



Research paper

First published online: December 30, 2024

Marco Nocente*

TRA DOMINIO E AFFETTO. CANI DI RAZZA E UMANI NELLE AREE CANI

Abstract

This article contributes to animal geographies through a specific analysis of human-animal relations. It explores the intricate relationship of dominance and affection between humans and purebred dogs. Drawing on ethnographic research conducted in dog areas, the article examines how humans construct social representations out of their dogs in these restricted, self-regulated spaces. After presenting a critical reading of the production of purebred dogs, I discuss humans' representations of their dogs, often seen as extensions of their personality. This relationship, within dog areas, manifests itself in the discourses that circulate, where the dog is often anthropomorphised and used to reinforce gender stereotypes rooted in common sense. For example, female dogs are often described as jealous and dogs as "Latin lovers". In this context, affection makes people desire the dog as a mirror of their personality, a social facilitator, or a protective figure. This research contributes to a deeper understanding of the multifaceted nature of the human-animal relationship and the nature-culture dichotomy, with particular attention given to their implications in urban spaces beyond the majority of research conducted in animal geography which usually focuses on case studies located in the UK or US.

Keywords: affection, dominance, human-purebred dog.

* Department of Sociology and Social Research, Bicocca University of Milan, Italy.

1 Introduzione

Nella cultura popolare, il cane è spesso ritenuto il “migliore amico degli umani”. Questa rappresentazione, pur evidenziando il profondo legame che unisce le due specie, nasconde una complessità intrinseca. Cani e umani, sebbene condividano una lunga storia evolutiva e affettiva (Haraway, 2019; 2003), sono legati da un rapporto di potere asimmetrico. Esso non si esprime solo in termini di dominio o sottomissione (Power, 2008), ma anche da un crescente affetto che condiziona le traiettorie del loro co-divenire (Tuan, 1984).

Il cane, da guardiano della casa o supporto alla caccia, si ritrova oggi nei piccoli spazi domestici degli appartamenti o nelle aree cani delle città, conquistando sempre più affetto, intimità e coesistendo con gli umani in questi spazi ristretti (Philo, 1995). Tra i ruoli che hanno anticipato il suo ingresso nelle mura domestiche, figura quello del cane come oggetto dell’“agiatezza vistosa”, dettata dalla moda delle classi aristocratiche, fino al tramonto del codice d'etichetta e alla seguente massificazione dei consumi e degli stili di vita, con l'arrivo di migliori condizioni economiche della società (Veblen, 2011). Anche Baudrillard, nella sua descrizione del significato degli oggetti, definisce gli animali domestici “una specie intermedia tra gli uomini e gli oggetti” (Baudrillard, 1972, p. 73). Come gli oggetti da collezione, gli animali sono (de)tenuti all'interno di un “universo domestico narcisistico”, senza sesso (spesso sterilizzati), volti a esaltare al massimo la persona senza mai frustrarla. Il cane-oggetto sembra quindi uno specchio perfetto, perché non riflette immagini reali, ma desiderate (Baudrillard, 1972, p. 73).

Il *pet* assume un ruolo centrale per l'umano, divenendo a tutti gli effetti un membro della famiglia (Power, 2007), proprio come il “bambino” (Arluke & Sanders, 1996). In alcuni casi si considera il cane a un grado superiore a quest'ultimo, a causa della sua maggiore mobilità, del suo ruolo di facilitatore sociale, e della sua disponibilità (Nast, 2006). Il cane compensa le carenze emotive, familiari e di compagnia che caratterizzano l'individualizzazione e l'insicurezza sociale del nostro tempo.

La ricerca si colloca all'interno del filone di studio “animal geographies” (Buller, 2016) all'interno della geografia umana, o per meglio dire della geografia più che umana (Whatmore, 2002). L'articolo contribuisce ad arricchire le geografie animali, che sono principalmente esaminate nei contesti anglo-americani (Hovorka, 2017), offrendo una comprensione delle relazioni tra cani e umani in una città dell'Italia settentrionale. Attraverso l'etnografia, in questo articolo ho ricostruito un discorso comune tra i frequentatori delle aree cani, un sistema di rappresentazioni condivise tra gli esseri umani a partire dal rapporto specifico con i loro *pet* di razza.

La figura del cane domestico, in particolare in ambito urbano, riflette la complessità del rapporto tra cultura e natura (Tuan, 1984). Indica un legame con la natura, resa innocua, controllata e plasmata sui bisogni degli umani, divenendo fragile e bisognosa di protezione. Per lo stesso motivo, i proprietari preferiscono la sterilizzazione, l'imposizione di un collare ed un guinzaglio in uno spazio relegato come l'area cani. La domesticazione ha ancora molto a che fare con il dominio (McHugh, 2004). Anche Perkins Gilman (1911) includendo il discorso sull'antivivisezione nel suo femminismo considera il cane, la creatura che diciamo di amare, come uno schiavo senza alcuna industria che giustifichi la sua schiavitù; un prigioniero, senza alcuna colpa che giustifichi la sua prigionia. Questa distinzione tra natura e cultura non è volta solo a distinguere, ma a marcare una gerarchia tra le specie (Gillespie & Collard, 2015).

Inoltre, le rappresentazioni dei cani di razza vanno anche iscritte nel sistema di mercato neoliberista dove il cane viene mercificato, prodotto, venduto e mantenuto

(Nast, 2006). Nel territorio e in svariati siti internet sono nate comunità *pet friendly*¹, dove vengono offerte esperienze sempre più complete per cani e padroni. Il discorso antivivisezione, che ha origine dalla fine dell'800 considerava i *pet*, in molte delle loro varietà, il prodotto di un allevamento spietatamente disgenico che sacrifica il vigore e la vitalità alla minuzia, alla pacchianeria e alla deliziosa bruttezza (Wells, 1928). Questo sottolinea l'importanza della dimensione etica e politica quando si mercifica o si detiene un essere vivente per volontà degli umani.

Le razze vengono allevate in accordo a precisi canoni estetici manipolati dalla volontà umana (Tuan, 1984). Oggi, il mercato offre razze standardizzate attraverso certificati che fanno in modo di ridurre al massimo la loro riproduzione incontrollata (Brown, 2015). In questo modo si garantiscono razze "perfette" o, come descritto da alcuni allevatori, "cani di qualità"². La purezza dovrebbe garantire inoltre un certo determinismo comportamentale, rendendo i cani più adatti a specifici compiti, come quelli richiesti nei cinodromi o nella caccia (Fletcher & Platt, 2018). La seguente ricerca non si sofferma su questo uso dei cani, ma osserva un certo determinismo in relazione alle aspettative sociali e personali, spesso affettive, delle persone che acquistano questo tipo di cani e del rapporto che instaurano con loro.

Esaminando il modo in cui il cane viene rappresentato nella cultura popolare, si può notare come sia spesso antropomorfizzato, classificato per genere o stereotipato (dell'Agnese, 2021). Questo avviene persino nel parlato comune, non è casuale l'utilizzo di certi giochi di parole che richiamano ai cani per parlare delle persone. Sia in termini generalmente positivi come 'tale cane, tale padrone' sia in termini negativi come "vita da cani". Ci sono espressioni linguistiche distinte in maniera discriminatoria tra uomini e donne, come cane e cagna, uno associato ad un significato di infamia e l'altro al fatto di prostituirsi. Cagnolino invece, vale solo per gli uomini ed indica un certo grado di "sottomissione" e fedeltà timorosa degli uomini per il proprio partner.

Oggi, il cane resta intrappolato in un rapporto di dipendenza, un dominio che prende specifiche forme sulla base dell'affetto di chi lo detiene. Viene naturalizzata la relazione servo-padrone, ma l'intimità del rapporto che li caratterizza mostra anche un co-divenire di cani e umani. Le rappresentazioni sociali che emergono dal rapporto tra cane e umano, le aspettative, i ruoli e le dinamiche di potere che caratterizzano questo legame riflettono strutture sociali più ampie che vengono riprodotte quotidianamente. La ricerca ricostruisce questo tipo di rappresentazioni intrinsecamente costituite all'interno della loro relazione.

L'articolo si compone di una prima parte metodologica in cui presento il campo di osservazione e il metodo etnografico con cui ho osservato il rapporto tra cani e umani. Nelle successive sezioni discuto in primis come, attraverso la scelta della razza, si possano cogliere alcuni bisogni dei proprietari, come quello di comunicare il proprio status. I proprietari si identificano nei propri cani e li personificano, attribuendo loro valori sulla base delle loro aspettative. Nella seconda parte, analizzo le rappresentazioni caratteristiche del rapporto tra cani e umani all'interno del contesto, ovvero nelle aree cani dei parchi cittadini, soffermandomi in particolare su quelle legate al genere e agli stereotipi su cui si basano.

¹ Nel corso dell'articolo utilizzerò due termini che sono espressione del linguaggio del "dominio" sul cane di razza: "padrone" e "proprietario". Li utilizzo proprio perché sono gli stessi termini utilizzati dagli intervistati e racchiudono la dominazione che caratterizza il rapporto cani-umani.

² La parola cane di qualità è ricorrente nel vocabolario di addestratori e allevatori di cani. <http://www.tipresentoilcane.com/2011/04/03/mille-euro-per-un-cucciolo-ma-e-un-furto-o-forse-no/>.

2 L'area cani: note metodologiche

L'area cani è anche nota come area cani liberi, liberi perché in ogni area vale la prescrizione per cui i cani possono essere liberati dai propri guinzagli. Già nel nome, si lascia intendere un dato per scontato: solo in questo spazio relegato i cani possono assaporare un po' di libertà. Questo è già un aspetto configurativo significativo delle traiettorie di dominio e affetto nei confronti dei cani che vivono le aree urbane.

Per realizzare questa etnografia, ho frequentato per un mese alcune aree cani di Milano: Piazzale Insubria, Piazzale Martini e il Parco Formentano. Queste aree si trovano all'interno di parchi pubblici e sono delimitate da reti o palizzate, con accesso consentito solo tramite le porte di ingresso. Si tratta di spazi ristretti, regolati informalmente da chi li frequenta, in base al riconoscimento reciproco dei comportamenti assunti dai cani e dai loro padroni. Al momento dell'ingresso, può accadere che un umano chieda a chi sta entrando di non fermarsi o di non entrare, ad esempio chiedendo il sesso del cane, poiché talvolta alcuni cani mostrano comportamenti aggressivi nei confronti di altri dello stesso o dell'altro sesso.

Le aree cani che ho frequentato sono relativamente spoglie, terreni spesso senza erba, quadrati, dove è possibile vedere tutte le persone presenti perché non ci sono ostacoli alla visuale. Si trovano a volte delle panchine quasi sempre sottodimensionate rispetto al numero dei frequentatori. Nell'area cani si possono trovare persone da sole o gruppi di persone. Si tratta di frequentatori giornalieri che si distribuiscono nell'area, magari vicino ad una panchina dove possono parlare tra di loro mentre i loro cani stanno insieme in una situazione più sicura.

Proprio perché lo spazio è ristretto, tuttavia, è facile trovarsi a parlare, soprattutto perché sono i cani ad avvicinarsi per primi. Questa configurazione dello spazio, caratterizzata anche da un senso di abitudinarietà dovuto alla frequenza con cui le persone lo frequentano, facilita l'osservazione e l'ascolto di quei discorsi che spesso vengono dati per scontati, a partire dal rapporto tra cani e umani. Capita, per esempio, di sedersi sulla stessa panchina dove si trova il proprietario di un altro cane che sta parlando con un amico. Oppure, nelle piccole aree cani, può capitare di essere solo in due umani e sentirsi liberi di parlare con chi condivide casualmente un po' di tempo con te nello stesso spazio. Le aree cani sono spazi nei quali i proprietari socializzano il rapporto con i propri cani, una metafora micro-ecologica costituita da "sintesi e simboli iconici di configurazioni strutturali che i soggetti, lo vogliono o no" (Goffman, 2007, p. 73). Sono spazi pubblici unici nelle aree urbane, dove si manifestano diverse e situate forme di socializzazione (Graham e Glover, 2014).

La frequentazione delle aree cani è un fenomeno sociale diffusissimo e praticato quotidianamente in forme diverse. Tuttavia, la ricerca non sarebbe stata possibile senza il supporto delle educatrici, che, grazie all'esperienza del loro lavoro, sono in grado di spiegare alcune dinamiche di questo rapporto. Fin dall'inizio della ricerca, ho coinvolto due educatrici cinofile e l'operatore di un canile, che si sono resi disponibili attraverso un'intervista individuale, al di fuori dei luoghi dove ho condotto il campo. Con una di queste educatrici, il confronto è proseguito per tutta la durata del campo, attraverso momenti di scambio informale. Da un punto di vista metodologico, queste figure sono definite come "*good representers*" (Despret, 2008, p. 127; Colombino & Bruckner, 2023). Le educatrici hanno riconosciuto l'interesse per le mie domande di ricerca e mi hanno guidato nell'analisi del rapporto tra cani di razza e umani, attingendo alla loro esperienza professionale. Inoltre, il mio rapporto con loro è servito a controllare la tendenza ad "antropomorfizzare e romanticizzare le capacità cognitive" dei cani (Tomasello, 2005, p. 242). L'antropomorfizzazione è un meccanismo inevitabile per

chiunque cerchi di spiegare i comportamenti animali. Oltre a me, anche i proprietari di cani lo attuano continuamente nell'osservare e spiegare i comportamenti dei loro animali (Daston & Mitman, 2005; Parkinson, 2019; Servais, 2018).

Nelle aree cani, per avvicinarsi ai padroni è sufficiente utilizzare il cane come ponte con il proprietario, facendo complimenti al cane è facile ottenere il benessere del proprietario. A questo proposito Graham & Glover (2014) descrivono come i cani possono facilitare il contatto, la fiducia, la conversazione e la confidenza tra persone che altrimenti non si sarebbero mai parlate. Qui emerge un primo punto che insieme ha valore a livello metodologico e analitico. Il cane è un ponte per l'interazione, un facilitatore sociale. A questo proposito risulta emblematica la domanda che precede ogni interazione nelle aree cani: "di che razza è?" oppure "è maschio o è femmina?" domande rituali che spesso portano ad un momento di incontro. La ricerca sul campo è stata condotta da solo o accompagnando da un'amica proprietaria di un cane amstaff. Nel corso di circa sei mesi, ho frequentato le aree cani, accompagnando la mia amica molte volte. Tuttavia, è stato solo quando ho deciso di avviare la ricerca che ho cominciato a prendere appunti, a condurre interviste con le figure precedentemente citate e a parlare con i diversi proprietari di cani. L'osservazione è proseguita per un mese, con frequenza di tre volte a settimana, in particolare presso l'area di piazza Martini. L'etnografia è stata condotta in maniera aperta: mi presentavo alle persone comunicando che stavo conducendo uno studio sul rapporto tra cani e umani. Non posso riportare il numero esatto delle persone osservate, ma si aggirano comunque sull'ordine delle decine. Spesso, l'osservazione non richiedeva uno scambio verbale con i proprietari; era sufficiente ascoltare le conversazioni in corso, poiché l'accesso all'area cani rappresenta un rituale collettivo, e le persone tendono a socializzare in uno spazio ristretto. Di conseguenza, è facile assistere alle conversazioni. In questi casi, a meno che non venissi interpellato, non ho ritenuto necessario interrompere il rituale per comunicare che stavo conducendo una ricerca. Sono invece circa una decina i proprietari di cani con cui ho interagito e presentato la ricerca. Con tre di loro, in particolare, lo scambio è avvenuto in più occasioni e per periodi di tempo prolungati.

3 La scelta del cane di razza tra moda, stereotipi e identificazione affettiva

Il seguente paragrafo ci offre delle chiavi di lettura per comprendere i processi di costruzione del senso intorno ai cani e del co-divenire tra cani e umani nelle aree cani. Sulla base dell'etnografia condotta ho svolto in primo luogo una analisi critica sulla scelta della razza da parte degli attuali proprietari di cani. In seguito, analizzo come i proprietari si identificano nel proprio cane creando un certo legame affettivo.

I risultati della mia ricerca hanno messo in luce che la scelta di un cane, in accordo con molti proprietari è principalmente affettiva. Tuttavia, la scelta della razza avviene a volte in maniera piuttosto metodica e razionale, e altre volte sembra che la scelta avvenga in modo meno consapevole, è frutto della cultura popolare, dello stile di vita e delle mode contemporanee. In generale molti sono consapevoli delle caratteristiche comportamentali e fisiche dei cani e di conseguenza ne scelgono uno in funzione del proprio gusto e dei propri desideri. Tuttavia, questa scelta non è slegata dall'esistenza di stereotipi. Nelle aree cani ne sono un esempio i pitbull e bull terrier che da molti vengono definiti il cane dei "palestrati" o degli "zarri" o i golden retriever, cani per

famiglie affettuosi e dolci.³ Negli anni è divenuto “di moda” un incrocio di molossi e terrier, l’amstaff che, grazie ad un manto particolare e la forma più elegante, si è esteso al pubblico cambiando in parte lo stereotipo dal quale proveniva.

Per comprendere il senso e i criteri dietro l’acquisto di un cane, riporto l’episodio che mi ha raccontato una educatrice di cani. Una famiglia preoccupata per il periodo difficile del proprio figlio ha pensato di regalargli un cane. La persona in questione era proprietario di un locale che aveva il lupo come simbolo della sua insegna. Di conseguenza la famiglia ha scelto per lui un lupo cecoslovacco poiché oltre alla compagnia, si “abbinava” al tema del locale. Un’altra persona a proposito del suo amstaff raccontava: “mio fratello lo ha scelto sicuramente per moda. Tutti i suoi amici e fratelli ne hanno uno.” Dalla conversazione emergeva che il fratello non cercava un cane di razza specifico e quindi tra amici e familiari si è scelto così. Il fatto che fosse di moda quando lo ha preso fa riflettere sulla consapevolezza e l’inconsapevolezza nel repertorio di scelte indotte dal mercato e dall’immaginario di chi voleva fare il regalo (Edensor, 2008).

La moda nella storia ha diffuso un’idea di gusto costantemente sorvegliato dalle “leggi dell’agiatezza vistosa” e ha previsto “cambiamento e revisione” per poi arrivare ad una più stretta conformità (Veblen, 2011, p. 13). Questo processo sempre attuale rende fruibili alcuni cani piuttosto che altri e può influenzare i proprietari che sono meno certi della razza da comprare.

Nell’immaginario delle persone incontrate, per gli uomini, la muscolatura e lo slancio del cane si sposa con un certo tipo di persona che intende esibire e comunicare forza. Per questo si sceglie un cane che nelle aree cani si distingue per la sua taglia e il suo fisico. Si gioca sulle rappresentazioni, sebbene ogni cane si comporta soprattutto sulla base dell’educazione ricevuta.

I proprietari scelgono anche la razza del loro cane per sfoggiare il proprio status. Già nelle mostre canine, il cane era ragione di vanto e di competizione tra umani. In queste pratiche emergeva la volontà dei padroni di sfoggiare il dominio sul proprio animale (Tuan, 1984).

Come mi diceva una proprietaria: “osservando i cani si intravede un’idea del padrone”. I padroni comunicano un tipo di lifestyle immaginato. È così che, come raccontato nell’intervista ad una delle educatrici, un uomo sulla trentina di bell’aspetto, posato ed elegante ha pensato di ravvivare la sua immagine con un bracco ungherese di una fisicità agile ed elegante al suo pari. Ha scelto un cucciolo senza orecchie storte o qualunque altra deformazione fisica al di fuori di precisi canoni e lo ha fatto crescere curando la sua stessa immagine.

L’esempio evidenzia la tentazione di considerare i propri pets come dei simulacri, degli oggetti perfetti, ma senza vita propria (Tuan, 1984; Baudrillard, 1972). Tuttavia, il *pet* a differenza dell’oggetto ha un ritmo biologico e bisogni affettivi che devono essere seguiti al di là del volere dell’umano. Inoltre, l’essere cosciente impone un grado di imprevedibilità, che rende il cane meno perfetto di un oggetto inanimato (Tuan, 1984).

³ Per zarro si intende una definizione che ho trovato coerente anche con il senso comune che circola su questa parola, che resta comunque imprecisa e condivido in parte: Giovane di bassa estrazione sociale e dai modi rozzi, che ostenta goffamente un modo di vestire appariscente e alla moda: http://www.grandidizionari.it/Dizionario_Italiano/parola/Z/zarro.aspx?query=zarro. Il Golden Retriever, come descritto sull’enciclopedia del sito di Royal canin, ha tutte le qualità per giustificare la sua notorietà mondiale: amabile ed affettuoso, ha una dolcezza proverbiale che spiega il suo successo come cane da famiglia. Vedi sito: <http://royalcanin.it/enciclopedia/razza/golden-retriever/12077>

L'imposizione di questa immagine desiderata va a scontrarsi con la realtà di un essere "animato" rischiando di stressare sia il cane sia il padrone, come poi è avvenuto in questo caso, quando il secondo si è rivolto all'educatrice di cani intervistata.

Per comprendere il rapporto tra dominio e affetto tra cani e proprietari bisogna considerare anche che la domesticazione ha portato ad una progressiva e più totale dipendenza. Perkins Gilman sostiene che con il suo l'arrivo in città, il cane diviene sempre più un peso dovendo essere incatenato e imbavagliato per potere accedere agli spazi della vita quotidiana (Perkins Gilman, 1911). La domesticazione del cane impone un rapporto ambivalente facendo paradossalmente sentire i padroni di cani come 'schiavi', dovendo stare alle dipendenze dei loro tempi biologici, raccogliere le loro feci, nutrirli e persino imbellettarli, lavarli, pettinarli. Da un lato emerge un alto livello di intimità e di affetto, è innegabile la devozione dei padroni per i propri cani, dall'altro, emerge la dipendenza a cui il cane è sottoposto in questo rapporto volto al soddisfacimento individuale del proprietario.

Ci sono anche pratiche eccezionali o meno frequenti, come le vaccinazioni, le gare di esposizione canine e le pratiche ordinarie, oltre agli obblighi quotidiani che si ripetono giorno dopo giorno, riproducendo di volta in volta gesti abitudinari attraverso i quali si può decifrare la costruzione del senso intorno ai cani da parte dei proprietari. A caratterizzare tali situazioni è il contesto nel quale le pratiche sono routinizzate individualmente, come spazzolare il cane appena fuori casa, scegliere il posto della cuccia, il parco per il passeggio, ecc.

La cura del proprio cane diventa un impegno quotidiano che va oltre le pratiche meccaniche precedentemente descritte. Include, infatti, un'attenzione alle emozioni e alle dinamiche relazionali che si sviluppano tra umani e cani. In questo senso, cani e umani sono reciprocamente *caregivers*, poiché i cani contribuiscono emotivamente e relazionalmente alla vita degli esseri umani, come compagni di specie (Haraway, 2003). La cura per il proprio animale, così come il senso di responsabilità dei proprietari nei confronti dei loro animali, varia notevolmente (Gruen, 2021). Nella ricerca, ho osservato questo aspetto, spesso sottolineato negli studi sulle *human-animal relations*, attraverso i modi in cui i proprietari si identificano nel proprio cane. Durante l'intervista, l'educatrice mi ha raccontato del bisogno di un cliente di avere il suo braccio ungherese elegante e in buona forma, proprio come lui. Questo episodio sottolinea una certa tendenza del proprietario a sopravvalutare gli aspetti estetici del cane, valori che richiamano quelli del collezionismo, come descritto nel paragrafo precedente (Baudrillard, 1972). Una ragazza intervistata sostiene di non identificarsi con il proprio cane, ma che lo "stile di reazione", ovvero i modi di fare del suo cane, sono più simili a quelli del fratello. I proprietari tendono ad associare al proprio cane una personalità umana, come un'altra proprietaria intervistata che si sente come una ragazza madre del proprio cane/figlio. In questi casi si manifesta "l'identificazione psicologica" nel proprio cane come i galli per i balinesi descritti da Geertz (1998, p. 405).

Dietro al processo di personificazione e identificazione ho riscontrato la tendenza di alcuni soggetti nel ricercare nel proprio cane qualcosa o qualcuno che li completasse. Nei casi di successo, di chi aveva un rapporto apparentemente armonico, un buon cane permetterebbe ai padroni di riscoprirsi nel proprio status, nelle proprie capacità sociali e individuali. Una signora di bassa statura con al guinzaglio tre mastini si considerava come una piccola domatrice di draghi. La stessa situazione può essere letta in un altro modo, la ricerca di completamento non va a ricercare una propria riscoperta, ma semplicemente un accompagnatore fedele che dà sicurezza personale. A questo proposito, una donna ha sottolineato che la scelta del suo lupo era dettata dalla sicurezza che le conferiva. Questo viene confermato anche da un'altra ragazza, che grazie al suo

canè amstaff ora esce la notte senza preoccupazioni. Sembra quindi che il cane possa diventare un compagno con il quale mettersi a confronto sia in termini di uguaglianza che di differenza, per completarsi.

Per un'educatrice di cani quello che porta alla personificazione degli animali è un bisogno di amore, di attenzione da parte di essi, ma soprattutto di essere amati, in senso individualistico e a volte egoistico. Molti cani con i quali ha riscontrato problemi appartenevano a persone che hanno confidato di essere molto sole. Alla base della loro scelta, sempre secondo l'educatrice, c'è più esigenza di ricevere che di dare, perché attraverso i cani si ottiene piacere, sia per quello che danno senza chiedere sia perché "abbattono le barriere con gli umani".

A volte, tuttavia, i cani, pur opponendosi a certe aspettative, possono assumere un comportamento ostile, come ampiamente mostrato da Colling (2020), che offre una panoramica delle forme di resistenza animale agli ordini umani nel contesto del capitalismo, dell'addomesticamento e della colonizzazione. Nel caso della signora con i mastini che si era rivolta all'educatrice, i cani negli anni si sono stancati di essere sfoggiati per avere in cambio attenzione dagli altri e per questo sono diventati violenti. C'è una componente egoistica che ritengo accompagni tutte queste dinamiche, che giustificano la strumentalizzazione del proprio cane, anche se inconsapevolmente. È una tendenza nel concepire la socialità con le persone in forme autoreferenziali, di riconferma di sé, o per comunicare uno status, come 'la domatrice di draghi' e il proprietario del bracco ungherese citati prima.

In certe situazioni i padroni sviluppano un'empatia con il proprio cane che permette loro di comprendere meglio anche se stessi. Parlando con Sara, un'altra proprietaria, tra il suo amico Toni e il suo bulldog Mario c'è una vera e propria identificazione. Toni ritiene di condividere con il proprio cane il pregio di avere una "grande capacità di sopportazione", allo stesso tempo anche lei si identifica con Nala, la sua rottweiler, con la quale condivide la capacità nei momenti di difficoltà di prendere le situazioni di petto e il carattere forte, che le garantisce allo stesso tempo sicurezza.

In questi casi si intravede un rapporto tra cani e umani dove la dialettica tra dominio e affetto non si esprime necessariamente in termini di abuso del potere, così come in altri contesti dove il rapporto è tra insegnante e alunno o tra genitore e figlio (Tuan, 1984). Portando diverse argomentazioni a riguardo, Sara afferma che il cane è veramente "lo specchio dell'uomo", intendendo un profondo livello di intimità e affetto che caratterizza il loro rapporto. La sua esperienza pregressa con un doberman è stata molto difficile poiché la condizione emotiva di quegli anni era molto più precaria rispetto ad oggi. Successivamente la possibilità di crescere il suo rottweiler ha permesso di plasmare la sua personalità sul cane e viceversa. Ammette di creare una sorta di personificazione con Nala, dice che la scelta del sesso è stata determinata dalla sensazione di sicurezza che le dava crescere una femmina, idealizzata come "l'amica forte che ti protegge nei momenti di difficoltà". Tuttavia, nelle pratiche quotidiane non ragiona su modelli comportamentali tipicamente umani, tende invece a ricercare un'empatia nei confronti di Nala. Sara ha un gruppo di amici che condividono lo stesso tipo di rapporto col cane. Non frequenta persone che scelgono il proprio cane per completarsi, ma ritiene che chi prende un cane per completare un bisogno di comunicazione con gli altri, spesso non è un buon padrone.

Il paragrafo ci ha fornito delle chiavi di lettura per comprendere il complesso rapporto tra cani e umani, attraverso l'approfondimento della scelta del cane di razza e di come i proprietari si identifichino nel proprio cane. Molti esempi riportati esplorano la dicotomia tra dominio e affetto, con geometrie variabili: a volte trattano i propri cani quasi come oggetti, altre volte come compagni di specie, sviluppando empatia e

riconoscimento reciproco. Il prossimo paragrafo approfondisce come i meccanismi di antropomorfizzazione del proprio cane permettano di comprendere le rappresentazioni popolari e di senso comune. I cani diventano così un mezzo per riflettere sugli esseri umani che li possiedono

4 Dal cane, all'umano e ritorno: rappresentazioni di genere nell'area cani

Il rapporto tra cani e proprietari, che emerge dalla mia etnografia, presenta analogie con la relazione tra i balinesi e i loro galli nel già citato studio di Geertz. Dai discorsi che circolano nelle aree cani, risulta che non solo il padrone si identifica con il proprio cane, ma tende anche a trasporre modelli comportamentali umani per descriverlo. In questo modo si sviluppa un gioco delle rappresentazioni, in cui il proprietario attinge ai riferimenti della cultura popolare, situati nel contesto specifico. Con trasposizione si intende che avviene una rappresentazione del carattere e delle pratiche canine, le quali vengono spesso classificate in modo stereotipato e per genere. A differenza del gallo di Geertz, che è esclusivamente un maschio o un "pene distaccabile" (1998, p. 405), il cane non è solo maschio, ma anche femmina, e viene descritto attraverso diversi stereotipi comportamentali umani. Nelle conversazioni ascoltate nell'area cani si riteneva scontato o prevedibile che un bulldog cercasse costantemente di farsi accarezzare in quanto ruffiana o un'amstaff risultasse smorfiosa, proprio perché femmine. In una conversazione con la mia amica proprietaria di un'amstaff, è emersa una tendenza a generalizzare azioni compiute dai cani sulla base del loro sesso. Non si tratta di capire ora se il mondo dell'area cani sia sessista, ma di osservare come gli umani utilizzino un modello comportamentale trasposto ai cani per spiegarne i comportamenti e che queste rappresentazioni sono stereotipi della cultura popolare. Quando il cane di Lisa ha rifiutato le attenzioni che un cane maschio le stava porgendo allontanandolo, è seguito un commento del padrone del cane maschio volto a sottolineare che tutte le donne facessero come lei. Non mi stupirei che nel caso in cui il cane avesse avuto un rapporto con la cagna sarebbe diventato un latin lover, come è stato raccontato in altre situazioni. Un caposaldo tra le rappresentazioni sui propri cani è il seguente: le cagne sono gelose e i cani vogliono dominare sugli altri cani, più precisamente i maschi vogliono dominare perché in competizione e le femmine fanno lo stesso, ma per gelosia. Una ragazza mi raccontava persino di come tra lei e suo fratello si fossero spontaneamente divisi i compiti con il proprio cane: "io sono la parte affettiva del mio cane, lui quella del lavoro, fai questo, fai quello, seduto, in piedi ecc.". Come se provare emozioni fosse dominio femminile e lavorare dominio maschile. Come sosteneva un'educatrice, si tende a credere che esistano i cani alpha o la trasposizione dell'umano, l'uomo alpha, che deve distinguersi dal resto del branco e così nell'area cani. Tutti questi discorsi si riadattano di volta in volta per trovare un senso di quanto accade.

Nei discorsi ripetuti nelle aree cani quello sulla monta è tra i più interessanti per comprendere come gli umani rappresentano il comportamento dei propri cani. Come mi spiegava un'educatrice, la monta non è un comportamento sessuale per forza, ma di gioco e di controllo della situazione. Quando avviene nelle aree cani ci sono spesso commenti in riferimento al sesso e se a "dominare" sarà il maschio non mancheranno commenti sulla sua "conquista".

Si tratta di un dato per scontato che spesso quando lo si fa notare nelle conversazioni imbarazza. Ma effettivamente, la maggior parte dei proprietari con cui mi sono

confrontato creano senso intorno alle azioni del proprio cane, considerandolo come un umano, capace per esempio, di innamorarsi. Ho notato una specie di ostinazione nella trasposizione dei modelli comportamentali umani; una intervistata, ad esempio, era disposta a fare ragionamenti molto complessi purché quadrassero in termini di prescrizione di genere, lo faceva per difendere i comportamenti del suo cane parlando di seduzione, riproducendo un'idea di flirt stereotipata nel quale i cani sono quelli che flirtano e le cagne sempre quelle che attraggono attenzione. Quando poi mi ha raccontato di un caso in cui è stata la sua cagna ad avvicinarsi per prima, si è giustificata sostenendo l'innamoramento del suo cane.

Perché la trasposizione è così importante? Perché come tutte le rappresentazioni popolari, come i libri di etichetta, ci permettono di consolidare una serie di prescrizioni per i modelli di uomo e di donna (Goffman, 2007, p. 78). Rappresentazioni esagerate sui modelli di genere che restano sul fondo, nel senso comune e si saldano silenziosamente all'interno degli schemi mentali che molte persone danno per scontato o considerano innocue. Tuttavia, queste rappresentazioni hanno valore e si riproducono, suddividendo piccoli gesti in categorie che vengono applicate indiscriminatamente a tutti gli uomini e le donne. Ho osservato che queste prescrizioni vengono fatte valere e diffuse con estrema facilità anche nell'area cani, quando i proprietari descrivono i propri cani come creature più animalesche. In altre parole, come per l'espressione "vita da cani", i loro comportamenti sono volti a soddisfare i propri bisogni immediati, viscerali, come giocare ed accoppiarsi, cose che gli stessi padroni potrebbero volere soddisfare altrettanto, ma non possono vista la complessità delle relazioni umane. Questo aspetto fa emergere una rappresentazione dei cani che in realtà non si allontana da quella sui galli di Geertz. I balinesi si identificavano nel proprio gallo senza risolvere mai l'ambivalenza tra l'esaltazione della personalità del loro possessore, l'ego narcisistico e in opposizione, "l'animalità", intesa negativamente e ragione per "la repulsione balinese per qualunque comportamento considerato animalesco" (1998, p. 408). Dalle riflessioni sul campo, l'esaltazione della personalità nel rapporto tra cani e padroni è verificabile, l'animalità non è invece un tabù, anzi, per loro i cani assumono comportamenti che seppure animaleschi risultano quasi liberatori e giustificati proprio perché sono cani. È come se alcuni proprietari di cani distinguessero dicotomicamente la cultura dalla natura, associando a sé stessi una posizione superiore di "eccezionalismo umano", nella gerarchia delle specie (Gillespie & Collard, 2015, p. 13). Questo eccezionalismo, per dirla con Elias, consente di appartenere alla società civilizzata, ma a costo di un prezzo: l'autocontrollo, che si traduce nella repressione degli istinti "animaleschi", istinti che i cani, invece, conservano (1983, p. 303). In questo senso, l'animalità del cane non è un tabù, come lo è per gli allevatori di galli da combattimento descritti da Geertz. Se da un lato questo concetto di animalità viene formalmente deprecata, dall'altro come nel racconto di una proprietaria intervistata diviene ragione d'orgoglio per quei proprietari che vedono il proprio cane cacciato dall'area cani perché troppo aggressivo, come se in fin dei conti si fosse sfogato di queste norme e tabù fisiche e sessuali che, tutto sommato, 'a volte sono troppo'.

In questo senso la rappresentazione che i padroni fanno dei propri cani mostra un rapporto ambiguo con il processo di civilizzazione. Il cane richiama all'animalesco come un rifiuto dell'autocontrollo imposto dalla società contemporanea, che tuttavia implica questioni problematiche di genere tra uomo e donna.

Per riassumere, il rapporto tra cani e padroni va riconsiderato nel mondo degli stereotipi che spazia tra il consapevole e l'inconsapevole. In primo luogo, il rapporto sempre più intimo con i cani scelti sulla base della propria personalità ha evidenziato meccanismi di identificazione psicologica e sociale, a volte per completamento, a volte

in una sorta di trasposizione e riscoperta della propria persona attraverso il proprio cane. In secondo luogo, è evidente un meccanismo di trasposizione dei modelli comportamentali umani per comprendere il proprio cane che attinge a stereotipi di genere dati per scontati.

5 Conclusioni

Il legame tra cani di razza e umani è un fenomeno complesso dove si intrecciano dinamiche di potere e di affetto. La domesticazione ha portato alla creazione di una vasta gamma di razze canine, ciascuna con caratteristiche uniche, plasmate per rispondere ai bisogni e alle preferenze umane. Il *pet* oggi rappresenta l'evoluzione di questo rapporto, da un lato sempre più intimo, dall'altro sempre più di dipendenza del cane nei confronti dell'umano (Tuan, 1984).

L'articolo contribuisce non solo al dibattito scientifico sulle *animal geographies*, ma anche alla comprensione delle trasformazioni sociali e culturali nelle relazioni tra umani e animali che presentano delle ricadute su temi più ampi.

Attraverso la ricerca etnografica condotta in aree cani cittadine, ho indagato come gli umani costruiscono significati e negoziano le proprie rappresentazioni sociali attraverso le loro interazioni. Il primo aspetto peculiare che emerso dalla ricerca etnografica è la tendenza a proiettare sui cani tratti la propria personalità e a identificarvisi. Dai racconti dei proprietari, i cani divengono l'estensione del proprio padrone, proprio per questa nuova intimità che caratterizza il loro rapporto e per il bisogno di comunicare, e di sentirsi al sicuro.

Il secondo aspetto/tema emerso dall'etnografia condotta è come le rappresentazioni sociali giocano un ruolo fondamentale nel plasmare un discorso che parte dal rapporto con i propri cani e finisce nel riprodurre stereotipi di senso comune, come per quelli di genere, che tuttavia, nel contesto dell'area cani circola in maniera apparentemente innocua, seppure emblematica.

La selezione, la socializzazione e le rappresentazioni dei propri cani e quelli altrui sono profondamente intrecciati con rappresentazioni di genere e di status. Da questo punto di vista, l'area cani diviene un luogo privilegiato dove osservare discorsi della cultura popolare a partire dal rapporto tra cani e proprietari.

Riferimenti bibliografici

- Arluke, A., & Sanders, C. (1996). *Regarding animals*. Philadelphia: Temple University Press.
- Baudrillard, J. (1972). *Il sistema degli oggetti*, Milano: Bompiani Giunti Editore.
- Buller, H. (2016). Animal geographies III: ethics. *Progress in Human Geography*, 40(3), 422-430.
- Brown, W. (2015). *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution*. Cambridge: MIT Press.
- Colombino, A., & Bruckner, H. K. (Eds.) (2023). *Methods in human-animal studies: Engaging with animals through the social sciences*. Taylor & Francis.
- Colling, S. (2020). *Animal resistance in the global capitalist era*. East Lansing: MSU Press.

- Daston, L., & Mitman, G. (2005). *Thinking with animals: new perspectives on anthropomorphism*. New York: Columbia University Press.
- dell'Agnesse, E. (2021). *Ecocritical Geopolitics: Popular culture and environmental discourse*. London: Routledge.
- Despret, V. (2008). The becomings of subjectivity in animal worlds. *Subjectivity*, 23, 123-139.
- Edensor, T. (2008). Walking through ruins. In T. Ingold, & J. L. Vergunst (Eds.), *Ways of walking: Ethnography and practice on foot* (pp. 123–141). Ashgate: Surrey & Burlington.
- Elias, N. (1983). *Potere e civiltà* (trans: Panzieri, G.). Bologna: Il Mulino.
- Fletcher, T., & Platt, L. (2018). (Just) a walk with the dog? Animal geographies and negotiating walking spaces. *Social & Cultural Geography*, 19(2), 211-229.
- Geertz, C. (1998). Il gioco profondo: note sul combattimento di galli a Bali, In: C. Geertz (Ed.) *Interpretazione di culture*, (pp. 279-313)- Bologna: Il Mulino.
- Goffman, E. (2007). *L'ordine dell'interazione*. Roma: Armando editore.
- Gruen, L. (2021). *Ethics and animals: An introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haraway, D. (2003). *Compagni di specie, Affinità e diversità tra esseri umani e cani*. Milano: Sansoni.
- Haraway, D. (2019). *Chthulucene, Sopravvivere in un Pianeta Infetto*. Roma: Nero Editions.
- Hovorka, A. J. (2017). Geographies of animals: Embodied entanglements, human-animal relationships, and spaces of care. *Progress in Human Geography*, 41(3), 382-394.
- Gillespie, K., & Collard, R. C. (2015). *Critical animal geographies*. London and New York: Routledge.
- Graham, T. M., & Glover, T. D. (2014). On the fence: Dog parks in the (un) leashing of community and social capital. *Leisure Sciences*, 36(3), 217-234.
- Grier, K.C. (2006). *Pets in America: A History*. Chapel Hill: The University of Carolina Press.
- J Nast, H. (2006). Critical pet studies?. *Antipode*, 38(5), 894.
- Parkinson, C. (2019). *Animals, anthropomorphism and mediated encounters*. London: Routledge.
- Perkins Gilman C. (1911). On Dogs. In C. Perkins Gilman (Ed.), *The Forerunner 2* (pp. 180-183). New York: The Charlton Company.
- Philol, C. (1995). Animals, geography, and the city: Notes on inclusions and exclusions. *Environment and planning D: Society and space*, 13(6), 655-681.
- Power, E. (2008). Furry families: making a human–dog family through home. *Social & Cultural Geography*, 9(5), 535-555.
- Servais, V. (2018). Anthropomorphism in human–animal interactions: A pragmatist view. *Frontiers in psychology*, 9, 2590.
- Tomasello, M. (2005). *Le origini culturali della cognizione umana*. Bologna: Il Mulino.
- Veblen, T. (2011). *Il consumo vistoso*, Bologna: Archetipo Libri.
- Tuan, Y. (1984). *Dominance & Affection: The Making of Pets*. New Haven: Yale University Press.
- Wells, H.G. (1928). Popular Feeling and the Advancement of Science: Anti-Vivisection. In H.G. Wells (Ed.) *The Way the World is Going: Guesses and Forecasts of the Years Ahead* (pp. 223-231), London: Ernest Benn Limited.
- Whatmore, S. (2002). *Hybrid geographies: natures cultures spaces*. London: Sage.