

VISTO, SI CESTINI

Corriere della Sera, La Repubblica, La Stampa: nessuno ha voluto mettere in pagina l'annuncio pubblicitario dei vegani. Questione di prezzo? No...

Qualche volta, molto di rado, i temi e le immagini della vivisezione riescono a sfondare le casematte dei giornali nazionali e arrivano anche alla casalinga di Busto Arsizio, che magari può cominciare a ragionarci sopra.

E' successo con Henry Spira e la sua pubblicità contro la Revlon (vedi articolo a pagina 10). E' successo con la Direttiva europea approvata a Strasburgo l'autunno scorso.

Ma le foto dei mattatoi e il resoconto di quanto vi accade, quelli no: non ce la fanno mai. E i milioni di pulcini che tutti i giorni scivolano lungo i grandi tobogan per finire arrostiti sulle piastre elettrificate e poi triturati (molti di loro ancora vivi) e le galline ovaiole con le luci accese ventiquattr'ore al giorno e private del becco perché non si amputino e muoiano prima del tempo e i maiali che gridano la loro disperazione senza riuscire a muoversi, insomma la "materia prima" dell'immensa fabbrica globalizzata che trasforma gli animali vivi in carne da mangiare - uno dei settori economici più ricchi e po-

tenti del mondo -, per loro non c'è niente da fare: la regola dei grandi mezzi di informazione, di destra di centro e di sinistra, è che quello che *per davvero* ci mettiamo nel piatto, e come ci arriva, non tocca a loro raccontarcelo. Se poi qualcuno - dall'esterno - ci prova, scommettiamo che non ce la fa?

Un anno fa, l'associazione antispesista **Campagne per gli animali**, raccolti i fondi necessari con una colletta su Facebook, chiese ai principali quotidiani italiani di acquistare uno spazio pubblicitario per pubblicare l'annuncio-protesta intitolato "Allevato in Italia" che vedete qui sotto a sinistra: una confezione da supermercato con dentro un bambolotto di plastica fatto a pezzi, pezzi di finta carne a simulare quella vera che ogni giorno milioni di persone si mettono nel piatto.

Se non vi ricordate di averlo visto, un motivo c'è: nessuno l'ha mai pubblicato. "E' troppo forte" hanno decretato all'unanimità tre grandi concessionarie di pubblicità. Su *La Re-*

pubblica, Campagne per gli animali è riuscita a far passare solo un altro messaggio - "Ti guardano tutti negli occhi", qui sotto a destra (ma vi sembra che dica la stessa cosa?). Interpellato, il direttore della *Stampa* ha confermato il giudizio delle concessionarie: "Accade spesso che pubblicità dal contenuto troppo forte vengano rifiutate (...) perché non coerenti con il resto del prodotto". Gli altri direttori non hanno neppure risposto.

Sfogliando il dizionario Treccani si vede che "forte" significa violento, difficile da sopportare, duro, amaro, minaccioso, severo, ingiusto, offensivo: con ogni evidenza, se qualcosa in questa storia può e dev'essere definito "forte", non è il manifesto di **Campagne per gli animali**. E' il violento, duro, amaro, offensivo e difficile da sopportare meccanismo con il quale gli animali del mondo vengono trasformati in cadaveri da mangiare nell'assordante silenzio dei media.

<http://www.campagneperglianimali.org/>

ALLEVATO IN ITALIA



Proviamo ad immaginare un mondo dominato da una specie diversa dalla nostra in grado di ragionare, di sfruttare, di uccidere in modo sistematico ed organizzato. La nostra delicatezza e innocenza dovrebbe porgere alla loro arroganza e violenza. E noi non saremmo che stampe.

Questa è quella che facciamo noi animali umani agli altri animali. Ci vendiamo in diritto di ragionare, sfruttare e uccidere, considerandoci, a torto, una specie superiore. Questa atteggiamento mentale si dice "specismo" e come ogni altra discriminazione, è il seme di tutte le violenze.



TI GUARDANO TUTTI NEGLI OCCHI