si] ved[e] coesiste grazie a un delicato equilibrio; come re devi capire questo equilibrio e rispettare tutte le creature, dalla piccola formica alla saltellante antilope". Dubbioso, il piccolo cucciolo di leone domanda allora al padre perché i leoni siano soliti mangiare le antilopi; Mufasa replica dunque: "Lascia che ti spieghi: quando moriamo, i nostri corpi diventano erba, e le antilopi mangiano l'erba. E così siamo tutti collegati nel grande cerchio della vita". Se però l'incipit del lungometraggio celebra la naturalità di tale ordine (secondo un regime che Ferraro (1998) definirebbe prospettico, giacché il fare è inevitabilmente determinato dall'essere), il seguito del film pare piuttosto enfatizzare la dimensione culturale legata alla nutrizione, che a sua volta innesca un regime causale (in cui, al contrario, è l'essere a dipendere dal fare): dopo aver incontrato Pumba e Timon, Simba è costretto a modificare la propria dieta, sostituendo il consumo di zebre, antilopi e altre prede simili con quello di insetti e larve. Si pone a questo punto il problema della tensione tra *neofobia* (ovvero il timore nei confronti dei rischi connessi all'esplorazione di nuovi alimenti e nuove fonti di cibo, che favorisce scelte prudenti e la resistenza al cambiamento, Fischler 1980; 1990) e *neofilia* (un'"onnivorità" che implica autonomia, libertà e adattabilità, e spinge ad adattarsi ai cambiamenti ambientali e a esplorare una moltitudine di nuovi alimenti e diete, *ibid.*): dapprima disgustato dai nuovi alimenti (tanto da esclamare "Che schifo!" dopo averli visti), il cucciolo di leone si fa in seguito convincere all'assaggio dagli apprezzamenti dei due amici da poco acquisiti e, dopo aver ripetuto a voce alta il "mantra" appena appreso (*hakuna matata*, "senza pensieri"), mangia una piccola larva, sancendo positivamente l'esperienza gustativa tanto a livello paraverbale (con l'iniziale espressione di disgusto che ben presto si trasforma in un sorriso di gusto) quanto verbale (confermando il giudizio che poco prima aveva espresso Pumba: "Viscida, ma saporita!"). Ecco quindi che il cucciolo apprende una lezione fondamentale: la commestibilità non riguarda tanto la dimensione materiale o una presunta naturalità del mondo, quanto percezioni e concetti culturalmente formati e acquisiti dagli attanti degustatori in quanto membri di un particolare gruppo (come sancisce molto chiaramente Timon quando dice al cucciolo "Senti amico, se vivrai con noi, dovrai mangiare come noi"). In modo molto significativo, è proprio a seguito di tale acquisizione di competenze che il testo mette in scena il passaggio del personaggio dallo stato di cucciolo a quello di adulto.

2.9. *Alla ricerca di Nemo (Finding Nemo)*, 2003

Alla ricerca di Nemo (Finding Nemo), 2003) affronta un tema molto d'attualità rispetto all'universo alimentare: il vegetarianesimo. "Io sono uno squalo buono, non un automa divoratore di pesci. Se voglio cambiare questa immagine di me, devo prima cambiare me stesso. I pesci sono amici, non cibo" è la promessa che Bruto e amici recitano in apertura di ogni loro incontro (modellato sull'esempio tipico dei circoli collettivi per la cura di dipendenze di vario tipo). Una promessa che esplicita una precisa scelta identitaria: negando la propria "natura" carnivora di squali (caratterizzata da un regime posizionale per cui si fa – mangiare pesci – ciò che si è – animali carnivori), essi attestano la propria capacità "culturale" di distaccarsi da tale dipendenza (regime prospettico), rinunciando al consumo di



ciò che sarebbero “naturalmente” portati a mangiare. Significativo, rispetto a tale scelta, è l’atteggiamento assunto dai due protagonisti del lungometraggio: se Marlin, rappresentante di un mondo adulto marcato da particolari *abiti* (cfr. Bourdieu 1979) alimentari ritenuti soggetti a un “apprendimento precoce” e pertanto concepiti come difficili – se non impossibili – da modificare (secondo un’impostazione che favorisce indubbiamente la neofobia descritta da Fischler), non cessa di essere intimorito (in quanto possibile preda) dagli squali, Dory, incarnazione dell’ingenuità tipica dei cuccioli a causa della incapacità di ricordare eventi e conoscenze che la caratterizza, asseconda senza paure la loro trasformazione culturale, percependoli come propri pari. Nondimeno, la natura finisce per imporsi su ogni tentativo di controllo: quando l’inesperta pesciolina perde sangue dal naso, in effetti, anche il più rigoroso degli “squali buoni”, Bruto, non può che cedere al proprio istinto. Le sue pupille si dilatano e, come in preda a un impeto irresistibile, inizia a inseguire i due pesci – ormai dimentico dell’identità di quelli che fino a un momento prima definiva “amici” – urlando “Questa sera mangio pesce!”, mentre Fiocco e Randa cercano di trattenerlo invano.

2.10. *Ratatouille*, 2007

Il piccolo Rémy, figlio del capo di una colonia di ratti che vive nella campagna parigina, possiede un gusto e un olfatto molto sviluppati, che lo portano a rifiutare di mangiare spazzatura come fanno i suoi simili (per i quali è cibo tutto ciò che, non avvelenando il corpo, ne garantisce il sostentamento, secondo una valorizzazione prettamente pratica e una concezione puramente materiale dell’alimentazione) e a voler sperimentare sapori sempre nuovi – i quali vengono significativamente messi in scena a livello topologico mediante diverse forme e colori e, sul versante sonoro, attraverso suoni e sinfonie di diverso tipo, a richiamare la natura essenzialmente sinestesica dell’esperienza gastronomica. Proprio in virtù delle sue doti olfattive, tuttavia, il piccolo roditore viene scelto come esaminatore dei rifiuti rinvenuti dai membri della comunità, fino a quando un incidente non lo porta nella cucina di uno dei più rinomati ristoranti al mondo, quello dello chef Gusteau. Qui il destino di Rémy si lega a quello di un altro “cucciolo”, lo sguattero Linguini: se il primo è animato da una sorta di talento innato che lo porta a riconoscere e miscelare sapientemente diversi sapori, il secondo, pur essendo “erede biologico dell’unione fra le due tradizioni culinarie più autorevoli – quella italiana (la mamma che gli dà il cognome) e quella francese (è il figlio di Gusteau, lo chef più rinomato di Francia, patria della gastronomia)” (Mangiapane 2015), ne è totalmente incapace. Sarà il loro sodalizio a dare conferma al famoso motto di Gusteau (“tutti possono cucinare”), mostrando che il cibo rappresenta un cruciale strumento di realizzazione ed espressione del sé (valorizzazione utopica). Vi è poi un altro cucciolo che, pur comparso nelle ultime scene del film, è essenziale ai fini dell’analisi dei valori connessi all’alimentazione: si tratta di Anton Ego (mostrato in chiusura in un ricordo di infanzia). Come ha messo in evidenza Gianfranco Marrone (2014), la *ratatouille* preparata da Rémy per il severo critico gastronomico realizza una vera e propria catarsi, proiettando Ego in una sorta di “nostalgia del futuro” in grado di coniugare armoniosamente ricordi del passato (memoria) e prospettive future (riscatto) e incidere irrimediabilmente sul suo essere. Mediante il cibo, in definitiva, si estrinseca in questo caso non solo la possibilità di realizzazione personale del cucciolo, ma anche possibilità di riscatto del soggetto, in base a una connotazione consolatoria ma anche e soprattutto all’accento posto sulla cucina come “attività tecnica che fa da ponte tra natura e cultura” (Lévi-Strauss 1964)

2.11. *Up*, 2009

Per il cucciolo di *Up* (2009), Russell, l’alimentazione è strumento di incontro con l’Altro: è la sua barretta di cioccolato a permettergli di entrare in confidenza con il “beccaccino” Kevin, dapprima distante e timoroso, poi sempre più disinibito e amichevole nei confronti del bambino. Confermando un tema fortemente presente nella cinematografia e in diversi altri discorsi relativi all’universo alimentare (cfr. Mangiapane 2015), il lungometraggio scritto e diretto da Pete Docter e Bob Peterson



ripropone il tema della condivisione del cibo come mezzo per una congiunzione in apparenza non possibile (come testimonia l'atteggiamento di Kevin nei confronti degli altri esseri umani, primo tra tutti il Signor Fredriksen, rappresentate di un mondo adulto timoroso nei confronti dell'altro e poco incline alla convivialità). Se, quindi, il mondo – alimentare, ma non solo – degli adulti oscilla qui tra politiche di *esclusione* (disgiunzione) e *segregazione* (non congiunzione), quello dei cuccioli sembra piuttosto portare all'*assimilazione* (congiunzione) e all'*ammissione* (non disgiunzione) (Landowski 1997), come ben testimoniano l'avvicinamento di Kevin e poi dello stesso protagonista anziano da parte del piccolo esploratore Russell.

2.12. *Inside Out*, 2015

In *Inside Out* (2015) è la dimensione gustativa in senso stretto a essere in primo piano: il film, diretto da Pete Docter e Ronnie del Carmen (co-regia), mostra le cinque emozioni che regolano la vita di Riley, una bambina di undici anni. Tra queste, Disgusto evita che la giovane fanciulla “venga avvelenata, fisicamente o socialmente” (con un'interessante oscillazione tra dimensione materiale e culturale dell'alimentazione), come chiarisce la voce fuori campo: dopo aver valutato odore, forma e colore delle sostanze che i genitori vogliono far mangiare a Riley, la piccola personificazione emozionale decide se considerarle edibili o meno, mostrando chiaramente come il gusto sia una questione soggettiva, legata alla crescita identitaria del cucciolo (valorizzazione utopica). D'altra parte, la commestibilità delle sostanze del mondo reale non dipende esclusivamente da criteri individuali, ma poggia su canoni intersoggettivamente condivisi; è proprio per far rispettare tali canoni (per cui i broccoli sono del tutto edibili) che il padre di Riley (un adulto) ricorre al gioco, simulando il caratteristico “aeroplanino” per fare in modo che un altro tipo di piacere (quello ludico) sovrasti la reazione iniziale della bambina nei confronti della sostanza alimentare in questione (valorizzazione ludico-estetica).

2.13. *Il viaggio di Arlo (The Good Dinosaur)*, 2015

Per il cucciolo di dinosauro Arlo il cibo rappresenta innanzitutto sopravvivenza (valorizzazione pratica): da sempre la sua famiglia si prende cura di una grande fattoria, lavorando i campi d'estate e assicurando scorte adeguate di alimenti per il lungo inverno. In tale prospettiva, la sfera alimentare si configura principalmente come luogo di *scontro* con l'alterità: considerato un “parassita”, il ladro di provviste non viene riconosciuto nella propria identità, bensì come un'anonima minaccia da eliminare a ogni costo. Sarà proprio il cibo, tuttavia, a sovvertire questa situazione: la piccola creatura umana, vedendo Arlo in difficoltà, lo aiuterà a sfamarsi, dapprima portandogli del cibo, in seguito insegnandogli a procacciarsi da sé. Questo sarà il principio di un'amicizia forte e leale; ancora una volta, dunque, l'incontro con l'Altro passa attraverso l'alimentazione, sancendo il passaggio dall'esclusione e dalla segregazione imposte dalle regole del mondo adulto all'assimilazione e infine all'ammissione dell'alterità che si realizzano nel rapporto tra i due cuccioli (cfr. Landowski 1997).

Molto interessante, inoltre, è l'enfasi posta dal regista Peter Sohn sulla questione della commestibilità delle sostanze del mondo, ancora una volta in bilico tra natura (con le bacche non edibili che provocano allucinazioni visive ai due cuccioli) e cultura (con il rifiuto di Arlo di mangiare una serie di alimenti che il piccolo Spot considera commestibili e pertanto porta in dono all'amico affinché possa sfamarsi), ovvero tra dimensione materiale e simbolica dell'universo alimentare.



2.14. Zootropolis (Zootopia), 2016

In *Zootropolis* (*Zootopia*, 2016) il tema dell'alimentazione è riportato alla generale tensione “natura” vs “cultura”³ che regge l'intera struttura narrativa: in una società in cui lo sviluppo culturale ha eliminato ogni barriera naturale tra predatori e prede, offrendo a ognuno la libertà di realizzare i propri sogni identitari (in un regime prospettico), è proprio un elemento della natura (i fiori azzurri noti come “ululatori notturni”) a sovvertire bruscamente tale equilibrio, riportando l'ordine culturale all'istinto primordiale (regime posizionale, per cui “si fa ciò che si è”). Radicalizzando la visione di Brillat-Savarin (1825) e Feuerbach (1862), il film propone l'idea di un effetto contaminante diretto e incontrastabile delle sostanze naturali (mangiate per sbaglio o, come accade più avanti nel corso della narrazione, forzatamente introdotte nel corpo mediante proiettili) sull'organismo e sull'identità culturale (che ne risulta totalmente annientata), rimarcando inoltre la distinzione tra sostanze edibili e non edibili.

Molto interessante è anche il modo in cui il cibo viene utilizzato per mostrare la differenza tra la campagna (il “qui” sicuro della “tradizione”, caratterizzato da continuità tanto a livello spaziale che temporale) e la città (l'insidioso “altrove” della modernità, dove spazio e tempo divengono fortemente discontinui) in relazione al passaggio dal mondo dei cuccioli all'età adulta: all'abbondanza e alla bontà degli alimenti caratterizzanti il primo versante si contrappone la scarsità e la mancanza di sapore della monoporzione di carote (“Carrots for one”) che la piccola Judy, appena arrivata a Zootropolis dopo aver lasciato la propria famiglia a Bunnyburrow, riscalda al microonde nel piccolo monolocale preso in affitto. Il passaggio all'età adulta sembra dunque legarsi in questo caso a un cambiamento per certi versi opposto a quello individuato nei casi precedenti: se il cucciolo può abbandonarsi i piaceri della *gourmandise*, secondo una valorizzazione prettamente ludico-estetica (mantenibile solo da personaggi “ibridi”, come l'ingenuo e non troppo maturo agente Clawhauser), l'adulto non può sottrarsi alle logiche di tipo pratico che regolano la vita quotidiana (più marcatamente in città, meno in campagna, dove tuttavia non mancano norme e proibizioni). Da notare, infine, le logiche igienico-sanitarie che regolano il servizio al pubblico di cibo nella metropoli (con la ripresa dell'elefante che serve il gelato da parte di Judy), in contrapposizione alla “naturalità” del trattamento della materia-cibo nella campagna.

3. Conclusioni

Gli esempi analizzati mettono in evidenza una serie di elementi di fondamentale importanza in relazione alla rappresentazione dell'universo alimentare nel cinema d'animazione, con particolare riferimento alla figura del “cucciolo che mangia”.

Si nota, innanzitutto, un sostanziale discostamento da una concezione puramente materiale e da una valorizzazione essenzialmente pratica (Floch 1990) dell'alimentazione: se, da una parte, sono stati rinvenuti diversi riferimenti al cibo come strumento di sopravvivenza e sostentamento del corpo (come ne *Il viaggio di Arlo* o, in modo meno diretto, nei riferimenti alla catena alimentare presenti ne *La spada nella roccia* e *Il re leone*), dall'altra tali riferimenti finiscono sempre per essere “rovesciati” in una visione più marcatamente utopica o estetico-ludica: si pensi al cambio di dieta di Simba come espressione della nuova identità acquisita dopo la fuga da casa e l'incontro con Timon e Pumba, che sancisce il suo passaggio all'età adulta, o al modo in cui Semola apprende a intervenire sull'ordine naturale della catena alimentare per non soccombervi; o, ancora, al diverso approccio al cibo di Arlo una volta fuori dal recinto della fattoria di famiglia e dalle logiche che la caratterizzano, e persino al cibo come “strumento di seduzione” nella visione utopica di *Lilli e il vagabondo*. La stessa logica di classificazione delle sostanze del mondo in commestibili o meno risulta in bilico tra queste dimensioni: da un lato, troviamo la necessità di evitare determinati prodotti perché in grado di contaminare l'organismo (per loro natura, come accade con l'alcool o i veleni, o a causa di un consumo erraneo, come nel caso

³ La stessa città di Zootropolis si presenta come “fiero luogo della cultura che si costruisce come negazione della natura” (Mangiapane 2016).

dell'eccesso di dolci descritto per *Pinocchio*), intossicandolo in modo provvisorio o permanente e talvolta mettendo a rischio la sua stessa esistenza (es. le bacche selvatiche che provocano allucinazioni ad Arlo e Spot, gli alcolici e il tabacco che intossicano Pinocchio, lo spumante che ubriaca Dumbo e Timoteo, il sonnifero che addormenta i piccoli Aristogatti, o il veleno che fa cadere Biancaneve nel sonno mortale); dall'altro, viene invece posta grande enfasi sulla questione del gusto e del disgusto – e del loro dispiegamento sinestesico (al crocevia tra sfera visiva, olfattiva, tattile e gustativa, oltre che uditiva) – come forma di espressione identitaria e crescita personale (si pensi a Riley in *Inside Out*, a Rémy in *Ratotouille*, agli squali in *Alla ricerca di Nemo* e al piccolo dinosauro quando rifiuta i primi alimenti portati da Spot ne *Il viaggio di Arlo*). Si tratta di un equilibrio delicato e per nulla scontato, che combina in modi ogni volta diversi meccanismi fisiologici e dinamiche socio-culturali, ambito soggettivo e livello oggettivo, sfera individuale e dimensione inter-collettiva, logiche prospettiche e piani di destinazione.

A queste tensioni, se ne ricollega un'altra di cruciale importanza: già messa in evidenza dallo studioso Claude Lévi-Strauss (1964; 1965) in relazione alla cucina, l'opposizione “natura” vs “cultura” entra spesso in gioco in maniera decisiva – e secondo dinamiche variegata e complesse, che si estendono oltre i confini delle osservazioni lévi-straussiane, talvolta mostrando la fragilità della dimensione culturale (come nel caso degli squali vegetariani di *Alla ricerca di Nemo* o dei predatori di *Zootropolis*), talaltra enfatizzandola e amplificandola (come nel caso emblematico del “neofilo” Simba, nonché di tutti gli incontri con l'alterità che, per quanto in apparenza irrealizzabili, divengono possibili proprio mediante il cibo – si pensi in particolare a Russell e Kevin in *Up*, o ad Arlo e Spot ne *Il viaggio di Arlo*). Se, quindi, è indubbia l'esistenza di una dimensione materiale e “naturale” dell'alimentazione (come testimonia l'effetto di “contaminazione” più volte richiamato nei testi analizzati), lo è anche che le culture giocano un ruolo fondamentale nella strutturazione dei sistemi alimentari. Come altre forme di cultura materiale, in effetti, l'alimentazione è indubbiamente “materiale”, e pertanto soggetta a determinati limiti di natura biologica e fisica. D'altra parte, essa è innanzitutto una forma di “cultura”, ovvero un sistema di conservazione e produzione dell'informazione che interagisce con la “non-cultura”, traducendone porzioni nella propria lingua e immagazzinando i testi così acquisiti nella memoria collettiva (Lotman e Uspenskij 1975).

Fondamentale è poi il riferimento alle “buone maniere a tavola”, più volte rimarcate (in positivo o negativo) dai testi analizzati, con chiaro intento pedagogico ed esplicito richiamo alle logiche igienico-razionaliste che regolano l'alimentazione nelle società occidentali contemporanee. Molta enfasi è posta anche sulla dimensione visiva del cibo, dagli apprezzamenti di Biancaneve sulla mela rossa dall'“aspetto magnifico” all'iniziale espressione di repulsione di Simba di fronte alla vista di insetti e larve, sino al disappunto di Disgusto davanti ai broccoli (inizialmente rifiutati in quanto non hanno “colori sgargianti o la forma di un dinosauro” e solo in seguito assaggiati perché riproposti in chiave ludica). Si avverte, in questi casi, un riferimento al processo di progressiva estetizzazione che ha investito l'esperienza alimentare: ancora minoritario nel periodo di realizzazione del primo Classico Disney, tale fenomeno è cresciuto esponenzialmente nel tempo, divenendo dominante nelle attuali società del cosiddetto “food porn” (Cowan 1984) e della “gastromania” (Marrone 2014), come ben esemplifica *Inside Out*.

Tutti questi elementi paiono richiamare con forza il cosiddetto “principio di incorporazione” descritto da Fischler (1988; 1990): dal punto di vista oggettivo, gli alimenti che assorbiamo – nello specifico gli aminoacidi – si tramutano non solo nell'energia necessaria al sostentamento e al funzionamento del nostro corpo, ma nella sua stessa sostanza (ovvero nelle sue componenti biochimiche, come ben mettono in evidenza i riferimenti de *Il re leone*). Al contempo, da un punto di vista soggettivo, gli esseri umani credono o temono, in funzione di particolari processi del cosiddetto “pensiero magico”, di far proprie (o al contrario esorcizzare) le qualità simboliche del cibo, confermando il noto aforisma di Jean-Anthelme Brillat-Savarin “Dimmi cosa mangi e ti dirò chi sei” (1825) e il motto feuerbachiano “l'uomo è ciò che mangia” (Feuerbach 1862). Sul versante psicosociologico, infine, l'incorporazione rappresenta la base dell'identità collettiva e, insieme, l'istanza fondatrice dell'alterità: mediante l'alimentazione incorporiamo noi stessi, integrandoci in una determinata dimensione socioculturale e distaccandoci al tempo stesso da altre dimensioni socioculturali. Il cibo, la cucina, la gastronomia e le buone maniere a tavola, essendo culturalmente determinati, inseriscono gli esseri umani in un



particolare contesto sociale e ordine culturale, favorendo processi di identificazione e distinzione. Le consuetudini alimentari creano il sentimento di appartenenza o di differenza sociale e insieme manifestano i valori della società, inserendosi nel cuore stesso del processo di costruzione dell'identità e dell'incontro con l'altro (cfr. Montanari 2004; Stano 2015b; Stano e Boutaud 2015).

Muovendosi su tali orizzonti, il “cucciolo che mangia” sembra dunque essere chiamato a rifiutare ogni forma di “ingegneria” che lo vorrebbe sottomettere a logiche pratiche o posizionali, agendo al contrario come un *bricoleur* (Lévi-Strauss 1962; Floch 1990) che riadatta incessantemente gli strumenti (in questo caso alimentari) che ha a portata di mano per costruire ed esprimere una precisa identità e un particolare “gusto”. Un'identità e un gusto che passano per diverse prove e ostacoli (rispetto a cui i processi di veridizione giocano un ruolo fondamentale, come abbiamo visto), portando in genere cuccioli di ogni specie e tipo ad abbandonare la dimensione del semplice sostentamento del corpo per diventare – più o meno gradualmente – *gourmands*, “appassionati” di cibo in grado di trarre piacere da varie materie ed esperienze gastronomiche e culinarie, seppur con facili degenerazioni e rischi non secondari, e in ultima istanza *gourmets*, ossia veri e propri “conoscitori” dell'universo alimentare, capaci di articolare efficacemente sfera individuale e collettiva, piacere e misura, logica prospettica e piano di destinazione, memoria e riscatto, espressione dell'Io e incontro con l'Altro.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Barthes R., 1961, "Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine", in *Annales ESC*, vol. XVI, n. 5, pp. 977-986; trad. it. "L'alimentazione contemporanea", in *Scritti: società, testo, comunicazione*, Torino, Einaudi 1998, pp. 31-41; ora in G. Marrone e A. Giannitrapai, a cura, *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità*, Milano-Udine, Mimesis 2012, pp. 47-57.
- Bourdieu, P., 1979, *La distinction*, Paris, Éditions de Minuit; trad. it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino 2001.
- Brillat-Savarin J. A., 1825, *Physiologie du goût, ou Méditations de gastronomie transcendante: ouvrage théorique, historique et a l'ordre du jour dédié aux gastronomes parisiens*, Paris, Passard; trad. it. *Fisiologia del gusto o meditazioni di gastronomia transcendente*, Bra, Slow Food 2008.
- Cowar, R., 1984, *Female Desire*, London, Paladin.
- Danesi M., 2004, *Messages, Signs, and Meanings*, Toronto, Canadian Scholars' Press Inc.
- Détienne M., Vernant, J.-P., 1979, *La cuisine du sacrifice au pays grec*, Paris, Gallimard.
- Douglas M., 1972, "Deciphering a meal", in *Daedalus*, vol. 101, n. 1, pp. 61-81; trad. it. in *Antropologia e simbolismo. Religione, cibo e denaro nella vita sociale*, Bologna, il Mulino 1985, pp. 165-191.
- Elias N., 1939, *Über den Prozess der Zivilisation*, Frankfurt, Suhrkamp; trad. it. *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino, 1988.
- Erikson, E.H., 1950, *Childhood and society*, New York, Norton; trad. it. *Infanzia e società*, Roma, Armando 1966.
- Erikson, E.H., 1968, *Identity: youth and crisis*, New York, Norton; trad. it. *Gioventù e crisi di identità*, Roma, Armando 1974.
- Ferraro, G., 1998, "Il mercato dei desideri", in G. Ferraro, a cura, *L'emporio dei segni*, Roma, Meltemi, pp. 9-40.
- Feuerbach L., 1862 [1960], "Das Geheimnis des Opfers oder der Mensch ist was er ißt", in W. Bolin, F. Jodl, a cura, *Ludwig Feuerbach Sämtliche Werke*, Stuttgart-Bad Canstatt, Frommann Verlag, pp. 41-67.
- Fischler C., 1980, "Food Habits, Social Change and the Nature/Culture Dilemma", in *Social Science Information*, vol. XIX, n. 6, pp. 937-953.
- Fischler C., 1990, *L'Onnivore*, Paris, Odil Jacob; trad. it. *L'onnivoro: il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Milano, Mondadori 1992.
- Floch, J.-M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, Paris, PUF; trad. it. *Semiotica, marketing e comunicazione*, Milano, Franco Angeli 2001.
- Foote, N.N., 1951, "Identification as the basis for a theory of motivation", in *American sociological review*, vol. XVI, pp. 14-21.
- Greimas, A.J., 1983, *Du sens II*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso 2: narrativa, modalità, passioni*, Milano, Bompiani 1985.
- Harris, M., 1985, *Good to eat. Riddles of food and culture*, New York, Simon and Schuster; trad. it. *Buono da mangiare*, Torino, Einaudi 1990.
- Henisch, B.A., 1976, *Fast and Feast: Food in Medieval Society*, The Pennsylvania State, University Park.
- La Cecla, F., 1998, *La pasta e la pizza*, Bologna, Il Mulino.
- Landowski, E., 1997, *Présences de l'autre : essais de socio-sémiotique*, Paris, PUF.
- Lévi-Strauss, C., 1962, *Le totémisme aujourd'hui*, Paris, PUF; trad. it. *Il totemismo oggi*, Milano, Feltrinelli 1991.
- Lévi-Strauss, C., 1964, *Mythologiques I. Le cru et le cuit*, Paris, Plon; trad. it. *Mitologica I. Il crudo e il cotto*, Milano, Il Saggiatore 1966.
- Lévi-Strauss, C., 1965, "Le triangle culinaire", in *L'Arc*, n. 26, pp. 19-29 (nuova ed. 2009, in *Le Nouvel Observateur Hors-Série*, pp. 14-17, palimpsestes.fr/textes_philo/levi_strauss/triangle_culinaire.pdf, consultato il 24 luglio 2016).
- Lévi-Strauss, C., 1968, *Mythologiques III. L'origine des manières de table*, Paris, Plon; trad. it. *Mitologica III. Le origini delle buone maniere a tavola*, Milano, Il Saggiatore 1971.
- Lotman, J.M., Uspenskij, B.A., 1975, *Tipologia della cultura*, Milano, Bompiani.
- Mangiapane, F., 2015, "Scontri etnici e corpi gloriosi. Mangiare al cinema", in Marrone, a cura, 2015, pp. 133-166.
- Mangiapane, F., 2016, "Zootropolis", in *Doppiozero*, www.doppiozero.com/materiali/cinema/zootropolis, consultato il 4 luglio 2016.
- Marrone, G., 2014, *Gastromania*, Milano, Bompiani.



- Marrone, G., a cura, 2015, *Buono da pensare*, Roma, Carocci.
- Montanari, M., 1988, *Alimentazione e cultura nel Medioevo*, Roma-Bari, Laterza.
- Montanari, M., 2004, *Il cibo come cultura*, Roma-Bari, Laterza.
- Perullo, N., 2008, *L'altro gusto*, Pisa, ETS.
- Sciolla, L., a cura, 1983, *Identità. Percorsi di analisi in sociologia*, Torino, Rosenberg & Sellier.
- Stano, S., 2012, "Siamo noi questo piatto di grano... L'immaginario gastronomico italiano tra seduzione e incontro amoroso", *E|C*, vol. VI, n. 11-12, pp. 70-75.
- Stano, S., 2015a, *Eating the Other. Translations of the Culinary Code*, Newcastle-Upon-Tyne, Cambridge Scholars Publishing.
- Stano, S., a cura, 2015b, *Food and Cultural Identity / Cibo e identità culturale / Alimentation et identité culturelle / Comida e identidad cultural – Lexia*, n. 19-20, Roma, Aracne.
- Stano, S., Boutaud, J.-J., 2015, "L'alimentation entre identité et alterité. Le Soi et l'Autre sous différents régimes", in *Lexia*, n. 19-20, pp. 99-115.

Filmografia:

- Alice in Wonderland*, di Clyde Geronimi, Hamilton Luske e Wilfred Jackson, USA 1951; versione it. *Alice nel Paese delle Meraviglie*.
- Dumbo*, di Bem Sharpsteen, Normal Ferguson, Wilfred Jackson, Bill Roberts, Jack Kinney e Samuel Armstrong, USA 1941; versione it. *Dumbo – L'elefante volante*.
- Finding Nemo*, di Andrew Stanton e Lee Unkrich, USA 2003; versione it. *Alla ricerca di Nemo*.
- Inside Out*, di Pete Docter e Ronnie del Carmen (co-regia), USA 2015; versione it. *Inside Out*.
- Lady and the Tramp*, di Hamilton Luske, Clyde Geronimi e Wilfred Jackson, USA 1955; versione it. *Lilli e il vagabondo*.
- Pinocchio*, di Ben Sharpsteen, Hamilton Luske, Bill Roberts, Normal Ferguson, Jack Kinney, Wilfred Jackson e T. Hee, USA 1940; versione it. *Pinocchio*.
- Ratatouille*, di Brad Bird e Jan Pinkava, USA 2007; versione it. *Ratatouille*.
- Snow White and the Seven Dwarfs*, di David Hand, USA 1937; versione it. *Biancaneve e i sette nani*.
- The Aristocats*, di Wolfgang Reitherman, USA 1970; versione it. *Gli Aristogatti*.
- The Good Dinosaur*, di Peter Sohn, USA 2015; versione it. *Il viaggio di Arlo*.
- The Lion King*, di Roger Allers e Rob Minkoff, USA 1994; versione it. *Il re leone*.
- The Sword in the Stone*, di Wolfgang Reitherman, USA 1963; versione it. *La spada nella roccia*.
- Up*, di Pete Docter e Bob Peterson, USA 2009; versione it. *Up*.
- Zootopia*, di Byron Howard e Rich Moore, USA 2016; versione it. *Zootropolis*.



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

The True King of the Internet: gattini, gattari e gattese dalle periferie al centro del Web

Mattia Thibault e Gabriele Marino

Most internet users find it easy to relate to cats (as both are lazy, anti-social, egocentric, never-satisfied cynics that overreact to everything), which is why cats have become the official animal of the internet.

– Dalla voce “Cat”, *Encyclopedia Dramatica*

1. Il lussureggiante cat-scape della Rete

Il 7 maggio 2015 la pagina Facebook del Segretario della Lega Nord Matteo Salvini veniva invasa da foto di gatti al grido di #GattinisuSalvini. Il *felis catus* diventava così “messaggero di amore sulle bacheche di chi se la prende troppo sul serio”, nelle parole degli organizzatori di *Progetto Kitten*, un vero e proprio antidoto virale contro l’eccessiva seriosità di certi personaggi pubblici. Questa *reductio ad gattum*, utile per contrastare gli *hate speeches* senza dover entrare nel merito delle questioni politiche, sembra reclamare un Web meno corrucciato e più giocoso, riportando al centro dell’attenzione quello che è considerato il vero padrone della Rete: il gatto, appunto¹.

Questa vicenda felina tutta italiana si pone coerentemente all’interno di un conflitto ben più ampio che permea la Rete nella sua globalità e vede opporsi due diversi *regimi di senso*, che convivono sul Web generando pratiche e stili di vita online basati su sistemi valoriali e domini semiotici incompatibili (Thibault 2016). Da un lato, abbiamo *l’Internet* (con l’articolo determinativo, calco sintattico dell’inglese *the Internet*), erede del Web originario e situato nella periferia lotmaniana del Web (su siti come *4chan* ed *Encyclopedia Dramatica*); questo dominio è caratterizzato dall’anonimato degli utenti, da un sistema di relazioni estremamente fluido e volatile e da un atteggiamento costantemente ludico e scherzoso. Dall’altro lato, invece, c’è il *Social Web*, centralissimo – sempre in termini lotmaniani (Lotman 1992) – e dominato da titaniche corporation, che promuove un legame biunivoco tra identità online e autori empirici. Nel Social Web il ludico appare solo come oasi (nel senso indicato da Fink 1969), quando invece il suo dominio semiotico normale è quello della serietà, della realtà quotidiana: in esso si realizzano complesse strategie di potere e di immagine – dall’*image crafting* alle campagne elettorali dei per-

¹ Il contributo è frutto della stretta collaborazione dei due Autori. Si considerino redatti da Mattia Thibault i parr. 2 e 4 e da Gabriele Marino i parr. 1, 3 e 5. Gli Autori desiderano ringraziare Ilaria Fiorentini.

sonaggi politici². Questi due modi di vivere la Rete, nonostante abbiano siti specifici che ne raccolgono le testualità dedicate, vengono spesso a contatto tra loro, dando luogo a scontri che, in genere, vedono gli utenti dell'Internet *trollare* quelli del Social Web, innescando conflitti surreali, come nel caso di #Gattinisalvini, o conflitti virulenti, come quelli che nel gergo internettiano vengono chiamati *flame wars* e *shitstorms* (Mazzucchelli 2016).



Fig. 1 – Gattini su Salvini

Questa vicenda felina tutta italiana si pone coerentemente all'interno di un conflitto ben più ampio che permea la Rete nella sua globalità e vede opporsi due diversi *regimi di senso*, che convivono sul Web generando pratiche e stili di vita online basati su sistemi valoriali e domini semiotici incompatibili (Thibault 2016). Da un lato, abbiamo *l'Internet* (con l'articolo determinativo, calco sintattico dell'inglese *the Internet*), erede del Web originario e situato nella periferia lotmaniana del Web (su siti come *Achan* ed *Encyclopedia Dramatica*); questo dominio è caratterizzato dall'anonimato degli utenti, da un sistema di relazioni estremamente fluido e volatile e da un atteggiamento costantemente ludico e scherzoso. Dall'altro lato, invece, c'è il *Social Web*, centralissimo – sempre in termini lotmaniani (Lotman 1992) – e dominato da titaniche corporation, che promuove un legame biunivoco tra identità online e autori empirici. Nel Social Web il ludico appare solo come oasi (nel senso indicato da Fink 1969), quando invece il suo dominio semiotico normale è quello della serietà, della realtà quotidiana: in esso si realizzano complesse strategie di potere e di immagine – dall'*image crafting* alle campagne elettorali dei personaggi politici³. Questi due modi di vivere la Rete, nonostante abbiano siti specifici che ne raccolgono le testualità dedicate, vengono spesso a contatto tra loro, dando luogo a scontri che, in genere, vedono gli utenti dell'Internet *trollare* quelli del Social Web, innescando conflitti surreali, come nel caso di #Gattinisalvini, o conflitti virulenti, come quelli che nel gergo internettiano vengono chiamati *flame wars* e *shitstorms* (Mazzucchelli 2016).

Nonostante vantino una presenza tanto massiccia, quanto trasversale nella Rete e siano, quindi, presenti tanto sul Social Web, quanto sull'Internet, i gatti sono assunti da quest'ultimo come simbolo,

² Ciò non significa che il ludico sia assente o che sia merce rara all'interno del Social Web, ma che esso debba essere contestualizzato con marcatori testuali appropriati (si veda famosa "legge di Poe"). In caso contrario – o qualora i marcatori non siano riconosciuti – il ludico verrà scambiato come afferente al dominio semiotico "di default", ossia quello della serietà, con tutte le conseguenze del caso: indignarsi per gli articoli del sito "Lercio" o i post della pagina Facebook "Siamo la gente il potere ci temono", o litigare con gli admin di quella che inneggia a "Feudalesimo e Libertà".

³ Ciò non significa che il ludico sia assente o che sia merce rara all'interno del Social Web, ma che esso debba essere contestualizzato con marcatori testuali appropriati (si veda famosa "legge di Poe"). In caso contrario – o qualora i marcatori non siano riconosciuti – il ludico verrà scambiato come afferente al dominio semiotico "di default", ossia quello della serietà, con tutte le conseguenze del caso: indignarsi per gli articoli del sito "Lercio" o i post della pagina Facebook "Siamo la gente il potere ci temono", o litigare con gli admin di quella che inneggia a "Feudalesimo e Libertà".

animale totemico, tanto da essere i protagonisti di innumerevoli *Internet meme* (per una panoramica, Marino 2014, 2015b, 2016). I meme sono testi di natura tendenzialmente sincretica (immagini corredate da testo e video), derivati da processi di intervento di vario tipo e grado – estrazione, trasformazione, imitazione – su testi preesistenti (sono, cioè, *ipertesti*, nell’accezione genettiana del termine), seguono precise regole di formazione e sono caratterizzati da un’efficacia collettivamente riconosciuta, legata a una prominente componente ludica, dall’anonimato dell’autore empirico e da modalità di diffusione partecipative (nel senso delineato da Henry Jenkins nei suoi studi su cultura “convergente” e media “diffondibili”, ma anche da Eugeni 2015, che vede nel gioco uno degli apparati in cui si sono “sciolti” i media). Le caratteristiche formali dei meme mostrano molti punti di contatto con i tratti distintivi dell’Internet (anonimato, prominente ludicità, partecipatorietà, variazione nella ripetizione ecc.) e fanno di questi testi, al contempo, dei prodotti e dei costituenti di quest’area del Web.

Dallo storico *I Can Has Cheeseburger?*, passando per *If it fits I sits*, *Long Cat*, *Business Cat* e molti altri, i gatti vantano una presenza massiccia nell’ordito del mondo online, offrendo esempi per ogni tipologia (cfr. in particolare Marino 2015b): *ready-made* (*Grumpy Cat*), *sample* (*Nyan Cat*), *remix* (*Chemistry Cat*) e *remake* (*Cat Beards*). Siamo di fronte a un’isotopia ricorrente, che fa del gatto digitale un meme in sé e per sé, un meme *in quanto tale*, una sorta di *iper-meme* che conosce innumerevoli varianti, ramificazioni, proliferazioni. L’iper-meme “gatto”, inoltre, grazie a un’attività che Eco (1975) definisce di “iper-codifica”, ha dato vita a una vera e propria lingua artificiale: il *lolspeak* (Fiorentini 2013, 2015). Parlata, opportunamente, dai *lolcats*, è questa una lingua sistematicamente “sbagliata”, creata dalla comunità dei “gattari” online per rispecchiare un possibile “gattese”, ovvero il modo in cui ci si immagina parlerebbero i gatti, bisticciando con l’inglese. Questo idioma “immaginato” (ancor più che “immaginario”), ma scritto fluentemente da migliaia di persone in tutto il mondo, ha scopi, a uno stesso tempo, comici e identitari, essendo da una parte una parodia e dall’altra il discrimine principe su cui si basa l’effettiva o la mancata inclusione all’interno della comunità di riferimento, quella dei *cheezpeps* (dal nome del sito originario collettore di questi utenti, “I Can Has Cheezbuger”).

Il gatto, allora, può essere studiato come una figura che attraversa il Web nei suoi diversi piani di immanenza, toccando pratiche di fruizione e produzione testuale, stili vita, retoriche comunitarie e regimi di senso, fornendo allo studioso un punto d’accesso privilegiato per un’analisi delle diverse potenzialità comunicative e pratiche testuali messe in campo all’interno della Rete⁴.

2. Breve semio-etnografia della Rete: *Social Web* vs. *l’Internet*

Prima di occuparci dei gatti del Web, è opportuno soffermarsi un momento su quest’ultimo e sulle sue caratteristiche semiotiche. In particolare, può essere utile una breve riflessione, radicata in un approccio lotmaniano, sulla posizione del Web e dei suoi utenti all’interno della Semiosfera.

Il Web degli esordi, come accade solitamente per ogni innovazione tecnologica, era situato alla periferia della semiosfera. I suoi frequentatori – spesso già utenti di “Usenet” (un precursore dei forum) e altri servizi Internet (per esempio, le e-mail)⁵ – erano nella maggior parte dei casi dei tecnici, degli addetti ai lavori: studenti di informatica, studiosi di cibernetica o comunque figure che si trovavano a usare quei pochi, primi computer interconnessi per motivi di studio o lavoro. Una *community of practice* (Eckert 2006), fortemente influenzata dalle sottoculture *nerd* e *geek* di cui molti dei suoi utenti facevano

⁴ È in questa prospettiva che si colloca un gruppo pubblico su Facebook come “Internet Cat Research Group a/k/a Institute of Kitteh Studies”, animato da più di 150 componenti, tra studiosi e semplici appassionati, provenienti da ogni parte del mondo.

⁵ È forse il caso di precisare che Internet è il più grande network di computer al mondo e che questi computer possono comunicare tra loro grazie all’utilizzo di linguaggi specifici chiamati *protocolli*. Il Web (World Wide Web) è un modello di condivisione di informazioni che si innesta sulla struttura fisica di Internet attraverso l’Hypertext Transfer Protocol (HTTP), che è soltanto una delle tante lingue “parlate” dalla Rete; il Web è organizzato in *pagine*, i cui contenuti sono visualizzabili su un computer, tramite un browser (es. Internet Explorer, Mozilla, Chrome ecc.), perché *formattati* in un Hypertext Markup Language (HTML). Anche se visualizzati attraverso pagine HTML, servizi Internet come le e-mail utilizzano protocolli diversi dall’HTTP.

parte. Quest'area periferica della semiosfera ha cominciato ad assumere presto delle connotazioni ben precise, basate in parte sulle caratteristiche del medium utilizzato. L'insormontabile opacità che separa gli autori empirici nelle comunicazioni digitali ha fatto sì che gli utenti del Web delle origini abbiano sempre privilegiato le interazioni anonime o pseudonime (attraverso l'uso di *nickname*), piuttosto che la condivisione delle proprie identità offline. Per lo stesso motivo, oltre che per le limitazioni degli hardware e software dell'epoca, la comunicazione scritta è preferita a quella verbale – con l'importante aggiunta del dato visivo a scopo di disambiguazione, attraverso le emoticon (nate proprio su Usenet nel 1982; cfr. Marino 2015a). Infine, i rapporti tra gli utenti del Web originario tendevano a essere effimeri, piuttosto che duraturi nel tempo (Auerbach 2012). Complice l'anonimato e l'instabilità degli pseudonimi utilizzati (ben lontani dai "profili" strutturati introdotti all'inizio degli anni Duemila), le interazioni tra utenti generalmente duravano il tempo di una chat o erano limitate ai *board* di alcuni forum specifici. Con il passare degli anni – e con il turnover generazionale – il Web ha sempre più velocemente guadagnato il centro della semiosfera: i suoi utenti non si sono più limitati a un numero ristretto di specialisti appartenenti a una comunità, ma sono diventati numerosissimi e trasversali per quanto riguarda classe sociale, livello di istruzione, profilo demografico ecc. Con l'avvento del Web 2.0, il medium si è fatto sistema modellizzante e, dal cuore della semiosfera, è stato in grado di influenzare la cultura nel suo insieme, intervenendo su linguaggi e metalinguaggi, dando origine a neologismi (es. "googolere" o addirittura "gugolare", "likeare" e "likare" ecc.), alterando equilibri economici (si pensi a colossi, "scomodi" per i relativi sistemi del "vecchio mercato", come *Amazon* o *AirBnB*), influenzando il linguaggio politico, le strategie di marketing e i modelli con cui leggiamo e descriviamo la realtà (sempre più modellata come una "rete" o un "network").

A questa acquisita nuova centralità corrisponde anche un diverso paradigma, promosso in primis dai social network, che si separa nettamente da quelli che erano i dettami del Web delle origini. In questo spazio, all'anonimato si sono sostituiti i profili Facebook e le mail del tipo "nome.cognome", alla parola scritta si affiancano le fotografie (*selfies* in primis), le GIF animate, i video e, tramite app quali *Viber* e *Whatsapp*, anche le chiamate vocali. Infine, alle interazioni effimere e discontinue, si sostituisce la creazione di "amicizie" o di rapporti "follower"/"followed" stabili nel tempo e tracciabili fin nei più minimi dettagli.

Non sarebbe corretto, però, sostenere che il Web si esaurisca nel centro della semiosfera. Più che di uno spostamento, infatti, si è trattato di un'espansione che ha portato il Web in ogni zona della semiosfera e oltre (si pensi, per esempio, al *Deep Web*, che può essere considerato come una dimensione, in termini lotmaniani, "extra-culturale"). Il Web, allora, si configura come una sorta di *sezione trasversale* della semiosfera (cfr. Thibault 2016), che tocca ogni sua area e ospita testualità sia centrali che periferiche. Una mappatura del Web secondo questo discrimine vedrebbe al centro quei siti talmente grandi e importanti da estendere il loro potere modellizzante ben oltre il piano della "vita online" (Google, Facebook, Twitter, *Amazon et similia*), mentre in una fascia mediana troverebbe posto una moltitudine di siti dedicati alle più varie attività e argomenti: blog, siti commerciali, pagine di enti pubblici e privati, siti di informazioni, siti dedicati al turismo e così via. Un insieme vasto ed eterogeneo, che comprende gran parte dell'offerta del Web, tanto da risultare al contempo difficile e relativamente poco interessante da descrivere. Infine, nelle periferie del Web, si concentrano quei siti dove si sono conservate molte delle caratteristiche del Web delle origini e che, sebbene sconosciuti ai più, sono – lotmanianamente, per definizione, in quanto *confini* – semioticamente molto produttivi e innovativi. Vi troviamo, per esempio, *imageboards* come *Achan* e *8chan* e wiki come *Encyclopedia Dramatica* e *KnowYourMeme*.

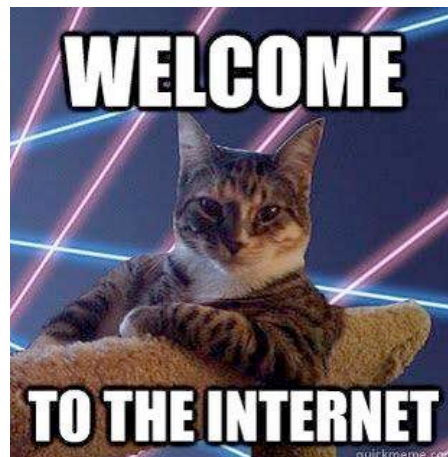


Fig. 2 – Welcome to the Internet

Centro e periferia, allora, sono caratterizzati da due diversi regimi di senso che qui chiameremo, rispettivamente, *Social Web* e *l'Internet*. Questi due regimi di senso hanno sistemi valoriali contrapposti: il Social Web promuove un passaggio senza soluzione di continuità tra vita offline e online basato sulla (con) fusione tra autore empirico e autore modello (ovvero il *profilo* o *account*), mentre l'Internet sostiene la necessità di proteggere i propri dati e mantenere l'anonimato (come testimoniano gli *hackivists* di Anonymous, nato proprio in questa periferia). Il Social Web sostiene che il medium possa e debba essere trasparente, mentre l'Internet afferma che sia inevitabilmente opaco (cfr. Thibault in stampa); il Social Web si conforma testualmente come uno spazio striato organizzato in una sequenza, quella del *feed*, a differenza dell'Internet che rimane uno spazio liscio ipertestuale (Vulli 2005; affine al modello originariamente immaginato da uno dei padri della Rete, Ted Nelson), e così via. Da questi due opposti sistemi valoriali nascono anche due contrapposti diversi stili di vita online (cfr. Landowski 2012), tipici degli utenti che si trovano in una o nell'altra area.

Da un punto di vista prettamente testuale, queste zone⁶ si conformano come aree *contestuali* e, in particolare, come contesti soggetti a diversi domini semiotici (Gee 2003). L'Internet, infatti, è da interpretarsi come totalmente interno al dominio semiotico del *gioco* (Thibault 2016). In questa fascia periferica la natura ludica di tutte le interazioni è data per scontata e manca quella metacomunicazione – “questo è un gioco” – che Bateson (1956) indica come tipica delle situazioni giocose. Secondo il regime di senso dell'Internet, sul Web nulla deve mai essere preso sul serio (e così recita, infatti, anche la numero 20 delle “Rules of the Internet”; cfr. *infra*): l'opacità del medium, che rende impossibile qualunque interazione seria, ne fa un immenso campo giochi (Auerbach 2012). Il Social Web, d'altro canto, si presenta idealmente come una protesi del reale caratterizzata dal dominio semiotico del quotidiano. Questo non significa che non vi sia umorismo in quest'area (atteggiamento questo, anzi, che ne è parte integrante; cfr. Marino 2016), ma che il contesto non è *di per sé* indiscriminatamente giocoso. Senza un'adeguata metacomunicazione delle proprie intenzioni ludiche, i testi sul Social Web vengono presi sul serio – a volte fin troppo, come testimonia lo scarso senso dell'ironia che caratterizza molte discussioni online.

Siccome questi domini semiotici necessitano di competenze specifiche per essere interpretati correttamente, accade spesso che l'incontro tra gli utenti delle due zone abbia conseguenze conflittuali. Un utente non avvezzo all'ironia dell'Internet (cfr. Finocchi 2016) che visiti le zone della periferia rischia di

⁶ L'architettura ipertestuale del Web rende particolarmente complesso delineare con sicurezza i confini di queste aree. Se da un lato si può indicare, in linea di massima, che Facebook faccia parte del Social Web e 4chan dell'Internet, questo non è del tutto esatto. Una pagina di Facebook come “WH 40k Humor”, contenente esclusivamente meme dedicati al wargame Warhammer 40000, per esempio, difficilmente potrebbe essere considerata centrale. Gli utenti di queste aree, poi, sono talvolta i medesimi, e adottano, di volta in volta, stili di vita online diversi a seconda del sito in cui si trovano.

prendere sul serio le battute politicamente scorrette dei suoi utenti e sentirsene offeso, spaventato, minacciato⁷. Allo stesso modo, gli utenti dell'Internet finiscono spesso per *trollare* gli altri utenti, in quelli che diventano veri e propri “campi di battaglia” come le sezioni di commento su YouTube.

Il caso #GattinisuSalvini, allora, va interpretato correttamente proprio in funzione dello scontro tra questi due diversi regimi di senso. L'utilizzo propagandistico del Web, che passa attraverso una perfetta sovrapposizione tra il profilo social e l'uomo politico, è quanto di meno ludico ci si possa immaginare. Salvini ha i suoi tormentoni e i suoi meme – su tutti, la “ruspa!” – e il regime di senso dell'Internet, coerentemente, non può che contrapporsi; non (sol)tanto sulla base di un'ideologia politica, quanto su quella di una *ideologia mediatica* – e lo fa con il suo strumento più tipico: il *trolling*, appunto; la sistematica, mai dichiarata, presa in giro dell'interlocutore (il “far credere vero ciò che non si pensa sul serio”). È interessante notare come in questo specifico caso sia stato scelto proprio il gatto, simbolo di quel Web che è in parte giocoso, ma in parte anche rabbiosamente ironico. Il gatto va ad affiancarsi così ad altri simboli – come la maschera di Guy Fawkes, utilizzata da Anonymous fin dall'*Operazione Chanology* del 2008⁸ – per rappresentare un Web programmaticamente *indipendente dalla realtà* e pronto a combattere pur di mantenere questa sua orgogliosamente rivendicata separazione.

3. La stele di Gattetta: il gattese dal testo alla lingua

Il più eclatante esempio di meme di successo, non tanto in termini quantitativi, ovvero numerici, spaziali, temporali (“ce ne sono tanti, si sono diffusi a macchia d'olio, perdurano”), quanto qualitativi, ovvero linguistico-strutturali, è rappresentato da un gatto: un caso esemplare di quella creatività – ludicamente connotata – che Crystal (2006) rileva come tipica della lingua su/di Internet e di quella che Zittrain (2008), in un interessante prestito dal metalinguaggio linguistico-semiotico, ha definito *generatività*. Stiamo parlando dei *lolcats* (Fiorentini 2013, 2015).

“Lolcats” (la voce relativa compare su *Urban Dictionary*, la Bibbia degli slang, nel 2006) è il termine con cui vengono indicate le immagini buffe di gatti (*lol* è acronimo di *laugh out loud*, “ridere a crepappelle”) corredate da *captions* (le didascalie; mentre l'insieme dell'immagine e del testo si chiama *image macro*) scritte in un inglese intenzionalmente zeppo di errori, come a simulare quello smozzicato da un gatto, che cominciano a comparire a partire dal 2005 su *Achan*, con cadenza settimanale. Il giorno prescelto per questi post è sabato (*Saturday*), che diventa così *Caturday*. La pratica di creare e postare lolcats si diffonde ben presto al di fuori del board, portando alla creazione di siti dedicati come “Caturday.com” (2005), “Lolcats.com” (2006) e “I Can Has Cheezburger” (2007), il cui primo contenuto pubblicato è l'immagine di un gatto dall'aria tra l'estasiato e l'imbambolato, corredata dalla caption che dà il nome al dominio.

L'immagine, vecchia di qualche anno (2003), proviene originariamente dalla home page del sito della ditta russa di cibo per gatti *Happy Cat* ed è proprio con questo nome che verrà identificato il meme. *Happy Cat* nasce, classicamente, come remix di un testo preesistente, da un processo di decontestualizzazione e risemantizzazione ludica. Il *punctum* del meme è sicuramente l'espressione quasi umana dell'animale, già presente nell'immagine ipotestuale, la cui *whimsicality* (“stranezza”; per dirla con Shifman 2013), va a contagiare l'intervento testuale successivo: l'inglese sgrammaticato che caratterizza la caption. È questo l'“errore”, da intendersi in senso lato (in questo caso, grammaticale, in altri, come nel *Pepper Spray Cop* che vessa uno studente indifeso con uno spray al peperoncino, di natura etica-comportamentale), che sembra costituire una costante memetica: una caratteristica riscontrabile nella stragrande maggioranza degli Internet meme mainstream e che anzi ne costituisce la molla generativa (Marino 2015b, p. 60).

⁷ Questo fenomeno di “decodifica aberrante” sta conducendo, soprattutto per quanto concerne alcune aree o temi specifici, a una polarizzazione, se non a una vera e propria radicalizzazione dell'Internet, e a uno stravolgimento delle sue premesse (si pensi, per esempio, al caso #GamerGate e a i suoi strascichi).

⁸ Contrariamente a quanto si pensa in genere, la maschera non è una citazione diretta di *V for Vendetta* di Alan Moore, ma si riferisce al meme *Epic Fail Guy*. Inizialmente, il suo significato era rappresentare la chiesa di Scientology come soggetta a un *epic fail*, appunto.

Trainato dalla sua immagine simbolo, “I Can Has Cheezburger” diventa un sito di successo e il fenomeno lolcats si diffonde rapidamente, anche grazie all’attenzione riservatagli dalla stampa nazionale americana (il “Time” gli dedica più di un articolo)⁹. Gli utenti creatori di lolcats, che si autodefiniscono *cheezpeeps* (abbreviazione per “la gente di Cheezburger”), crescono esponenzialmente e, con il passare del tempo, gli errori intenzionali alla base delle caption diventano sempre più sistematici, delle vere e proprie regole, finendo con il costruire una grammatica (Fiorentini 2013). Si tratta di “errori” di morfologia (es. i *misspellings* o le grafie foneticamente motivate – come *cheezburger* – e l’estensione delle forme verbali della terza persona – *has* – alle altre), di sintassi (es. la mancata anteposizione del verbo al soggetto in caso di frase interrogativa) e altre pratiche peculiari, riguardanti flessione verbale, suffissazioni, ripetizioni, lessicalizzazioni ecc. Una lingua che ha mosso i primi passi come semplice “broken English”, è diventata una sorta di pidgin (dal contatto tra lingua inglese e “immaginata” lingua dei gatti) e, infine, un creolo.



Fig. 3 – Happy Cat aka Can I have Cheezburger?

Il meme *Happy Cat* ha avuto lo stesso potenziale euristico della Stele di Rosetta che consentì, per *collatio* interlinguistica, la traduzione dei geroglifici egizi. A partire dalla singola frase “I Can Has Cheezburger?”, gli utenti hanno costruito “a ritroso” una lingua *che non c’era*, ribattezzata, a testimoniare parzialmente le tappe evolutive, *lolspeak* o *kitty pidgin*. In *lolspeak* è stata tradotta una riduzione della Bibbia (<http://lolcatbible.com/>, 2007-2010) e ne è stato implementato un traduttore automatico dall’inglese (<http://speaklolcat.com/>, 2007). Secondo Herring (2012), questo “gattese” inventato rappresenta una “Special Internet Language Variety” (SILV), assieme ad altre lingue peculiari della Rete, di decisa estrazione “periferica” (Herring parla esplicitamente di una forte componente sottoculturale), quali il *Leet* e il *Chanspeak*. Nato in seno al nascente genere degli *animal-based image macro*, *Happy Cat* viene riutilizzato in guisa di sample (il suo muso ritorna in un altro meme, *Not Even Doom Music*) e, a seguito di una ipocodifica, di ready-made (ormai un classico della Rete, viene utilizzato come simbolo stesso della macro-categoria Internet meme).

4. Le mille facies dell’iper-meme felino

L’espressione antropomorfa alla base del successo di *Happy Cat* è alla base anche di un altro meme felino estremamente famoso: *Grumpy Cat*. Nel settembre 2012, diverse foto di un gatto chiamato Tardar Sauce vengono pubblicate sul macro-forum “Reddit”. La sua espressione, perennemente corrucciata e scontrosa, riscontra subito grande successo tra i *redditors* e le immagini diventano immediatamente og-

⁹ Come accade quando un “fenomeno nuovo” appare, agli occhi dei grandi media, sostanzialmente inspiegabile. Si veda il recente caso Pokémon Go.

getto di diverse pratiche memetiche. Innanzitutto, l'immagine più significativa del lotto diventa un ready-made, spesso pubblicata come commento per esprimere disapprovazione, rimprovero, noia ecc. La stessa immagine diventa anche parte di una serie di image macro, remix che prevedono l'aggiunta di frasi ironiche che si rifanno alla natura poco amichevole del gatto in questione. Infine, vi sono numerosissimi remake del *Grumpy Cat*, foto di gatti simili o di altri gatti dall'espressione corruciata che si rifanno tutti al meme originale, ma che acquistano e sviluppano una vita digitale propria. Il successo di questo meme ha portato alla nascita di un merchandising, che dalle tutto sommato prevedibili magliette e peluche, arriva fino al *Grampuccino*: una bevanda al caffè prodotta dalla ditta Bundesen. *Grumpy Cat* è quindi diventato una *meme icon* (Marino *ivi*, pp. 53-55), una sorta di "santino" contemporaneo della Rete, la cui immagine è al centro di un microcosmo di interpolazioni testuali.



Fig. 4 – I hate cat memes

Alle espressioni del muso facilmente antropomorfizzabili, si vanno ad affiancare, in alcuni meme, anche dei veri e propri costumi e vestiti indossati dai felini preferiti del Web. Nasce così *Business Cat*, un gatto con una cravatta gialla in miniatura usato come image macro e generalmente affiancato da caption che mescolano il mondo del business con i comportamenti tipici dei gatti (al posto di un aumento, gli impiegati di *Business Cat* sono ricompensati con dei topi morti, l'uso di un puntatore laser in una presentazione è ricompensato con una promozione ecc.), oppure giochi di parole basati sul medesimo meccanismo gattizzante ("Get in my office, right *meow!*", "It's time of your *purrformance* review" ecc.). *Business Cat* è una variante degli *advice animals* inaugurati da *Advice dog* e, come tale, rientra nella categoria dei meme simbiotici (*ibid.*): l'immagine resta sempre la stessa e a cambiare, a seconda del contesto e dello scopo della personalizzazione, è la doppia didascalìa. *I should buy a boat Cat* è invece un ready-made (ma esistono alcune varianti remix) che raffigura un gatto vestito con un'elegante giacca blu, intento a leggere il giornale. L'immagine è stata estrapolata da un video della cantante islandese Björk (*Triumph of the Heart*, 2005) e le è stata aggiunta, appunto, la frase "I should buy a boat"; la caption verbalizza un atteggiamento che siamo portati a inferire dal dato puramente visivo. Infine, *Chemistry Cat* è un'immagine di provenienza ignota, probabilmente una *stock image* di cui si sono perse le tracce, che rappresenta un gatto bianco con occhiali e farfallino, apparentemente intento a tenere una lezione di chimica all'università. L'immagine viene utilizzata come image macro solitamente accompagnata da giochi di parole relativi alla chimica che, però, non hanno nulla a che fare con i gatti. Se in *Business Cat* il gatto portava con sé anche tutto un repertorio semantico, in *Chemistry Cat* il gatto, esaurita la carica comica iniziale del travestimento, ha un mero effetto di segnalatore contestuale, che indica che si è in presenza di una battuta o di un gioco di parole riguardante la chimica.



Fig. 5 – Business Cat, I should buy a boat, Chemistry Cat



Fig. 6 – Ceiling cat

Al di là delle espressioni e dei costumi antropomorfi, molti altri meme felini si concentrano sulle idiosincrasie dei gatti e sui loro comportamenti più bizzarri. È il caso di *Ceiling Cat*, immagine che ritrae il muso di un gatto che fa capolino da uno squarcio nel soffitto e che osserva attentamente quello che sta succedendo di sotto. L'immagine, che chiama in causa la curiosità dei gatti, è stata corredata della scritta "Ceiling Cat is watching you masturbate". Simile è pure il meme "If it fits I sits"¹⁰, basato sulla frase che accompagna inevitabilmente foto di gatti che scelgono di appollaiarsi su oggetti estremamente scomodi o che comunque li costringono in posture ridicole.

A questi meme si aggiungono altri cliché, più difficili da definire perché non collegati a una specifica frase o immagine, ma ugualmente memetici (in particolare, si tratta di forme di remix); si pensi, per esempio, alle immagini e alle GIF di gatti che siedono su scatole di cartone ignorando i costosi trespoli comprati dai loro padroni, video di gatti che impazziscono nel tentativo di catturare la luce rossa di un puntatore laser o di gatti spaventati a morte alla vista di uno zucchini posto alle loro spalle. Tutti questi cliché della viralità felina costruiscono collaborativamente una sorta di ruolo tematico del gatto, cui vengono attribuiti una serie di programmi narrativi, formalizzati e tradotti in meme.

¹⁰ Come nel lolspeak, il *broken English* relativo al secondo accordo Soggetto-Verbo – il pronome è di prima persona, mentre il verbo è alla terza – è intenzionale.



Fig. 7 – If it fits I sits

Vi è, poi, una serie di sample riguardanti gatti che si basano su singole foto. La più famosa è probabilmente *Long Cat*, la foto di un gatto particolarmente lungo modificata con Photoshop, innumerevoli volte, in modo iperbolico: il *Long Cat* viene paragonato agli edifici più alti del mondo, oppure mostrato come più alto delle nuvole ecc. Un altro esempio ancora è *Bullet Cat*, un gatto in corsa che appare sferico, spesso duplicato e talvolta montato da creature o personaggi disparati, magari a fondersi con altri immaginari prettamente internettiani e memetici (es. *Star Wars*). Il successo memetico dei gatti non si limita alle foto, ma comprende anche altri tipi di immagini e video, come il famosissimo *Nyan cat*, ibrido fra un gatto e una *pop-tart* che viaggia nello spazio lasciando dietro di sé una scia arcobaleno. Ormai considerato un simbolo dell'Internet a tutti gli effetti, per via della sua natura surreale e il suo sorprendente potenziale mitopoietico, la GIF animata originale è stata creata da Christopher Torres per il suo sito Web in seguito alle molteplici richieste di disegnare un gatto. In un secondo momento, un altro utente ha affiancato alla GIF la canzone giapponese “Nyanyanyanyanyanya!”, trasformandola in un video da milioni di visualizzazioni.



Fig. 8 – Long Cat & Bullet Cat



Fig. 9 – Nyan Cat

Non tutti i meme felini sono testi visivi. Nelle *Rules of the Internet* – un elenco di norme sia descrittive che prescrittive che funge da sorta di Costituzione dell’Internet – sono presenti tre regole dedicate ai gatti e, nello specifico: “Rule 48: A cat is fine too.”; “Rule 49: One cat leads to another” e “Rule 50: Another cat leads to Zippo Cat.”. L’apparenza ermetica di queste regole è dovuta all’opacità elitistica tipica dell’Internet, fatto di citazioni e riferimenti spesso oscuri. La numero 48, “A cat is fine too”, è la citazione della vignetta finale del un manga autoprodotta intitolato “That’s Why I Assault Ren”. Il protagonista del fumetto è un pedofilo che cerca ripetutamente di sedurre una minorenne. Quando, messa all’angolo, la ragazzina si trasforma in un gatto e si crede infine al sicuro, il suo assalitore si sbottona i pantaloni affermando che “A cat is fine too...”. La regola 49 è, invece, una citazione di Ernest Hemingway, noto amante dei gatti, ma anche un riferimento ironico al numero esagerato di foto di gatti presenti sul Web. La 50, infine, è un riferimento a *Zippo Cat*, un video (poi trasformato in serie di immagini) che ritrae un gatto che viene cosparso di benzina e bruciato con uno Zippo, appunto. Il video ha suscitato grande indignazione ed è uno dei simboli storici delle cose disturbanti che possono essere trovate nei meandri dell’Internet. Le tematiche politicamente scorrette – pedofilia, bestialità, crudeltà verso gli animali – a cui alludono le tre regole fanno di questi meme un’espressione abbastanza tipica delle zone più “profonde” dell’Internet, inteso come Rete periferica: una sorta di “test di iniziazione” per i suoi utenti, in cui appare centrale il compiacimento del loro carattere programmaticamente offensivo (Auerbach 2012).

Con l’esclusione di questi ultimi esempi, i meme che abbiamo elencato, sebbene siano nati tutti nell’Internet, hanno avuto una circolazione piuttosto ampia, venendo spesso abbracciati, almeno in parte, anche nel Social Web. Vi sono anche meme che nascono direttamente come espressione social, basti pensare a pratiche di remake come le “Cat Beard” o i recenti “Cats against Brexit”.



Fig. 10 – Brexit Cat

5. Nel segno del gatto: unità culturale e *memplex* (e strano totem semiotico)

Ci troviamo di fronte a un'isotopia ricorrente che fa del gatto digitale un meme ideale, nonché un meme in sé e per sé, una sorta di *iper-meme* che conosce innumerevoli varianti e ramificazioni. Il successo dei gatti nel repertorio transtestuale online, e che ne fa un vero *memplex* (una “fabbrica di meme”, nella terminologia della memetica di derivazione dawkinsiana), è probabilmente da ricercare nell'incrocio di diverse caratteristiche, tutte agglutinate dall'unità culturale “gatto”.

La prima è quella di essere un animale vagamente antropomorfo o comunque facilmente antropomorfizzabile, che può essere letto e usato efficacemente – come ci insegnano secoli di favole, storie e proverbi – come segni di espressioni e di emozioni umane, facendo dei gatti un *topic* memetico perfetto. Il gatto può essere usato come sostituto delle emoticon (o, meglio, affiancarsi a esse) per mostrare emozioni umane in maniera iconica. A questo si va ad aggiungere la *derpness* (letteralmente, “strabismo”), una sorta di ingenua e spontanea stupidità in cui si riconosce ogni utente dell'Internet (i personaggi dei *Rage Comics*, ad esempio, si chiamano tutti Derp o Derpette) e che ben si accorda con i comportamenti, spesso surreali, contraddittori e inspiegabili – per noi “animali umani” – dei gatti nella vita reale (i momenti finali di *Inside Out*, film 3D di Disney/Pixar, ironizzano proprio su questa superficie fenomenologica di inspiegabilità).

La stupidità dei gattini è ampiamente riscattata dall'essere una “tenera stupidità”, cioè dal loro essere *cute/kawaii*, letteralmente “pucciosi” e “adorabili”. È forse proprio questo il motore primo che spinge milioni di utenti a condividere foto di gatti sul Web ed è sicuramente ciò che fa sì che né l'Internet, né il Social Web sembrino stancarsi mai di loro. I gatti, però, non si limitano a essere pucciosi o stravaganti, sono anche altezzosi e sprezzanti. E questa arroganza ben si adatta all'elitismo che connota gli appartenenti alle sottoculture che gravitano attorno all'Internet.

Che il gatto sia una figura antropologicamente radicata nell'immaginario ce lo racconta la storia dell'uomo nel suo dispiegarsi dall'Antichità fino ai giorni nostri. In tal senso, è interessante e significati-



vo che, per rovescio, in una prospettiva escatologica o comunque post-apocalittica, quella del gatto sia stata indicata come possibile figura soteriologica, in uno straordinario caso, più unico che raro, di incontro tra *semiotics in action*, pianificazione politica e futurologia. Ci riferiamo alla proposta dei *ray cats* (“gatti radioattivi”) avanzata da Françoise Bastide e Paolo Fabbri sulle colonne di “Zeitschrift für Semiotik” (Bastide e Fabbri 1984).

Per segnalare la presenza di scorie nucleari disseminate nel territorio a una popolazione umana che, tra migliaia e migliaia di anni potrebbe anche aver perduto parte delle proprie facoltà cognitive, linguistiche e comunicative (questo il *busillis* cui gli Autori erano invitati a trovare una soluzione), i due semiotici suggeriscono di creare e allevare una stirpe di gatti – animali domestici per antonomasia – capace di mutare colore in presenza di radioattività nell’ambiente e di radicare il ruolo di questi animali nella cultura umana costruendovi attorno un acconcio sistema di miti, fatto di canti, musiche, opere visive ecc.

A partire dalla fine del 2014, questo vecchio caso di “semiotica atomica” – alla cui origine si situa la creazione da parte del Governo americano di un serissimo gruppo di ricerca coordinato da Thomas A. Sebeok – è stato ripreso da alcuni media online (“Method Quarterly”, la pagina Facebook della rivista di semiotica “Lexia”, “The Atlantic”, “MIT Technology Review Italia”, “Rivista Studio” ecc.), diventando anche oggetto di un breve documentario (*La solution radiochat*, di Benjamin Huguet, 2015). Ma, soprattutto, diventando un vero e proprio inaspettato fenomeno *viral*. Nonché un piccolo, affettuoso meme concettuale tra gli stessi semiotici.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

- Auerbach D., 2012, *Anonymity as Culture: Treatise*, in “Triple Canopy” 15. [Online] Disponibile su: http://www.canopycanopycanopy.com/contents/anonymity_as_culture__treatise. Ultimo accesso: 04/04/2016.
- Bastide F. e Fabbri P., 1984, *Lebende Detektoren und komplementäre Zeichen: Katzen, Augen und Sirenen*, in “Zeitschrift für Semiotik”, Stauffenburg Verlag, Tübingen, Band 6, Heft 3, Seite 257-264. [Online] Disponibile su: http://www.paolofabbri.it/traduzioni/lebende_detektoren.html. Ultimo accesso: 4/8/2016.
- Bateson G., 1956, “The message ‘This is play’”, in Schaffner B., a cura di, *Group processes: Transactions of the second conference*, New York, Josiah Macy Foundation, pp. 145-242.
- Crystal D., 2006, *Language and the Internet (2nd ed.)*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Eckert P., 2006, “Communities of practice”, in Brown K. a cura, *Encyclopedia of Language and Linguistics*, Oxford, Elsevier, pp. 683-685.
- Eco U., 1975, *Trattato di semiotica generale*, Milano: Bompiani.
- Eugeni R., 2015, *La condizione postmediale: media, linguaggi e narrazioni*, Brescia, La Scuola.
- Fink, E., 1969, [1957] *Oasi della gioia*, Cutolo E. (trans.) Salerno, Rumma.
- Finocchi, R., 2016, *Strategie dell'ironia nel Web*, Lucca, La Casa Usher.
- Fiorentini I., 2013, *Ʒomg! Dis Iz a New Language: The Case of Lolspeak*, in “Newcastle Working Papers in Linguistics” 19.1, “Selected Papers from Sociolinguistics Summer School 4”, a cura di N. S. Roberts e C. Childs, pp. 90-108. Disponibile su: http://www.ncl.ac.uk/linguistics/assets/documents/5.Fiorentini_NWPL.pdf. Ultimo accesso: 4/8/2016.
- Fiorentini I., 2015, “Le lingue del LOL: scritture ludiche di varietà non standard in rete”, in Dal Negro, S., Guerin, F. e Iannàcaro, G., a cura di, *Elaborazione ortografica delle varietà non standard. Esperienze spontanee in Italia e all'estero*, Bergamo, Bergamo University Press, pp. 159-179.
- Geel J. P., 2003, *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*. New York, Palgrave Macmillan.
- Herring S. C., 2012, *Special internet language varieties: Culture, creativity, & language change*, paper presentato presso il workshop LETiSS “Languages go web: Standard and nonstandard languages on the Internet”, Pavia, 4-5 aprile 2012.
- Landowski E., 2012, *Régimes de sens et styles de vie*, in “Actes Sémiotiques” 115. Disponibile su: <http://epublications.unilim.fr/revues/as/2647>. Ultimo accesso: 31/08/2015.
- Lotman J. M., 1992, *La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, Venezia, Marsilio.
- Marino G., 2014, “Keep calm and Do the Harlem Shake: meme, Internet meme e meme musicali”, in Pezzini I. e Spaziant L., a cura, *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, Pisa, Edizioni ETS, pp. 85-105.
- Marino G., 2015a, *:-) come emoticon. Più che semplici faccine*, in “Doppiozero”, 9 febbraio, <http://www.doppiozero.com/materiali/ovvioottuso/come-emoticon>. Ultimo accesso: 4/08/2016.
- Marino G., 2015b, *Semiotics of spreadability: A systematic approach to Internet memes and virality*, in “Punctum” 1, “Semiotics of the Web”, a cura di Gregory Paschalidis, pp. 43-66. Disponibile su: http://punctum.gr/?page_id=194. Ultimo accesso: 4/08/2016.
- Marino G., 2016, *Testualità online e ludicità scomponibile: dalla viralità alle pratiche memetiche*, in “Carte Semiotiche” 3/2015, “Strategie dell'ironia nel Web”, a cura di Riccardo Finocchi, Lucca, La Casa Usher, pp. 100-117.
- Mazzucchelli F., 2016, “Flamewar, shitstorm e altre catastrofi. Litigare ai tempi del social web” in: Guido Ferraro e Anna Maria Lorusso (a cura di) *Nuove forme d'interazione: dal Web al Mobile*, Tricase: Libellula Edizioni.
- Shifman L., 2013, *Memes in Digital Culture*, Cambridge MA, MIT Press.
- Thibault M., 2016, “Do not talk about anonymous, censura, autocensura e anonimato nelle periferie del Web”, *Lexia*. 21-22, 237-254.
- Thibault M. (in stampa) *Untag yourself. Opacità e trasparenze negli stili di vita online*, in “Carte Semiotiche” Annali 4.
- Volli U., 2005, “Le spazialità di Internet”, in Id., *Laboratorio di semiotica*, Roma-Bari, Laterza, pp. 37-67.
- Zittrain J., 2008, *The Future of the Internet. And How to Stop It*, New Haven and London, Yale University Press.



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC - tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

L'addomesticamento del selvatico nell'universo social: procioni e volpi come pet

Bianca Terracciano

1. Introduzione

Il presente contributo tratta dell'incidenza di volpi e procioni nella semiosfera intermediale quali cuccioli, o meglio *pet*, non convenzionali. La loro rappresentazione nei miti, nei mondi finzionali, è sicuramente meno frequente rispetto agli altri animali, ma proprio per questo è un buon esempio di un'efficace messa in discorso delle isotopie dominanti a livello tematico e figurativo, poiché più densa e circoscritta. Lo status di pet di volpi e procioni è rinvenibile nei profili dedicati che costellano i social network, dove sono condivisi contenuti peculiari, addirittura ascrivibili alla sfera dell'etologia, in cui sono state rintracciate invarianti trans-specie. Le conversazioni digitali da loro innescate aprono interessanti prospettive sulla dicotomia tra selvatico e domestico, anche riguardo alle cornici legislative italiane e internazionali.

In questo senso, la stereotipizzazione indotta dalla zooepica occidentale e dal folklore giapponese è stata di grande aiuto per esplicitare le attribuzioni di significati, valori e funzioni e le conseguenti procedure di antropomorfizzazione.

2. Miti a quattro zampe

Volpi e procioni sono rappresentati come eroi imbroglianti, da ascrivere alla figura del trickster, l'archetipo dell'ingannatore ricorrente nelle culture occidentali e orientali, per via della loro propensione al travestimento, alla trasformazione fisica, e dei peccati di ingenuità, commessi di frequente. Nelle favole di Esopo o di La Fontaine, e nel capolavoro della zooepica medievale conosciuto come *Roman de Renart*, la volpe è sì maestra d'astuzia, malvagia di natura, ma a volte commette errori marchiani, che la fanno apparire ingenua nell'eccessiva sicurezza di sé, determinando il fallimento dei suoi piani, dovuto anche alla prudenza dei suoi "opponenti". Anche i gatti, del resto, nonostante siano l'incarnazione della dolcezza virale, non hanno avuto fortuna come personaggi finzionali, probabilmente ancora vittime del retaggio cristiano medievale e rinascimentale che li ha sempre additati come una delle manifestazioni terrene di Satana.

Tale retaggio totemico derivante da forme pseudo-religiose ha comportato la sostituzione del termine francese per volpe, *goupil*, con *renard*, derivato dal nome del protagonista del *Roman de Renart*. Seguendo Massimo Bonafin (2007), se consideriamo anche altre lingue occidentali, come lo spagnolo



raposa, o l'inglese *fox*, ci rendiamo conto che la maggior parte delle parole usate per indicare l'animale sono sineddochi, in quanto implicano una sostituzione di una parte, coda o pelliccia di colore rosso, per il tutto. Queste peculiari forme di designazione si spiegano con la rigorosa osservazione di un tabù derivante dall'accezione fortemente negativa dell'animale che impediva di pronunciarne il nome per timore di nefaste conseguenze.

Le valorizzazioni di volpi e procioni risultano arbitrarie perché è lapalissiano che i due animali non possano condividere abitudini e passioni con gli umani, sebbene il loro ruolo di trickster sia mutuato da caratteristiche osservabili in natura che in ogni cultura assumono una direzione, un taglio diverso, derivante da ideologie totemiche e folkloriche. Alla comunità viene imposta una data accezione valoriale dei due animali, dovuta alla sedimentazione di motivi dominanti nella cultura letteraria e mitologica.

Le qualità negative attribuite alla volpe non risiedono nella folta coda o nella pelliccia fulva, ma in universali culturali stabiliti per convenzione, la cui origine si perde in epoche lontane, come conferma il mito Nuer del Sudan meridionale (cfr. Berger 2009), dove si afferma che la pace edenica fu infranta da Volpe, la quale convinse furbescamente Mangusta a colpire Elefante con un bastone. Dunque l'arbitrarietà delle valorizzazioni culturali risiede negli atteggiamenti sviluppati nei confronti di volpi e procioni, inerenti a fatti metasemiotici (cfr. Greimas Courtés, p. 10) scaturiti da "reticoli relazionali", ossia da vincoli etologici, contingenze storiche. Si tratta di una norma valida per tutti gli oggetti culturali, che rende superflua la distinzione tra natura e convenzione, tenendo sempre bene a mente la pervasività del giudizio morale dell'uomo riguardo i comportamenti dei personaggi-animali. Ci sono alcuni casi in cui la natura influenza direttamente la cultura, risemantizzando contestualmente l'antropomorfizzazione, come conferma uno dei motivi ricorrenti nei racconti sulle volpi, che troviamo nel Roman de Renart e nel *Fisiologo*, bestiario alessandrino del II sec., ispirato alla loro abilità a mettere in scena la morte, per caccia o difesa, facendo della menzogna una semplice questione di sopravvivenza. Ad esempio, la Volpe di *Pinocchio*, viene presentata prima come un falso aiutante, poi opponente del burattino, ed è modalizzata rispetto alla menzogna per mettere "in atto un'operazione di convinzione/costrizione" (Barcellona 2002, p. 68), finalizzata a sembrare ciò che non è realmente. Come scrive Antonella Gradellini (2002, p. 211), la Volpe, è la figurativizzazione della Lussuria, un animale provocante, sensuale e seducente, aspetti che ricordano molto la *kitsune* della mitologia giapponese.

Kitsune in giapponese significa volpe, condivide, come vedremo in seguito, con le sue simili occidentali la denominazione tramite sineddoche e, insieme al *tanuki*, il cane procione, ricopre un ruolo importante nei miti nipponici, declinati nella cultura contemporanea in anime e manga.

Kitsune e tanuki hanno uno status particolare: in quanto specie esistono realmente nel mondo naturale, ma allo stesso tempo hanno peculiarità da creature mitologiche e perciò sono parte dei mondi fittizi alla stregua di un prodotto culturale.

La narrativa folklorica giapponese attribuisce a procioni e volpi proprietà simili e spesso sono considerati personaggi quasi interscambiabili. Un termine comune per indicarli insieme è *kori*, una combinazione dei kanji usati per designare i due animali, che a volte designa pure eventi soprannaturali. *Kori no tatakai* è la narrazione delle battaglie tra volpi e procioni del folklore giapponese, dove sembra che i secondi abbiano avuto la meglio sui primi. Ciononostante, il tanuki ha aspetti più comici e ingenui della volpe, e, a dispetto del successo temporaneo delle sue trasformazioni, trova la morte in quasi tutte le storie di cui è protagonista. L'opposizione semantica tra ingenuo e furbo, viene trasposta anche nei canoni estetici dominanti nel Sol Levante, dove i due animali vengono utilizzati come metro di paragone delle espressioni facciali femminili: si definisce *tanuki gao*, faccia da procione, chi ha un volto tondo, guance pronunciate e occhi grandi, mentre ha la faccia da volpe, *kitsune gao*, chi ha tratti minuti del viso, occhi piccoli e ravvicinati, sopracciglia sottili, zigomi alti. La donna-tanuki ha un aspetto più giovanile, tenero, mentre quella kitsune è caratterizzata un tipo di bellezza più maturo e dotato di fascino. La sovrapposizione tra esseri umani e i due animali è il risultato degli effetti figurativi prodotti dalla cultura di riferimento, come dimostra il gruppo femminile giapponese *Babymetal*, che ha più volte affermato pubblicamente di venerare le volpi, arrivando a comporre il brano *Megitsune* (volpi femmine), in cui esaltano la natura ingannatrice e manipolatrice delle donne, dotate di senso artistico, forza e indipendenza perché diretta incarnazione dell'animale.

Il tanuki era indicato come il governante divino della natura, ma a causa della diffusione del buddismo venne ridotto allo status di *yōkai*, di demone, e la stessa sorte è toccata alla volpe. Si dice che la volpe abbia sette travestimenti mentre il tanuki otto, e se la prima muta la sua forma per sedurre, il secondo lo fa per ingannare e mettere alla berlina la sua preda. I procioni hanno una relazione diretta con il mascheramento per via del colore della pelliccia intorno agli occhi che lo porta a figurativizzare la metamorfosi, mentre le volpi sono associate al mimetismo e alla furbizia e rimandano all'adattamento all'ambiente. Tali abilità mimetiche si ritrovano anche nelle tecniche ninja conosciute come *kitsune* e *tanuki gakure*, rispettivamente il nascondersi sott'acqua, usando alghe e foglie come copertura, o una canna di bambù per respirare, e il confondersi tra rami e foglie per sfuggire ai nemici senza stabilire alcun tipo di contatto.

Nonostante i punti in comune tanuki e kitsune hanno delle peculiarità che meritano di essere analizzate singolarmente nei prossimi paragrafi, dove continueremo a confrontare i tratti semantici occidentali e orientali.

2.1. Dai tanuki dispettosi a quelli impegnati politicamente

Il tanuki compare per la prima volta nel capitolo sull'imperatrice Suiko del *Nihon Shoki*, datato 720 d.C., una raccolta di miti e avvenimenti occorsi in Giappone sino all'anno 697. Nel testo si fa riferimento a tanuki provenienti da Mutsu, dediti al canto e capaci di trasformarsi in esseri umani. Durante lo shogunato Kamakura (1185-1333) il tanuki è spesso citato nei *setsuwa*, novelle, tra cui spicca per fama l'*Uji shūi monogatari*, "Storie di Uji", dove si narrano gli incontri notturni di un eremita con la divinità *Fugen Bosatsu*, figurativizzazione della pratica dei precetti buddisti, in sella al suo elefante bianco. Una notte, un cacciatore rimane per assistere a questo evento soprannaturale ormai molto noto, ma insospettito scaglia una freccia contro Fugen, la cui aurea luminosa scompare provocando un suono fragoroso e penetrante. La mattina dopo, l'eremita e il cacciatore seguono una traccia di sangue che li conduce al fondo di un burrone dove trovano un tanuki morto con una freccia conficcata nel petto. Nell'*Otogizoshi*, risalente all'epoca Muromachi (1392-1573), la cui traduzione letterale è "libri da compagnia", un'antologia illustrata di storie simili a favole, il tanuki è protagonista di *Kachi-kachi Yama*, "la montagna crepitante", dove *kachi-kachi* sta, appunto, per l'onomatopea del crepitio del fuoco. Nella favola si racconta di un tanuki catturato da un contadino e legato a un albero per cucinarlo in un secondo momento. Mentre l'uomo lascia il campo per recarsi in paese, il tanuki inizia a supplicare sua moglie di liberarlo, promettendo di aiutarla nelle faccende di casa e nella preparazione del mochi¹. La donna, impietosita, accetta il patto, ma viene uccisa all'istante dal tanuki che assume le sue sembianze. La vendetta ai danni del contadino si consuma mettendogli in tavola, al suo ritorno, una zuppa a base del cadavere della moglie. Dopo il pasto, consumato anche con gusto, il tanuki mostra al malcapitato la sua vera forma e gli rivela l'ingrediente principale della zuppa, lasciandolo in stato di shock. Un coniglio, vicino e amico della coppia, viene a sapere dell'accaduto e si offre per rendere giustizia alla donna, iniziando così a fare svariati dispetti al tanuki, di cui si finge temporaneamente amico. Ed è a questo punto che accade il misfatto che dà il nome alla storia: una sera, il tanuki, in procinto di preparare il suo accampamento notturno, porta in spalla un grosso carico di legna che il coniglio, a sua insaputa, incendia. L'inconsapevole tanuki, sente il crepitio del fuoco e chiede lumi al coniglio, che gli risponde "*kachi-kachi yama*", indicando un incendio sulla montagna vicina come fonte del rumore. Quando il fuoco raggiunge la sua schiena il tanuki si ustiona gravemente, ma sopravvive e sfida il coniglio a una prova mortale di resistenza, che consiste nell'attraversare un lago vicino in una barca costruita da loro. Il coniglio, più furbo, usa un tronco caduto, mentre lo sprovveduto tanuki sceglie il fango, che lo fa annegare nel bel mezzo della corsa, sino a quel momento pari. La storia è conosciuta anche nella contemporaneità, basta pensare allo slogan della linea ferroviaria giapponese *Shikoku Tanuki* che recita "I nostri treni non sono fatti di fango" e al videogioco *Super Mario Sunshine* (Nintendo 2002),

¹ Dolce a forma di sfera composto da una pasta esterna a base di riso glutinoso generalmente ripiena di marmellata di fagioli azuki.

dove un personaggio chiamato *Tanooki* offre al protagonista corse su barche di fango che si dissolvono molto velocemente. Sempre nel videogioco, grazie a una foglia magica, Mario può trasformarsi in tanuki per volare o pietrificarsi, mentre Luigi si tramuta in volpe. La foglia ha un doppio legame con la metamorfosi perché spesso viene trasformata in denaro da entrambi gli animali, o solo dalle volpi per mutare aspetto. A partire dall'epoca Meiji (1868-1912), il tanuki del folklore si interseca anche con sentimenti politici e culturali, assurgendo a figurativizzazione della resistenza contro il brusco passaggio alla modernità del Giappone, accanendosi in modo particolare contro il treno a vapore. In *Koto no sora-ne* di Natsume Soseki (1905), infatti, si legge di un tanuki che sventa miracolosamente una collisione tra due treni, atto comprovato dal ritrovamento del cadavere dell'animale sui binari. In questa come in altre opere, i protagonisti sono divisi tra scetticismo e *voler credere*, frastornati dalle miglione tecniche giunte dall'Occidente, ma impauriti dalle conseguenze sulle tradizioni popolari. In quest'ottica la trasposizione delle figure folkloriche nella nuova narrazione ha il retrogusto amaro della nostalgia di un'età dell'oro che non si ripeterà, soprattutto per ciò che concerne l'incarnazione della natura sacrificata per l'avanzamento della cultura. A tale proposito, nel più famoso *Pom Poko* di Hayao Miyazaki (1994), in giapponese *Heisei tanuki gassen Ponpoko*, letteralmente "Pom Poko, battaglie tanuki dell'era Heisei", vediamo un clan di tanuki opporsi all'urbanizzazione del Giappone contemporaneo e combattere contro l'uomo per impedire la costruzione di un quartiere residenziale a Tama, vicino Tokyo. L'era Heisei descrive l'arco temporale dal 1989 a oggi, ed è indicata da un ideogramma che significa "pace ovunque". Anche nel film di animazione un giovane tanuki viene investito, questa volta da un camion, e ritornano le barche di fango, usate per attuare la pratica religiosa del *fudaraku tokai*, ovvero il viaggio verso il paradiso del *bodhisattva* della compassione, durante cui i poveri procioni incontreranno la morte, probabilmente il vero nirvana. In *Pom Poko* le volpi, a differenza dei tanuki, sono modalizzate secondo un *voler fare* del male alla natura, poiché perfettamente integrate nella corrotta società umana, vestendo i panni di gangster e prostitute. *Pom Poko* sussume la fine di "ogni consuetudine di mediazione tra uomo e natura" (Berger 2009), ossia di quell'età aurea dove gli animali occupavano una posizione centrale nella vita degli esseri umani che agivano con loro e per loro poiché li ritenevano necessari a tutte le azioni indispensabili per la sopravvivenza. Berger (ivi) spiega che gli animali hanno fatto il loro ingresso nell'immaginario dell'uomo "come messaggeri e promesse", latori di funzioni magiche e alimentari, ma a un certo punto il capitalismo e l'industrializzazione hanno cancellato secoli di mutua collaborazione.



Fig. 1 - Il tanuki-teiera illustrato da Hokusai

Il film di Miyazaki è, inoltre, ricco di riferimenti intertestuali folklorici, come dimostra una scena tratta da un'altra favola, *Bunbuku Chagama*, dove un tanuki viene allenato a trasformarsi in teiera. La versione originale di *Bunbuku Chagama*, "la teiera fortunata", racconta di un tanuki mutaforma inetto, ma ricco di buoni sentimenti e riconoscente al monaco buddista che l'ha aiutato a fuggire da alcuni bulli. Non riuscendo a trasformarsi in una teiera da far vendere al monaco bisognoso di denaro, diventa un fenomeno da baraccone per intrattenere i passanti sfruttando le sue abilità proteiformi. Questa favola è stata spesso ritratta negli ukiyo-e, persino da Hokusai, e ha influenzato anche le narrazioni a fumetti. Nel manga *Naruto*, di cui parleremo più diffusamente in relazione alle kitsune, il demone *Shukaku*, un tanuki, ha come primo jinchuriki, cioè l'uomo in cui è sigillato, un anziano chiamato Bunbuku, mentre la trama della graphic novel *Ichiro* di Ryan Inzana ha un canovaccio simile alla favola, ma muta location e protagonista, ossia un teenager di madre giapponese e padre americano defunto in guerra. Gli echi di *Bunbuku Chagama* hanno contaminato anche la letteratura americana: in *Villa Incognito* di Tom Robbins (2003) un procione caduto dal cielo, ripercorre il motivo del fenomeno da baraccone, esibendo le sue abilità da mutaforma in un circo. I riferimenti intertestuali si trovano anche nella cucina nipponica: la favola *Bunbuku Chagama* è ambientata nel tempio di Morinji a Tatebayashi, dove nel 2012 è stato creato un omonimo piatto di udon², servito in un recipiente a forma di tanuki. La pietanza è nata per preservare l'heritage culturale della regione, contribuendo allo sviluppo del turismo gastronomico della prefettura di Gunma, basato proprio sugli udon come cibo locale e distintivo. In aggiunta, il termine tanuki designa uno dei modi più comuni di preparare udon e soba³, serviti in brodo con i rimasugli di tempura, rinviando alla propensione truffaldina dei procioni del mito, in un piatto che perpetua solo l'illusione gustativa della presenza di gamberi e verdure in pastella.

La pietanza sussume in sé i motivi principali delle narrazioni sui tanuki, il quale, alle fine dei conti ha fatto un salto di qualità rispetto agli albori del suo mito, trasformandosi, come gli è naturale, da sciocco trickster a protettore della natura e della cultura locale. Già da quanto descritto sul folklore del tanuki ravvisiamo le prime sostanziali differenze tra l'accezione di selvatico e domestico in Occidente e in Giappone, che in buona sostanza si dirimono sulle varie tipologie di metamorfosi e di adattamento all'ambiente.

L'epos zoomorfico occidentale, come le favole di Esopo, La Fontaine e il Roman de Renart, o le opere disneyane moderne e contemporanee, prevedono un'antropomorfizzazione a priori, nel senso che i protagonisti animali vivono in una società più o meno strutturata, dove è normale utilizzare manufatti, avere re e regine, leggi, e religione. Tra animali e uomini c'è una completa assimilazione poiché hanno il compito di innescare riflessioni su vizi e virtù dell'umanità in chiave pedagogica. Nel folklore giapponese, invece, il processo di antropomorfizzazione è in fieri, è dovuto a una causalità specifica, che prevede uno stato di mancanza, un danno subito, la disgiunzione con un oggetto di valore. Volpi e tanuki si trasformano per combattere, per ottenere quanto gli spetta, non importa se è un territorio o l'amore di qualcuno, come vedremo nei paragrafi sulle kitsune, alla fine si tratta sempre di qualcosa di necessario alla loro esistenza. Lo stesso Renart utilizza l'astuzia per sopravvivere, ma lo fa in modo completamente differente, basandosi sugli assunti socio-culturali della società a cui appartiene, e pertanto risulta essere la figurativizzazione della mêtis greca, l'intelligenza pratica che sa fare buon uso degli appigli presenti in una determinata situazione. Dunque da un lato abbiamo un domestico a priori, completamente avvezzo alle pratiche degli uomini, anzi, ormai pseudo-umano, mentre da un altro il selvatico apprende la cultura come escamotage per far sopravvivere la natura.

² Tagliatelle di medio spessore a base di farina integrale di grano.

³ Spaghettoni di grano saraceno.



Fig. 2 - Statua raffigurante il tanuki

2.2. La Kitsune dall'era Kamakura all'era Meiji

C'è stato un tempo in cui, secondo il folklore giapponese, kitsune ed esseri umani coesistevano pacificamente, ma l'armonia fu distrutta dalle attribuzioni negative della specie giunte dal continente asiatico con i miti di Cina e Corea.

Il termine kitsune fa la sua prima apparizione nel 794, all'interno del *Shin'yaku Kegonkyō Ongi Shiki*, il commento giapponese all' *Avatamsaka Sūtra*. L'etimologia è vasta e spazia dall'accento su *ki*, giallo, a quello su *tsune*, sempre, generando svariate combinazioni come sempre giallo, gatto giallo, o addirittura puzza di cane. Nel primo periodo Kamakura si indica come più probabile interpretazione la frase "torna sempre in camera da letto", mutuata dal *Nihon Ryōiki* di Kyōkai, la prima raccolta giapponese di novelle buddiste scritta tra il 787 e l'824. In questo testo è narrata una leggenda datata 545, il cui protagonista è *Ono*, abitante di Mino, da tempo alla ricerca della sua donna ideale che finalmente riesce a incontrare di sera, in una landa desolata. Nel giro di poco tempo i due si sposano e hanno un figlio. Il parto avviene contemporaneamente a quello della cagna di famiglia, che genera un cucciolo molto ostile alla donna tanto da attaccarla costringendola a rivelare la sua vera natura di volpe. Ono reagisce alla scoperta in modo inaspettato, dicendole che non gli importa della sua forma, ma unicamente del fatto di essere la madre di suo figlio, e la prega di andare a trovarlo in qualunque momento. La volpe decide di tornare come donna ogni notte per dormire con Ono, lasciando di mattina il loro talamo nelle sembianze animali. Un'altra accezione del termine kitsune vuole *kitsu* come onomatopea delle vocalizzazioni della volpe, mentre *ne* come suffisso onorifico adoperato per indicare i servitori della divinità shintoista *Inari*. Inari è il kami⁴ del riso, dell'agricoltura e della fertilità e il suo aspetto femminile è associato a *Dakinuten*, demone femmina convertito al buddismo da *Dainichi*, il buddha di Shingon, raffigurata come un bodhisattva in sella a una volpe bianca, la quale sostituisce lo sciacallo delle rappresentazioni *hindu*.

Le kitsune di Inari scacciano il male e spesso fungono da spiriti guardiani, soprattutto per combattere le volpi maligne, le *nogitsune*. Il tempio principale di Inari, situato a Fushimi, nega il collegamento tra la divinità e le volpi, ma è indubbio che in tutti i templi in cui è praticato il culto del kami sono presenti

⁴ Entità venerata dalla religione shintoista, può assumere sia l'accezione di divinità che quella di oggetto sacro.

statue di kitsune, da due in su, a cui vengono apposti *yodarekake*, bavagli votivi. Le kitsune raffigurate hanno alcuni oggetti in bocca o in una zampa anteriore, generalmente un gioiello, una chiave, piante di riso, una pergamena o un cucciolo di volpe.



Figg. 3 e 4 - Raffigurazione di Inari con volpe bianca al seguito e statua di kitsune con yodarekake.

Secondo il *feng shui*, la statua di una volpe può scacciare da sola l'energia negativa di un luogo. I fedeli strofinano le statue per ottenere sollievo dai mali fisici e lasciano in segno di offerta tofu fritto, chiamato *abura-age*, il cibo prediletto dalle volpi, ingrediente principale del brodo di kitsune soba e udon, e dell'Inari-zushi, ossia riso avvolto da una tasca di tofu fritto, i cui lembi appuntiti ricordano le orecchie di una volpe. Nella prefettura di Osaka, invece, è situata la foresta *Shinoda*, luogo leggendario abitato dalle volpi. Nei templi shintoisti vegetariani del circondario, anche detti *shojin*, si usa mangiare gli *shinoda maki*, un rotolo di carote, ravanelli, bardana e felci di montagna, avvolte da un foglio di *abura-age* legato con strisce di *kampyo*, una cucurbitacea giapponese essiccata. Prima di essere tagliati e serviti, gli *shinoda maki* vengono marinati in brodo di soia dolce. Grazie al cibo si rintraccia la differenza sostanziale tra *tanuki* e *kitsune*: nel primo caso si proiettano le attribuzioni simboliche legate al mito sulla pietanza, mentre nel secondo si rende omaggio a un'entità sacra di cui si conoscono le preferenze. La sacralità delle volpi è tangibile nel folklore nipponico non solo per il loro legame con Inari, ma anche perché, nonostante siano ritenute dispettose, si riconosce loro un'intelligenza superiore e una peculiare forma di lealtà con gli esseri umani. Essendo *yōkai* non condividono la morale comune e pertanto portano a casa dei loro protetti oggetti rubati. Le kitsune si approfondono anche in doni intangibili come protezione, conoscenza e lunga vita, ma se costrette a effettuare un pagamento utilizzano i loro poteri magici per trasformare oggetti senza valore in denaro.



Figg. 5 e 6 - Kitsune udon e tanuki soba.

In diverse leggende si tramanda che per trasformarsi una kitsune deve posarsi sul capo o una canna, o una foglia larga o un teschio e una volta assunte le sembianze altrui tende a mantenere la coda. Le volpi possono tradire il loro vero aspetto per ubriachezza o paura dei cani, ma sono anche specializzate nella creazione di illusioni e nell'ingresso nei sogni.

Le kitsune aumentano il loro potere col passare degli anni: a cinquant'anni ottengono l'abilità di trasformarsi in donna, a cento quella di possedere umani.

La possessione operata dalle kitsune, detta *kitsune-tsuki*, è stata additata come la causa di schizofrenia e isteria femminile tra il 1868 e il 1945. Si riteneva che fosse trasmessa ereditariamente alla linea femminile della famiglia, di cui la prima vittima designata, una giovane donna, subiva l'ingresso della volpe nel suo corpo attraverso le unghie delle mani o il petto. Nel XIX secolo persino una febbre veniva considerata kitsune-tsuki, ma col passare del tempo ci si è resi conto che sintomi come fame di riso e fagioli azuki dolci, iperattività, avversione al contatto visivo, agitazione, ne facevano un caso unico al mondo, simile alla licanthropia clinica.

Continuando con l'evoluzione delle kitsune, è rintracciabile in più fonti che a mille anni possono tramutarsi nella volpe celeste, *tenko*, e ascendere al paradiso, mentre a diecimila raggiungono il loro stadio finale di volpe a nove code, figura mutuata dalla *huli jing* cinese. La volpe a nove code diventa bianca o dorata e acquisisce l'abilità di vedere e sentire qualunque cosa accada al mondo. Le cronache citano tra le più crudeli di questa tipologia *Tamamo-no-mae*, consorte dell'imperatore *Toba* (1129-1156), che controllò il paese attraverso la famiglia imperiale, uccidendo innumerevoli persone. All'ammalarsi dell'imperatore, Tamamo-no-mae si rivelò come una volpe dal manto bianco con capelli dorati, e venne sconfitta dal maestro *Yin Yang* conosciuto col nome di *Abe no Seimei*. Alla sua morte, la volpe a nove code si trasformò in *sesshoseki*, una pietra assassina, e continuò a uccidere chi la toccava fin quando il prete *Genno* la distrusse nel 1385. Pertanto la volpe è associata con il potere femminile *yin* e spesso compare come seduttrice assetata di energia *yang* di cui si appropria durante l'accoppiamento con esseri umani di sesso maschile per aumentare i propri poteri.

Il motivo della volpe come mutaforma è declinato in maniera simile in due romanzi inglesi *La volpe* di D.H. Lawrence (1920) e ne *La signora trasformata in volpe* di David Garnett (1922).

Nel primo viene destabilizzato il legame tra le due protagoniste, Nellie e Jill, che forti del loro idillio bucolico conducono un'esistenza pacifica finché una volpe inizia a rubare ogni notte una gallina dal loro pollaio, metafora del graduale disgregamento dello status quo. Una notte Nellie sorprende la volpe e ne viene ammaliata, sentimento destinato a ripetersi nei confronti di Henry, l'uomo incarnazione della bestia, giunto nella fattoria delle due donne per pretendere la sua reale preda. Henry, similmente a Tamamo-no-mae, ha sete di controllo e pur di avere ciò che desidera compie azioni efferate come uccidere Jill per sposare Nellie. Quest'ultima, ammaliata e "posseduta", si sente sollevata dalla morte improvvisa che la rende libera di seguire i suoi istinti primordiali. Per Lawrence la volpe esprime appieno tutti i suoi attributi totemici e da trickster, mentre nel romanzo di Garnett ritroviamo lo schema di interazione uomo-donna volpe della mitologia giapponese, votato a un'accezione della metamorfosi

che non intacca il legame affettivo preesistente. La moglie del protagonista Silvia Fox, *nomen omen*, “la volpe che vive nei boschi”, durante una battuta di caccia a cui non voleva assistere poiché legata a un trauma infantile, si trasforma in volpe, e pian piano inizia ad assumerne tutti i comportamenti bestiali, sino a innamorarsi di una maschio della stessa specie e partorire dei cuccioli. Il marito, dopo aver tentato di addomesticarla, si rende conto di essere ingiusto e decide di andare incontro alle nuove abitudini della moglie, arrivando a occuparsi anche dei volpacchiotti.

I temi di Garnett sono ripresi, a partire dal nome della protagonista, e invertiti da Jean Bruller, conosciuto con lo pseudonimo di Vercors, nel suo *Sylva* del 1961, in cui è la volpe a trasformarsi in donna perché salvata dai cani da Albert Richwick che diventerà suo pigmalione e compagno. A differenza di Silvia Fox, definita una donna comune con un’espressione dolce e mansueta, Sylva mantiene i suoi tratti volpini anche nella forma umana, soprattutto nel viso, descritto similmente al kitsune gao giapponese.

A questo punto alla dicotomia selvatico/domestico si aggiunge quella uomo/donna, la cui caratterizzazione tradizionale è stata contaminata e risemantizzata nella naturalità, a partire dalle attribuzioni di genere. La volpe al maschile, come Renart o Henry, vira sempre verso l’antropomorfismo e la cultura, mentre quella al femminile risulta più legata alla sfera del selvatico, della comunione con la natura. La spiegazione la troviamo di nuovo nel totemismo, stavolta riguardante la fecondità, dato che, come afferma Dacia Maraini (2011), la donna è l’unica in grado di raggiungere uno stato autentico dell’animalità “perché è più vicina alla natura”, unione figurativizzata dal parto, dall’energia primigenia propria del selvaggio.

Ora possiamo confermare che emerge un nucleo essenziale delle narrazioni occidentali e orientali su volpi e procioni, resistente ai mutamenti epocali, da mettere in luce ulteriormente rifacendoci a quanto affermato da Vladimir Propp (1984, p. 159) sulle fiabe di animali:

La maggior parte delle fiabe (di animali) non presenta intrecci autonomi, ma solo motivi combinabili insieme, oppure intrecci che tendono a contaminarsi con altri; e benché in certi casi possano essere narrati anche autonomamente, di fatto questo non accade quasi mai. Si può affermare che una parte dell’epos degli animali rappresenta un tutto unico che nel popolo non giunge mai all’unificazione completa, ma, tutt’al più, si unifica parzialmente.

La rete di allusioni e citazioni intertestuali che collegano tra loro le avventure della volpe e del procione realizzano uno scenario comune in cui s’intersecano i testi analizzati, dove tramite la ricorrenza di isotopie vengono esplicitati in maniera concreta gli universali culturali condivisi dalle opere zoepiche occidentali e giapponesi.

2.2.1. Kitsune della contemporaneità

La volpe a nove code è tornata alle luci della ribalta nella contemporaneità grazie allo shōnen⁵ manga e anime *Naruto* di Masashi Kishimoto (1999-2014), il cui omonimo protagonista è un adolescente di cui viene narrata la crescita umana e di guerriero ninja. Naruto è un *jinchuriki*, ovvero ha kyūbi, la volpe a nove code, sigillata al suo interno, condizione che gli provoca maltrattamenti e diffidenza da parte di molti dei suoi compaesani del villaggio della Foglia, avvezzi a proiettare le qualità negative del demone sull’adolescente. Nel corso della storia incontra altre persone che convivono con questi cercoteri, animali magici mutuati dalla mitologia giapponese e cinese, differenziati dalla quantità di *chakra* e di code, tra cui spicca Gaara, un personaggio con gli occhi cerchiati come un procione, in cui è sigillato Shukaku, il demone tanuki con una sola coda.

⁵ Rivolto ai teenager di sesso maschile.



Fig. 7 - Gaara con Shukaku, Naruto con Kurama e le relative metamorfosi dei due ninja (©Mochta Design).

Lo status di jinchuriki pone Naruto in precario equilibrio tra valori euforici e disforici, tra azioni positive e negative, poiché per buona parte della narrazione non sa gestire il suo immenso potere. Nonostante Naruto abbia un programma narrativo di base ben preciso, ovvero diventare Hokage, il capo del villaggio della Foglia, il suo saper-fare, l'ottenimento della piena competenza dei suoi poteri è osteggiato dalle sue passioni, sempre esagerate e incontrollabili. Qui risiede l'ambiguità della condizione del protagonista, spesso figurativizzata nello spazio dell'interiorità, la stanza all'interno del suo corpo in cui è, in primis, sigillata la volpe a nove code, con cui intraprende diverse conversazioni introspettive. Questa stanza è lo spazio della contaminazione tra lo Yin e lo Yang, tra un Naruto buono e uno cattivo, dove si attualizzano le scelte da compiere in ordine al raggiungimento dei suoi scopi. Il potere che mano a mano cresce nel protagonista del manga è figurativizzato da un liquido denso e viscoso che sgorga dalla gabbia della volpe permeando ogni parte del suo corpo, condizionando anche i suoi stati d'animo. Difatti, in diversi momenti della narrazione si assiste a un processo di *animalizzazione* di Naruto, o meglio a una *kyūbizzazione*, nel senso che le procedure di costruzione e di trasformazione delle passioni del giovane ninja attuano un disfacimento della sua soggettività, in favore di quella della volpe Kurama, ospitata al suo interno (cfr. Marrone 2012, p. 190). Tale processo di kyūbizzazione è reso visivamente dalla trasformazione graduale di Naruto in volpe, coincidente con la perdita del controllo a causa di una patemizzazione così forte da modificarne l'aspetto: il chakra rosso lo avvolge sino a formare orecchie e code e gli spuntano artigli e canini da predatore. Ciò avviene generalmente al momento dello scontro con gli oppositori, durante cui, a causa dell'ira, viene letteralmente posseduto dal chakra di kyūbi, rischiando di giungere al punto di non ritorno, ovvero alla completa metamorfosi, ravvisabile con lo spuntare della nona coda, che comporta anche la scarnificazione e la cancellazione dei lineamenti. Il chakra della volpe, a livello figurativo, assume la forma delle "metafore di livello base" usate da Lakoff per descrivere la rabbia (Fabbri 1991a, p. 172), ossia quella di un fluido corrosivo come il fuoco.

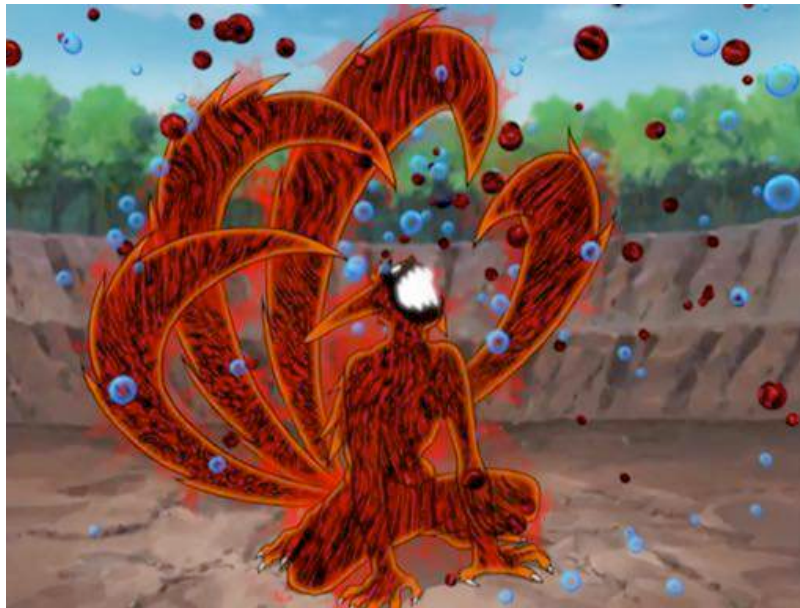


Fig. 8 - Naruto nello stadio di trasformazione con quattro code.

Naruto figurativizza in sé l'intero percorso passionale canonico della collera, causata da una *manque* ripetuta ciclicamente nel corso della narrazione e manifestata in occasione della sua liquidazione. Il troppo coinvolgimento emotivo causa a Naruto una perdita totale di controllo della sua umanità, della sua ragione, privilegiando il suo lato bestiale. La collera di Naruto sancisce il suo non essere ancora pronto a diventare Hogake e, dunque, ha un'ulteriore risvolto di meta-metamorfofi, di una trasformazione in ninja competente e adulto ancora in fieri. Quando Naruto impara a controllare i suoi poteri, i tratti distintivi di Kurama continuano a essere visibili sul suo corpo, caratterizzandolo in modo diverso, cioè in una perfetta commistione tra uomo e kitsune, recando al suo aspetto un'aura ascetica da guerriero-divinità. Naruto ha anche il merito di focalizzare l'attenzione su un'interessante isotopia osservata nei manga: la volpe non è più donna, ma uomo, elemento che determina una riscrittura dello schema attanziale del mito giapponese.

Un manga in cui è ancora più esplicito il ribaltamento dei ruoli canonici del folklore è *Kami-sama Hajimemashita*, sia *shōjo*⁶ manga che anime, realizzato da Julietta Suzuki e pubblicato sulla rivista *Hana to Yume* dal 2008 al 2016. La storia è incentrata su una kitsune ammaliante e seduttrice, ma di sesso maschile, uno *yōkai* millenario di nome Tomoe, che intesse una tenera storia d'amore con Nanami, un'adolescente diventata per un caso fortuito la dea protettrice di un tempio shintoista. I due in primis sono legati da una sorta di contratto, consistente nell'obbligo dello *yōkai* di servire la divinità reggente, poi, nel corso della storia, si scopre che il legame che li unisce è profondo e ancestrale, tanto da portare la volpe a voler desiderare di diventare un essere umano per avere una relazione paritaria con una mortale. Tomoe, nonostante sia per lo più rappresentato come un ragazzo, racchiude tutti i tratti caratterizzanti del folklore: conserva la coda durante le trasformazioni, è dedito al vizio e alla menzogna, ha orecchie, capelli e pelliccia di colore bianco come le kitsune più evolute. I lineamenti del volto Tomoe sono disegnati traendo ispirazione dalle invarianti delle *kitsune gao*.

Kami-sama Hajimemashita opera una creolizzazione tra mito e manga, fondendo strutture narrative, personaggi e luoghi. Sul versante dello *shōjo* manga rimangono inalterati il topos amoroso e lo spazio scolastico, mentre su quello del folklore compaiono i luoghi sacri del Giappone come il tempio di Ise e lo *Yomi*, l'inferno shintoista, svariati personaggi del pantheon e delle leggende giapponesi tra cui *Izanami*, dal cui mito sono ripresi alcuni motivi che caratterizzano l'architettura della narrazione.

⁶ Fumetto per ragazze.



Fig. 9 - Nanami e Tomoe ritratti su due copertine del manga *Kamisama Hajimemashita*, su cui è visibile anche il simbolo yin yang.

Gli *amatsukami*, le divinità celesti, incaricarono *Izanami* e il fratello gemello *Izanagi* di popolare la terra ancora nel caos, ma la dea morì di parto e divenne la governatrice dello Yomi. I gemelli sono rappresentati nel culto shintoista da due scogli affioranti dal mare situati nella baia di Futami, presso il tempio di Ise. Le sacre rocce sono legate da una treccia di paglia di riso chiamata *shimenawa*, segno di unione divina, e vengono considerate come una figurativizzazione del concetto di armonia dei contrari. Nanami e Tomoe si recano proprio al tempio di Ise dove avviene la riunione annuale delle divinità giapponesi.

Nel *Kojiki* (712) e nel *Nihon Shoki*, la visione politica e relativista della mitologia locale, testo anche detto l'Eneide d'oriente, la vicenda di *Izanami* e *Izanagi* è usata per spiegare l'avvento terreno della morte e il suo legame con l'inquinamento, come mostrato anche in *Pom Poko*. Inoltre, nel ciclo epico di *Yamato*, legato alla regione di Nara si sostiene che l'ingresso alla caverna che conduce nel mondo dei morti si trova nella provincia di Izumo, luogo di sepoltura di *Izanami*. Al di fuori della cornice mitologica, Izumo è indicata come la sede dello Yomi in quanto teatro di furiose battaglie, dunque luogo di sepoltura per i cadaveri dei molti combattenti deceduti in loco.

Nanami, infatti, si reca a Izumo per accedere allo Yomi, dove si compie l'arco finale del manga, e lì incontra *Izanami* che cerca di intrappolarla offrendole il cibo del regno dei morti. Ciononostante *Izanami* si rivela un'aiutante di Nanami e le consegna un bulbo che potrebbe far trasformare la volpe Tomoe in essere umano. Anche nel manga sono descritte le impurità dello Yomi, capaci di sortire effetti negativi sul corpo dei viventi come Nanami, mentre non hanno alcuna ricaduta su un demone come Tomoe, considerato che, nell'antica Cina, la volpe aveva lo stesso compito di Caronte, accompagnava le anime nel mondo dei morti.

In *Kami-sama Hajimemashita* c'è pure una curiosa rappresentazione dei tanuki che opera un'ulteriore ribaltamento dei ruoli canonici, questa volta in relazione a *Pom Poko*, dato che le geisha frequentate da Tomoe e dagli *yōkai* sono femmine di procione.

Le narrazioni riguardanti kitsune e tanuki, dal 545 a oggi, sono indubbiamente formulari: prevedono metamorfosi e trasformazioni, proiettano significati propri della cultura sulla natura per "risolvere sul

piano immaginario delle contraddizioni reali” (Fabbri 2002). Se l’epica greca è stata più volte designata come l’antesignana della serialità contemporanea, la stessa tesi può essere estesa ai manga giapponesi che non fanno altro che raccontare lo stesso ordine di realtà declinato in un genere diverso e aggiornato rispetto alla semiosfera di riferimento.

Le storie riguardanti volpi e procioni, per dirla con Lévi-Strauss (1971a, p. 602) “ci insegnano tante cose sulle società da cui provengono, ci aiutano a evidenziare il meccanismo più profondo del loro funzionamento, chiariscono l’esistenza di credenze, costumi, istituzioni di cui non riusciamo in un primo momento a comprendere la connessione”.

Le proprietà attribuite a kitsune e tanuki dai miti giapponesi derivano da due procedure chiamate da Lévi-Strauss (1971b) *deduzione empirica e trascendentale*. La deduzione empirica, consiste nel riconoscere, all’interno di un mito, “una funzione, un valore o un significato simbolico a un essere naturale sulla base di un giudizio empirico che associ in modo duraturo l’essere con l’attribuzione” (ivi, p. 1). La deduzione trascendentale, invece, amplia le proprietà già connesse a un dato essere dalla deduzione empirica, ed è attuata per inferenza logica sulla base di termini correlati e opposti, le cui relazioni vengono sistematizzate dando luogo a proposizioni che vengono legate tra loro mediante catene per aumentarne il grado di complessità. A questo punto sappiamo che kitsune e tanuki hanno proprietà proteiformi e dunque condividono alcuni tratti distintivi degli esseri magici e hanno un canale privilegiato con la divinità. La metamorfosi serve anche a dare una spiegazione dei mutamenti della società nipponica, dell’impatto dell’avvento dei manufatti tecnici e, dunque, dell’interazione obbligata tra organico e inorganico, come mostrato in *Bunbuku Chagama*.

Si tratta dell’avvicinarsi di “rime” semiotiche che danno al testo una sintassi simile ai proverbi, condensatori dell’immaginario collettivo” (Fabbri 2002), aventi lo scopo di perpetuare e diffondere altrove la tradizione folklorica giapponese. Naruto, ad esempio, è il quarto manga più venduto nella storia e pertanto è lecito pensare che legioni di ragazzi occidentali conoscano meglio le figure mitologiche giapponesi di quelle della loro cultura di appartenenza.

L’intertestualità dei manga è asservita alla propagazione della memoria, da ottenere operando una riscrittura del passato per dare un senso creativo al presente, esorcizzando il sacrificio dell’età dell’oro scomparsa.

Tale forma di attenzione alla tradizione in Giappone ha ancora più senso per via del suo rapido adeguamento ai canoni imposti dall’occidentalizzazione che nel giro di un secolo hanno ribaltato forme di vita e assiologie dominanti. Le nuove generazioni devono essere messe in condizione di avallare i valori dei loro antenati per impedire l’estinzione del folklore in cui sono conservati i semi della loro identità.

3. L’età dell’oro: un pet per riappropriarsene

Nei miti gli animali sono rappresentati dal punto dell’uomo, il quale li scruta “attraverso un abisso di non-comprensione” (Berger 2009), in cui è caduto per ignoranza e paura. Anche tra due uomini, in primis, sussiste l’abisso, ma viene colmato dal linguaggio, che, nonostante sia differente oppure ostile, rende possibile trovare una “conferma nell’altro” (ivi). In questo senso il problema risiede nel silenzio, o meglio nella non comprensione, che trova risoluzione nella morte il solo punto in cui le due linee parallele formate dalle vite di animali e umani sembrano incrociarsi e convergere nella trasmigrazione delle anime cara ai culti religiosi nipponici come buddismo e shintoismo. La questione delle vite parallele non è destinata esclusivamente alla sfera della morte, ma trova una sua ragion d’essere in vita, nell’ambito della solitudine della specie umana, poiché gli animali sono sempre più portati ad assumere il ruolo di compagni, di *pet*, lasciandosi alle spalle la loro utilità pratica a favore di quella emotiva. Secondo Berger (ivi), il termine *pet* risale XVI secolo e fu coniato per designare gli agnelli allevati dall’uomo con l’allattamento artificiale, poi esteso a tutti gli animali che vivono in condizioni costruite ad hoc dall’uomo, generalmente sterilizzati, nutriti con alimenti sintetici, in piccoli nuclei famigliari, stabiliti in aree urbane. Il *pet* è specchio e completamento dell’uomo, che, grazie alla sua innocenza prova nostalgia di un’età dell’oro in cui poteva esprimersi liberamente, giovando del comportamento

innaturale dell'animale in cattività come forma di anti-stress e di accettazione sociale (ivi). Abbiamo più volte citato questa età dell'oro, che ci riporta a suggestioni bibliche e letterarie, un tempo in cui la distinzione tra selvatico e domestico non era rilevante perché non c'era bisogno di culturalizzare la terra per sopravvivere.

Come fa notare Berger (ivi) il punto di rottura è da ravvisare nel passaggio dalla società contadina a quella industrializzata, tema affrontato già con *Pom Poko*, che viene direttamente messo in relazione con la condizione di *pet* nell'anime *Araiguma Rasukaru* (1977), noto in Italia come *Rascal, il mio amico orsetto*, tratto da *Rascal: A Memoir of a Better Era* (1963), racconto autobiografico dell'infanzia dello scrittore americano Sterling North. Quasi a pari passo col romanzo, la serie tv animata narra delle avventure del giovane Sterling e del cucciolo di procione Rascal, entrambi orfani di madre. I due compagni a volte faticano a comprendersi, per via delle loro differenti propensioni innate, lottando costantemente con l'adattamento a un ambiente in continuo mutamento, a tratti ostile, per via del suo graduale distacco dalla natura. Alla fine Sterling è costretto ad abbandonare il suo paese natale per la città di Milwaukee, la metropoli, e contestualmente liberare Rascal nella foresta selvaggia, ormai diventato adulto e incompatibile con la vita in casa. Rascal resta pur sempre un animale addomesticato, sottratto allo stato di selvatichezza, non nasce come domestico, ossia da una selezione a livello genetico volta a enfatizzare determinati tratti comportamentali che più si adattano allo status di animali da compagnia. Come dimostra il romanzo, la classificazione di selvaggio, domestico e addomesticato, risulta estremamente soggettiva perché "a essere significativo non è l'animale in sé, ma la relazione che, attraverso i luoghi che abita, esso stabilisce con noi" (Marrone 2015a), ma la scelta di North deriva proprio dal suo legame con Rascal, dal rispetto verso i suoi istinti naturali.

Il caso di Rascal risulta di particolare importanza in questa sede per introdurre il tema dei *pet* non convenzionali, quelli generalmente selvatici assurti a domestici. Difatti, il grande successo dell'anime ha determinato l'importazione dei procioni nordamericani in Giappone, a causa dell'enorme richiesta di adottare gli animali come *pet*.

L'introduzione di una specie sino a quel momento sconosciuta ha avuto un impatto distruttivo sulla biodiversità, poiché un gran parte dei procioni domestici sono fuggiti dalle abitazioni, o nei casi peggiori, sono stati abbandonati da umani incapaci di occuparsene, riproducendosi in modo massiccio per l'assenza di un loro nemico naturale nell'ecosistema. Nel 2002 in Hokkaido i procioni hanno causato 33.3 milioni di yen di danni alle coltivazioni e la prefettura ha deciso di ucciderne 1.000 per ovviare al problema (cfr. Yoshida 2004). I procioni sono arrivati a mettere in serio pericolo le specie locali delle foreste giapponesi, ossia proprio le volpi e i tanuki. In questo caso mai nome è stato più indicato di Rascal, termine che in inglese indica qualcuno che compie azioni riprovevoli, ma proprio non si riesce a odiare.

Un caso simile è stato registrato anche in Italia, dove, per cause di certo non imputabili a Rascal, si è registrata un'inconsueta proliferazione dei procioni che ha determinato le direttive contenute nel decreto del Ministero dell'ambiente del 19 aprile del 1996, in cui si proibisce la detenzione di procioni, ritenuti minaccia per la salute e per l'incolumità pubblica. Nel 2013 l'Enpa è stata messa in difficoltà dal decreto perché ha soccorso tre piccoli procioni in Lombardia, rischiando un procedimento penale. A seguito di questa vicenda è stato evidenziato che se uno degli animali "proibiti" dalla legge nasce in cattività basta il permesso della prefettura ad autorizzare l'allevamento in casa.

A differenza dei procioni, le volpi rientrano nell'elenco delle specie allevabili ai sensi dell'articolo 17 della legge 157/92. In Austria, Germania e Gran Bretagna, volpi e procioni sono considerati animali domestici a tutti gli effetti, anche se con grosse riserve da parte dell'opinione pubblica inglese che considera i procioni pericolosi per l'ambiente in quanto specie non nativa e con abitudini dall'effetto devastante sull'ambiente, o meglio sugli ordinati giardini d'oltremania.

Nel 1940 il governo federale americano ha riconosciuto alle volpi cresciute in cattività lo status di animali addomesticati, mentre in 29 stati è illegale avere un procione come *pet*, e in quelli in cui è permesso bisogna avviare una complessa procedura di adozione.

Le ragioni dell'uomo e degli animali devono per forza essere regolate nell'ambito giurisprudenziale che ovviamente può tenere solo in conto questioni come l'impatto ambientale e sociale, e non quelle emotive. C'è uno spazio dove l'abisso tra uomo e animale, tra domestico e selvatico sembra essere colmato.

Si tratta del Web, che, con le sue leggi peculiari, risulta un terreno di analisi fertile per comprendere il passaggio da selvatico a pet.

4. Pet-influencer

Il Web è costellato di video e meme virali che hanno come protagonisti soprattutto cani e gatti, per via della loro abilità a generare effetti di senso patemici, capaci di scalfire anche gli animi più cinici e restii alla condivisione di contenuti sui social network. Ormai abbiamo chiarito che una consistente comunità di persone sceglie come compagni di vita cuccioli di specie selvatiche, generando catene di discorsi dedicati alla convivenza con questi animali. La curiosità è cresciuta in maniera così esponenziale da spingere la stampa a occuparsene metodicamente, come nel caso di Tanu, il tanuki giapponese, assurto agli onori della cronaca nel 2016 grazie all'account Twitter dell'uomo con cui convive, @chibi_tori, che conta su 11.900 follower e servizi di svariate testate tra cui CNN e BuzzFeedAnimals. Non ci soffermeremo su Tanu per limiti linguistici, il profilo Twitter è in giapponese, ma sposteremo la trattazione sui suoi colleghi occidentali anglofoni, titolari di pagine Facebook e selezionati per rappresentatività in base al numero di follower sui social.

Le pagine dedicate a volpi e procioni sui social hanno in comune la presenza delle specificazioni “fox” o “raccoon” all'interno del nome, per far sì che inserendo la denominazione della specie all'interno del motore di ricerca si possano visualizzare agevolmente tra i risultati, rendendoli reperibili e indicizzandoli rispetto al tema principale, la loro animalità. Così come i miti, anche i contenuti condivisi sui social network hanno una certa formularità: il testo verbale è accompagnato sempre da uno visivo il cui compito è attirare l'attenzione. Il discrimine dello stile enunciativo dei vari profili sta proprio nel testo scritto, che, oltre ad assumere varie tipologie, contiene tratti del discorso orale, cioè rimedia una conversazione faccia a faccia tra conoscenti. Si può trattare di una semplice spiegazione dell'immagine, come «Qui la volpe sta facendo tale cosa», oppure di una battuta di spirito, in forma di asserzione o di dialogo, o ancora di un'annotazione di stampo diaristico o pedagogico. In ognuno dei casi precedenti si concede al follower di entrare, per il lasso di tempo di un breve video o dei pochi minuti dedicati alla lettura di un post, nella vita quotidiana del pet, dando luogo sia a un'illusione referenziale che enunciazionale. Questa strategia discorsiva basata sulla predominanza del visivo come attrattore, convoca la figura retorica dell'ipotiposi “iconica” (Marin 1988, p. 176) che prevede figure talmente vivide da risultare quasi sensibili, con l'intento di suscitare uno stato d'animo per far vedere e sentire qualcosa nonostante l'appartenenza a due ordini di realtà differenti.

Lo stile comunicativo delle pagine è peculiare quando è il *pet* a parlare in prima persona, incarnando le caratteristiche dell'animale dal punto di vista della narritività enunciata e passionale, quasi fosse una sorta di reintegrazione con lo spirito totemico tramite la messa in atto di una tecnica sciamanica. Volpi e procioni di Facebook sono dotati di ipseità semiotica, di una voce per esplicitare la loro autorappresentazione, hanno un'identità da personaggio pubblico, ravvisabile nella categorizzazione della pagina, dal numero di *like*, di condivisioni e di commenti, tali da far impallidire anche personaggi del mondo dello spettacolo. Uno dei piccoli pet-influencer con numeri da record è *Pumpkin The Raccoon*, un procione femmina chiamato “zucca”, abbandonato dai genitori dopo la rottura di una zampa causata da una caduta da un albero. Salvata da Laura Young, scrittrice per bambini, ora vive alle Bahamas insieme ai suoi amici cani Toffee e Oreo. Non solo Pumpkin è un procione fortunato e con una vita agiata, ma è presente quasi su tutti i social. Piace a più di 70.000 persone su Facebook, conta circa 900.000 follower su Instagram e ha un canale YouTube su cui vengono caricati i video ogni mercoledì. Il suo successo ha dato vita persino a un libro con scatti inediti, pubblicato nell'ottobre 2016, intitolato *Pumpkin: il procione che pensava di essere un cane*⁷. Lo schema narrativo del profilo di Pumpkin è costante, simile al fotoromanzo, e prevede un'immagine divertente, accompagnata da un'affermazione ironica in prima persona, o da un dialogo surreale con i cagnolini, usando le emoji di zucca e cane per indicare l'autorialità delle frasi. Si tratta di scene di vita quotidiana, dove Pumpkin tratta anche di argomenti

⁷Trad. mia.

di cronaca, come nel caso dell'espressione di cordoglio per le vittime degli attentati di Istanbul e Orlando, ponendosi come esempio di convivenza armonica tra esemplari di specie diversa.

Il frame comunicativo di Pumpkin è spesso organizzato, per dirla in termini echiani, in sceneggiature intertestuali, che prevedono un set di competenze pregresse necessarie alla corretta decodifica del post. L'esempio riportato nell'immagine seguente è esemplare: Pumpkin è ritratta con le zampe appoggiate a una porta, azione trasposta nell'ambito del testo verbale tramite una serie di emoji in forma di rebus.

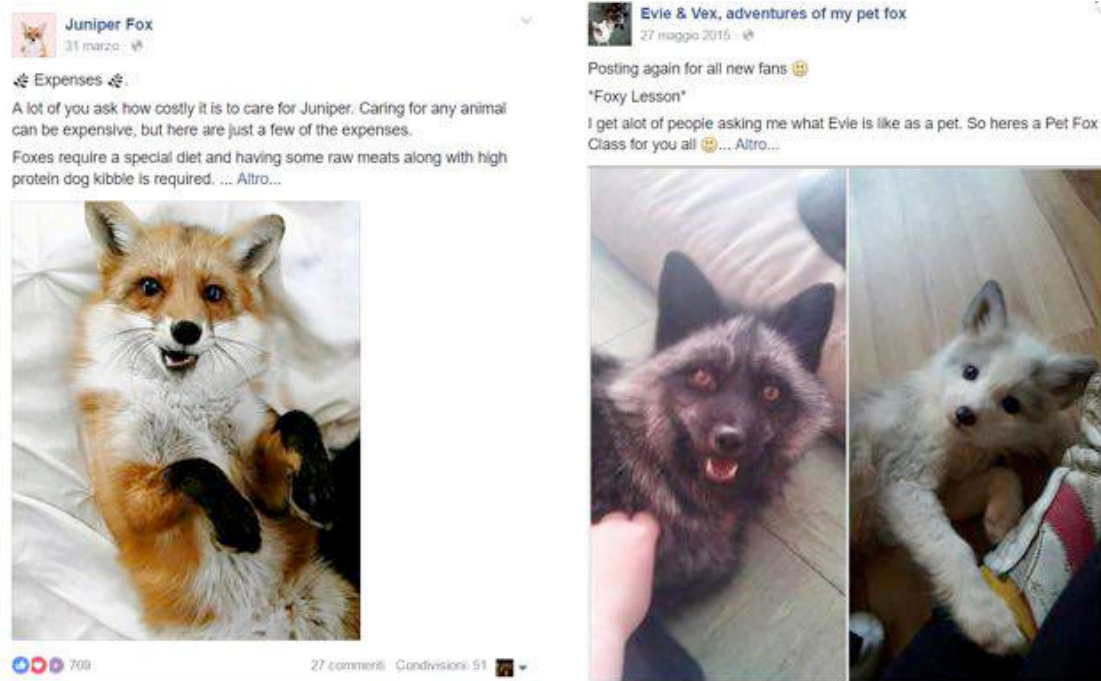


Fig. 10 - Pumpkin the Raccoon

Le uniche informazioni sul testo visivo a disposizione del follower sono alcuni hashtag e la parola “Hodor”. Di primo acchito l'insieme è criptico, ma chi conosce l'oggetto del riferimento intertestuale è sicuramente rimasto favorevolmente sorpreso visto che si tratta di un remake parodico della scena in cui si compie il sacrificio di Hodor, personaggio della nota serie *Game of Thrones*, debitamente citata negli hashtag.

Pumpkin e co. non fanno nulla per essere degli influencer, si limitano a essere se stessi, ma spesso qualche brand può notarli per la loro rilevanza nel panorama social-mediatico e inviare qualche prodotto in regalo da inserire e taggare in foto. A confermarlo la volpe *Juniper Fox*, che spesso è ritratta nelle foto con abitini e collari provenienti da alcuni sponsor, nota tra la comunità di appassionati per i post educativi, pubblicati con l'hashtag #LivingWithJuni, focalizzati a diffondere consapevolezza sulla volpe come pet. Juniper vive con una coppia di umani e con Moose, un cane di razza Australian Sheperd, ha circa 50.000 like su Facebook, e profili su Instagram e Snapchat. Lo stile enunciativo del profilo di Juniper rappresenta un modello descrittivo estesosi ad altre realtà simili, come nel caso delle pagine da circa 10.000 e 15.000 like *Evie & Vex, adventures of my pet fox* e *Yuna the fox*, che hanno rispettivamente dato il via alle #foxylesson e a #livingwithyuna, citando direttamente la fonte della loro ispirazione e indicandola come punto di riferimento per ulteriori approfondimenti.

I post educativi mirano a trasmettere competenze sulla gestione dei tratti innati della selvatichezza in ambiente domestico, confutando la loro stereotipizzazione di animali crudeli, imbrogliatori, ghiotti di immondizia, distruttori di case e giardini.



Figg. 11 e 12 - Esempi di post pedagogici delle pagine di Juniper e di Evie & Vex.

Determinati pregiudizi sono talmente cristallizzati nella società che arrivano a imporre il loro punto di vista anche alla ricerca scientifica. Non hanno alcun fondamento in quanto frutto dalla tradizione e dalle false teorie, e pertanto vengono definiti da Bacon come *idola theatri*, in riferimento alla loro derivazione folklorica e mitologica (Martinelli 2010, p. 308).

Le credenze sono motivate da processi culturali e influiscono sull'interpretazione della realtà agendo anche per contagio, come avviene visibilmente nei social network dove la maggior parte delle conversazioni generate dai post su volpi e procioni sono basate proprio su stereotipi rigidi e generalizzati, adoperati come modelli interpretativi (ivi, p. 309).

L'impostazione pedagogica si spiega con la volontà di alfabetizzare il follower spiegando o rimarcando gli aspetti della vita quotidiana con gli animali "selvatici" domesticati, sfruttando l'effetto patemico di tenerezza suscitato dall'immagine sistematicamente pubblicata a supporto del testo scritto. La componente verbale, dunque, aggiunge, a quella visiva contenuti da inscrivere nel campo documentaristico, tanto da poter affermare che i padroni degli animali in questione hanno inventato un nuovo sottogenere divulgativo, in forma abbreviata e alla portata di tutti.

Melanie Raccoon rappresenta un caso esemplare di come la documentazione quotidiana sui social network, unita alla competenze specialistiche, possa essere considerata come l'evoluzione contemporanea delle annotazioni diaristiche di etologi e naturalisti. Grazie alla sua padrona Kimberly, americana emigrata in Inghilterra per conseguire un master in scienza equina, Melanie ha 50.000 like su Facebook e 115.000 follower su Instagram. In qualità di membro della comunità scientifica, Kimberly afferma che i procioni sincretizzano le caratteristiche di più animali: mordono i loro giochi e amano passeggiare come i cani, possono essere addestrati ad andare in lettiera ed esibiscono le loro prede similmente ai gatti, hanno facoltà cognitive che ricordano quelle del macaco Rhesus, noto per avere la consapevolezza di se stesso e delle proprie azioni, ma senza i pollici opponibili. Al pari delle scimmie, i procioni sono dispettosi e abili nell'arrampicarsi. Necessitano di grande impegno e continua stimolazione fisica e mentale, di spazio per correre, di vari giochi per tenersi impegnati dato che hanno la propensione a strappare, distruggere e masticare oggetti vario genere. Gli sforzi e le competenze di

Kimberly hanno attirato la curiosità dei media inglesi, probabilmente anche grazie alla sua partecipazione con Melanie all'edizione del 2013 *Britain's Got Talent*. La Gran Bretagna conosce Melanie come il procione che sa andare in monopattino e in bicicletta, ma, da quanto si legge nella descrizione della pagina, questo procione può assumere più di cento comportamenti diversi. Un tratto distintivo di Melanie è il travestimento, che cambia a seconda dei temi del giorno (festività, ricorrenze), una forma di antropomorfizzazione mirata a interpellare i follower per suscitare in loro tenerezza, ilarità, stupore, spingendo alla diffusione di tali passioni per contagio virale.

In ogni foto il corpo di Melanie è trasformato, decorato, diventando un luogo di costituzione di generi identitari messi in discorso mediante i tratti riconoscibili di ogni travestimento.



Fig. 13 - Melanie Raccoon in uno dei suoi travestimenti

Indossando costumi e accessori, il procione assume un ruolo tematico ben preciso che converge nella teatralizzazione e nella spettacolarizzazione della sua vita quotidiana e delle questioni del mondo, narrate in forma di gioco.

Melanie, come tutti gli esemplari della sua specie, dovrebbe indossare solo la sua pelliccia, ma attraverso i travestimenti giunge a inglobare entrambe le categorie di /nudo/ e /ornato/ e, di conseguenza, sia la /natura/ che la /cultura/, mettendo in scena pratiche concrete di manipolazione della propria immagine finalizzate al dover-essere di un corpo in una cultura.

Considerando che nei miti il procione figurativizza il processo di metamorfosi, l'antropomorfizzazione di Melanie risulta essere assimilabile alla sua completa domesticazione, al superamento dei suoi tratti selvatici, proprio come avviene con la volpe Sylva di Vercors.

L'uomo supera l'abisso tra lui e l'animale agendo da pigmalione, operando sulla sua trasformazione per renderlo il compagno ideale di vita.

5. Conclusioni

Renart, Rascal, Silvia e Sylva, Kurama, Tomoe, Pumpkin e Melanie, questi i nomi di volpi e procioni che ci hanno accompagnato nella rassegna delle narrazioni, mitologiche e mediali, legate al macrotema del passaggio da selvatico a domestico. Nel 2016 si è aggiunto anche Nicholas “Nick” Wilde, protagonista ai limiti della legalità del lungometraggio Disney *Zootropolis*, salito agli onori della cronaca come la volpe che ha smarcato i predatori dal ruolo di oppositori. Nick ha dalla sua parte le virtù intellettive, prerogativa dei personaggi zoomorfi civilizzati, pur conservando la selvaggità nel cognome. La favola metropolitana *Zootropolis*, sovverte il ruolo canonico della volpe predatrice, in malafede e indolente e, come ha osservato Francesco Mangiapane (2016), dimostra che, almeno per una volta, i cattivi hanno ragione e diventano eroi. Prima di Nick solo un'altra volpe disneyana ha avuto il merito di riabilitare la specie, ossia Robin Hood, protagonista del film animato del 1973, dove i motivi dell'omonima epopea inglese sono mescolati a quelli del Roman de Renart. Entrambi riattualizzano le trickster stories coniugando i tratti dell'astuzia e dell'ingegno alle azioni a fin di bene, proprio come avviene anche all'interno dei manga e degli anime citati dove volpi e procioni ricoprono ruoli eroici, sfatando il mito dell'imbrogliatore incallito e senza speranza. Gli universali culturali riguardanti i due animali individuati all'interno delle culture occidentali e orientali hanno influenzato l'immaginario degli umani tanto da spingerli a desiderarli come compagni di vita, ce lo insegna Rascal.

Si tratta della *sindrome di Bambi*, denominazione desunta dall'omonimo film Disney, ossia l'impulso di trasformare animali selvatici in domestici nato dall'inesorabile di sentimenti di umanizzazione e di compassione nei confronti della specie prediletta, pur se non adatta alla routine casalinga. Il primo a teorizzare questa sindrome, Matt Cartmill (1993), rintraccia un processo di “animalizzazione della cultura infantile” che ha le sue radici nei peluche e nei cartoni animati. I beniamini dell'infanzia assurgono ad *animali modello*, scaraventando nel dimenticatoio le loro caratteristiche principali determinate dagli istinti innati. A tale proposito, Berger (2009) parla di marginalizzazione culturale all'interno dei film Disney, in cui gli animali sono epurati dai loro bisogni e trasformati in marionette a cui vengono universalizzate le pratiche umane. Nulla di tanto diverso da quanto avviene con i pet, che, come abbiamo detto in precedenza, conducono uno stile di vita costruito a tavolino, dove alimentazione, riproduzione e movimento vengono plasmati artificialmente. Ciò non toglie che volpi e procioni possano essere animali da compagnia docili e affezionati, integrati alla perfezione nell'ambiente domestico, e a dimostrarlo sono proprio i pet-influencer, che attivano la sindrome di Bambi negli adulti sfruttando la loro nostalgia di un'età dell'oro in cui si sentivano liberi di esprimersi, di vivere in armonia con la natura e se stessi. Insomma, la domesticità dell'animale è proporzionale all'umano con cui convive: sua la scelta, suo il pet. Le polemiche sull'origine selvatica sono inutili dato che se un animale si abitua sin da cucciolo a vivere in determinati ambienti, non può essere soggetto a cambiamenti radicali e repentini. Restituire alla natura Melanie privandola dei suoi travestimenti equivarrebbe a una violenza, l'animale è ormai abituato a rapportarsi all'ambiente in questo modo e la foresta non farebbe altro che ucciderla per mancanza di addestramento alle avversità.

Siamo ormai giunti alla fine del nostro percorso trasversale a culture e generi, ma possiamo dire di avere dimostrato che selvatico e domestico sono il risultato di un bricolage di significati antichi e recenti, da cui deriva l'identità contemporanea di volpi e procioni. Miti, manga, social network confermano volpi e procioni come vere e proprie sorgenti di senso, da cui attingere per nuovi prodotti mediali e per comprendere i concetti operativi soggiacenti alle rappresentazioni collettive.

pubblicato in rete il 16 febbraio 2018



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Barcellona, L., 2002, "Il burattino itinerante: uno studio sullo spazio", in P. Fabbri, I. Pezzini, a cura, pp. 35-74.
- Berger, J., 2009, *Why Look at Animals?*, London, Penguin; trad. it. *Perché guardiamo gli animali? Dodici inviti a riscoprire l'uomo attraverso le altre specie viventi*, Milano, Il Saggiatore 2016.
- Bonafin, M., 2007, "Volpe", in R. Ceserani, M. Domenichelli, P. Fasano, a cura, *Dizionario dei Temi letterari*, Torino, UTET, pp. 2667-2670.
- Cartmill, M., 1993, *A view to death in the morning. Hunting and nature through history*, Cambridge (Massachusetts) & London, Harvard University Press.
- Eibl-Eibesfeldt, I., 1970, *Ethology: the Biology of Behavior*, New York, Holt, Reinhart & Winston.
- Fabbri, P., 1991a, "A passion veduta: il vaglio semiotico", in Pezzini, I., a cura, *Semiotica delle Passioni*, Bologna, Esculapio - Progetto Leonardo, pp. 159-189.
- Fabbri, P., 2002, "De Tex fabula narratur", in I. Pezzini, a cura, *Saggi per Alberto Abruzzese*, Roma, Sossella.
- Fabbri, P., Pezzini, I., 2002, *Le avventure di Pinocchio. Tra un linguaggio e l'altro*, Roma, Meltemi.
- Fisher, J.A., 1990, "The myth of anthropomorphism", in M. Bekoff, D. Jamieson, a cura, *Interpretation and explanation in the study of animal behaviour*, Boulder, Westview, pp. 96-116.
- Gradellini, A., 2002, "L'abito di Pinocchio", in P. Fabbri, I. Pezzini, a cura, pp. 203-234.
- Hearn, L., 1894, *Glimpses of Unfamiliar Japan*, voll. 1-2, New York, Cosimo Classics (2011).
- Lévi-Strauss, C., 1971a, *Mythologiques IV. L'Homme nu*, Parigi, Plon; trad. it. *Mitologica 4. L'uomo nudo*, Milano, Il Saggiatore 1974.
- Lévi-Strauss, C., 1971b, "The Deduction of the Crane", in P. Maranda and E. Köngäs Maranda, a cura, *Structural Analysis of Oral Tradition*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 3-21; trad. it. "La deduzione della gru", in "Quaderni di antropologia e semiotica", n. 6, 1990.
- Mangiapane, F., 2016, "Zootropolis", in "Doppiozero", 25 marzo, www.doppiozero.com.
- Maraini, D., 2011, *La grande festa*, Milano, Rizzoli.
- Marin, L., 1988, "Aux marges de la peinture: voir la voix", in "L'Écrit du temps", n. 17, pp. 61-72; trad. it. "Ai margini della pittura: vedere la voce", in L. Marin, *Della rappresentazione*, Roma, Meltemi 2002.
- Marrone, G., 2012, "Euforie comuni e corpi in transito. L'osceno del villaggio", in V. Del Marco, I. Pezzini, a cura, *Passioni collettive. Cultura, politica e società*, Roma, Nuova Cultura, pp. 188-224.
- Marrone, G., 2015a, "Senso e forma del cibo. Sulla semiotica dell'alimentazione", in M. Montanari, a cura, *Il cibo nelle arti e nella cultura*, Torino, Utet.
- Marrone, G., 2015b, "Il linguaggio di Snoopy e la ragazzina dai capelli rossi", in "Doppiozero", 24 novembre, www.doppiozero.com.
- Nozaki, K., 1961, *Kitsune: Japan's Fox of Mystery, Romance, and Humor*, Tokyo, Hokuseido Press.
- Propp, V.J., 1984, *Russkaja skazka*, a cura di K.V. Cistov e V.I. Eremina, Leningrad, Izdatel'stvo Leningradskogo Universiteta; trad. it. *La Fiaba russa. Lezioni inedite*, a cura di F. Crestani, Torino, Einaudi 1990.
- Weinstock, J.A., a cura, 2014, *The Ashgate Encyclopedia of Literary and Cinematic Monsters*, Burlington, Ashgate Publishing.
- Yoshida, R., 2004, "Raccoons — new foreign menace? Masked critters face kill for badgering farms, city folk", "The Japan Times", 16 settembre.