

Umani e animali nel web 2.0: un problema di distanza?

Giusy Gallo
Dipartimento di Studi Umanistici
Università della Calabria
Email: giusy.gallo@unical.it

La lunga tradizione di studi e ricerche che si occupa della relazione tra umani e animali da una prospettiva semiotica può essere ampliata fino a considerare le modalità in cui gli animali sono rappresentati nel web 2.0. La semiotizzazione che si vuole prendere in considerazione riguarda i social network dedicati ad animali domestici, come cani e gatti, i quali prima soggetti di una auto-domesticazione sono diventati oggetto di selezione artificiale e, dunque, addomesticati da umani. Pur essendosi evoluta lentamente, la relazione tra umani e animali è stata fin da subito durevole e asimmetrica, mostrando una distanza flessibile tra essi. Tuttavia, questa distanza, pur restando negoziabile, non tende a diminuire, come si potrebbe apparentemente ritenere considerando le produzioni testuali, anche sincretiche e multimediali, di autori e lettori empirici dei social network. BePuppy e Dogalize sono due tra i social network per cani e gatti più utilizzati in Italia. Considerando questi due social network, propongo l'analisi delle modalità di registrazione degli utenti, dello spazio del paratesto e dei contenuti e individuare il lettore-utente modello. Altro livello di analisi riguarda le pratiche, ossia le azioni che è possibile compiere in queste comunità virtuali. Un modo di riflettere su questo aspetto può essere offerto dal modello attanziale di Greimas: qual è il ruolo occupato dagli animali in questa griglia?

La strategia comunicativa del web 2.0 rispecchia la cosiddetta retorica del peer-to-peer per cui enunciatore ed enunciatario sono sullo stesso piano quanto alla possibilità di dare e ricevere informazioni. Tuttavia, nel caso di BePuppy, l'utente registrandosi assume come nickname il nome del suo animale domestico, proiettando nella comunità virtuale azioni che simulano una possibile azione dell'animale, produzioni testuali comprese.

L'obiettivo di questo contributo è mostrare che le relazioni tra gli utenti di social network dedicati agli animali hanno esponenzialmente aumentato la distanza tra gli umani e i loro animali, contribuendo alla semiotizzazione dell'animale come oggetto da esibire, di cui parlare e di cui rendere una dimensione antropomorfa sempre più marcata.

Bibliografia di riferimento

1. Cimatti, Felice (2016), "Beyond the human/non-human dichotomy: the philosophical problem of human animality", *Humanimalia*, 7 (2), 35-55.
2. Cosenza, Giovanna (2014), *Introduzione alla semiotica dei nuovi media*, Bari, Laterza, ebook.
3. De Waal, Frans (2016), *Are we smart enough to know how smart animals are?* New York, Norton & Company Inc.
4. Francis, Richard (2015) *Domesticated. Evolution in a Man-made World*, New York, Norton & Company Inc.