

*Tempo di lettura stimato: 6 minuti*



*Riflessioni vegan-militanti del primo dell'anno a cura di [Troglodita Tribe](#).*

I vegan aumentano, si sa, e con loro, ovviamente, aumentano anche i prodotti vegan. Li trovi sempre più facilmente, soprattutto nei supermercati. E questo fatto genera una strana effervescenza, un'assurda soddisfazione da stadio che incontri postata ininterrottamente nei social network. Ci si passa parola pubblicizzando il tal supermercato che, finalmente, vende la maionese o la cotoletta vegana. Il tutto corredato da foto del prodotto con tanto di consiglio per l'acquisto... Da leccarsi i baffi! Una mega-vegan agenzia pubblicitaria!

Il prodotto vegano, per molti, è diventato l'obbiettivo centrale, il fine ultimo.

Dalla lotta per la Liberazione Animale, che era lo scopo del veganismo, si è passati alla riduzione a dieta alimentare consumista di questa magnifica opportunità di cambiamento. L'operazione è semplice quanto il ragionamento che la sostiene. Nulla deve essere cambiato, tutto può rimanere esattamente al suo posto, basta che venga veganizzato. Salsicce, bistecche, polpette... Tutto può diventare vegan. Basta sostituire qualche ingrediente e il gioco è fatto: abbiamo vinto!

Si tratta, appunto, di una visione superficiale che rinuncia in partenza a comprendere le motivazioni dell'oppressione animale, le motivazioni che spingono sette miliardi di Umani ad accettare come normale amministrazione settanta miliardi di Animali massacrati all'anno. Una visione superficiale che si limita a immaginare che, in fondo, basta cambiare qualche ingrediente, basta effettuare qualche piccola sostituzione per risolvere un problema millenario, per cambiare una società che si fonda sul dominio del vivente da migliaia di anni. Una visione superficiale che porta ad auto convincersi di quanto siano tutti così stupidi e cattivi perché, in fondo, basterebbe diventare vegan per avere un pianeta pulito e per essere tutti in salute. Possibile che nessuno ci abbia pensato prima? Possibile che la gente sia così stupida da non cambiare questi benedetti ingredienti, e subito?

Mantenere una visione superficiale di ciò che ci accade intorno è funzionale ed essenziale per il mantenimento dello status quo. Ma non è solo questo il punto, perché qualunque forma di ribellione, qualunque pratica che tenda al cambiamento, quando comincia a diffondersi e ad essere seguita e considerata, viene irrimediabilmente ribaltata, normalizzata, ricondotta sulla retta via dello spettacolo consumista che la nostra civiltà fondata sul dominio trasmette ininterrottamente in mondovisione. E' una dinamica nota (ce ne fornisce un esempio la chiesa che, invece di cancellare i templi pagani, li trasformò in abbazie e cattedrali, invece di abolirne le feste se ne appropriò ribaltandone il significato e usandole in relazione alle sue esigenze), una trappola conosciuta, ma nonostante questo, il "popolo vegano" ci è caduto inesorabilmente dentro.

L'aumento dei prodotti, dei ristoranti, degli aperitivi vegani... coincide inesorabilmente con il riconoscimento da parte del mercato di una nuova richiesta da far fruttare. Molti vegani, dal canto loro, vedono in questo riconoscimento un traguardo. Finalmente ci considerano, finalmente contiamo qualcosa, finalmente abbiamo un'identità, finalmente qualcosa sta

cambiando.

In una società fondata sull'acquisto, invece, tutto questo è normale.

Una società fondata sull'acquisto si basa proprio sul riconoscimento di tutti i bisogni, i prodotti, le idee e i pensieri disponibili che devono essere resi merce, che devono essere venduti.

La filosofia della società-supermercato si fonda sulla concorrenza (sempre più monopolio di pochi giganti) di tutte queste merci che la ingrassano nella famosa e pluricitata crescita infinita. La filosofia della società-supermercato non ha paura di niente, nulla può intaccarla perché è in grado di trasformare tutto tritandolo a suo uso e consumo.

L'idea di veganizzare l'intera società-supermercato immettendo prodotti vegan è talmente ridicola che non andrebbe neppure presa in considerazione, ma siccome è proprio questa l'illusione su cui si fonda l'entusiasmo e la superficialità del nuovo vegan-consumista, cercheremo di farlo ugualmente.

L'idea è più o meno questa: sono contento che il fast-food offra anche un panino vegan perché lo vedo come un primo passo verso un mondo con fast-food completamente vegani. E non solo fast-food, ma anche supermercati completamente vegani e anche ristoranti, alberghi, etc.

L'errore di fondo rispetto a questo ragionamento è semplice: noi possiamo avere i fast-food, possiamo avere i supermercati che offrono milioni di diversi prodotti confezionati che vengono da ogni parte del mondo, noi possiamo avere tutta questa finta ricchezza, questo finto benessere, possiamo avere di tutto e di più perché siamo direttamente coinvolti in un modello di produzione antropocentrico fondato sul dominio e sulla distruzione globale. Un modello che si basa sulla crescita infinita. Per crescere all'infinito bisogna impossessarsi di tutto il territorio, di tutte le risorse, occorre dominare, addomesticare, mercificare, piegare e trasformare tutto in relazione alle nostre esigenze.

Il fatto che più o meno da ventimila anni (alcuni sostengono con il passaggio dal nomadismo alla stanzialità) noi Umani diamo per scontato che questo pianeta è solo un contenitore da depredare, il fatto che consideriamo tutti gli altri suoi abitanti come degli schiavi o dei prodotti da smembrare e incellophanare, non è dovuto a ignoranza o a mancanza di

informazione. E non è neppure dovuto a una cattiveria intrinseca che ci segna irrimediabilmente sin dall'alba dei tempi. Più verosimilmente, facciamo questo, perché solo così possiamo tenere in piedi questo modello di produzione, questo sistema di sviluppo. E si tratta di un modello di produzione che è andato affinandosi e perfezionandosi per secoli. Si tratta di una macchina che funziona triturando e ribaltando e mercificando ogni pulsione, ogni tentativo di cambiamento. Una macchina che continuerà a funzionare anche dopo la nostra morte. Una macchina che si muove anche attraverso i miti, i riti, i simboli. Una macchina che viene alimentata anche attraverso il nostro modo di lavorare, di parlare, di discriminare, di considerare il diverso e l'altro da sé. Una macchina globalmente interconnessa dove il lavoro di chi coltiva patate è finanziato e controllato da chi sfrutta Animali, da chi avvelena e depreda.

Risulterà evidente anche al più consumista dei vegani che l'unica concreta speranza di "liberare tutti gli Animali", di "veganizzare il mondo" risiede inevitabilmente nell'abbandono di questo modello di sviluppo. Perché è proprio questo modello di sviluppo che crea l'indispensabile necessità dell'oppressione animale, che ha creato e continua a rafforzare la mentalità specista e antropocentrica che consente di accettarla e di giustificarla, di considerarla normale routine quotidiana.

Questo modello di sviluppo nutre inevitabilmente le nostre fantasie e i nostri immaginari, muove e condiziona altrettanto inevitabilmente il nostro modo di rapportarci con il mondo, i nostri tentativi di mutare i nefasti sviluppi che lo contraddistinguono sempre di più.

Anche nell'ipotetico e decisamente improbabile caso in cui la gran maggioranza di noi Umani scegliesse l'alimentazione vegan (con conseguenti supermercati vegan, fast-food vegan etc.) l'oppressione animale resterebbe più o meno inalterata. Il territorio e le risorse dovrebbero restare comunque nelle nostre mani, sotto quel rigido controllo che si chiama potere, manipolazione, addomesticamento.

Nessuno può veramente immaginare un mondo in cui il concetto di Liberazione Animale trovi una sua completa realizzazione. Ma una cosa è certa: anche un suo timido abbozzo può solo coincidere con un considerevole arretramento del nostro modello di sviluppo, dei nostri consumi, della nostra folle espansione e del dittatoriale controllo che esercitiamo sugli individui e su ogni singolo ettaro di cui è composto questo meraviglioso pianeta.

Tutto ciò che questo modello di sviluppo (basato sul pensiero unico della produzione, sulla religione del lavoro) può offrirci, è di farne allegramente parte. Da questo modello di sviluppo è naturalmente escluso il concetto di lotta contro un'ingiustizia, il concetto di attivismo per un cambiamento sociale, il concetto di impegno politico nel senso di impegno collettivo per il bene comune. I prodotti vegani, al massimo, potranno convivere con tutti gli altri prodotti animali. Ed è proprio qui che si nota il forte arretramento che il consumismo vegan sta determinando.

In altre parole sta passando il concetto di un veganismo come stile di vita che può tranquillamente convivere con tutti gli altri, proprio come un panino al salame può tranquillamente convivere nella stessa vetrina con un panino al tofu e insalata.

Ma il consumismo vegan, comunque, non è una malattia incurabile e chi ne è affetto non può neanche diventare il nuovo bersaglio contro cui scagliarsi, a cui scaricare le responsabilità maggiori per i problemi di un movimento che tenta di muoversi verso la Liberazione Animale.

Occorre, infatti, considerare che tutti e tutte siamo coinvolti (in misura certamente differente) in questo modello di sviluppo e che, tutti e tutte, ne siamo fortemente condizionati.

In un mondo fondato sul consumismo è drammaticamente facile e immediato, quasi inevitabile e spontaneo, dare una risposta consumista, pensando pure di ribellarsi, credendo pure di aver intrapreso la giusta via verso la liberazione, abbandonandosi pure ad un vuoto ottimismo addomesticato da spot pubblicitario. Molto più difficile, invece, ammettere di essere parte integrante dello sfruttamento e dell'oppressione, pur diventando vegan.

L'antidoto è certamente quello dell'approfondimento, dell'autoproduzione, della vegan-decrescita, dello sguardo critico, del continuo confronto, dell'ampliamento degli orizzonti che non possono più limitarsi ad una dieta alimentare, ad uno scambio di ricette, ad un attivismo fondato sulla nocività dei prodotti animali. Vegan è certamente un passo indispensabile, ma forse possiamo farlo e diffonderlo smettendo di essere una vegan-agenzia pubblicitaria che lavora per questo modello di sviluppo, forse possiamo davvero costruire dal basso nuove dinamiche che ci consentano di cambiare un intero immaginario, che ci consentano di visualizzare un altro modo di considerarci e definirci Umani, e quindi Animali.

Panino al salame cerca panino vegan per convivenza serena

394

condivisioni

Facebook Twitter Newsletter

Link breve di questa pagina: <http://www.veganzetta.org/xq7LR>