

Tempo di lettura stimato: 4 minuti

HYPOCRISY in world farming



La macchina mediatica di CIWF continua a macinare informazioni false e fuorvianti, spacciando per animalista ciò che in realtà è esattamente il contrario, nel chiaro intento di confondere e corrompere chi superficialmente non valuta per ciò che è - come dovrebbe essere fatto - il messaggio proposto. Earth Riot propone un altro articolo sulla questione: repetiva iuvant.

Fonte: <http://earthriot.altervista.org/blog/2836-2/>

Apri la bocca, chiudi gli occhi... voltati mentre li uccidiamo!

Manca solo quest'ultima parte al video promosso dall'associazione Compassion in World Farming Italia in merito alla campagna "Non nel mio piatto" lanciata di recente e mirata a sensibilizzare il consumatore sulle condizioni degli animali negli allevamenti intensivi attraverso un lavoro di ipocrisia e la strumentalizzazione di termini privati di ogni significato e valore, come "sostenibilità" e "benessere animale".

L'associazione C.I.W.F., fondata nel 1967 da un allevatore di mucche da latte, è nata al preciso scopo di dare la possibilità agli allevatori di autoregolarsi senza dover dare

spiegazioni sulle tecniche impiegate negli allevamenti animali.

In questi ultimi anni C.I.W.F. sta conducendo un lavoro di disinformazione, promuovendo concetti quali “carne felice” o “benessere animale” nel tentativo di far credere al consumatore che queste siano pratiche realmente a favore della libertà e della vita degli animali.

Ma in realtà si tratta solamente dell’ennesimo organo volto a certificare e tutelare gli interessi di chi produce a discapito di chi diventa prodotto, alimentando quel meccanismo che nasconde al consumatore la verità sulla produzione di carne e derivati animali.

Un aspetto confermato dalla lista delle aziende premiate tra le quali compaiono nomi illustri come Amadori, Cremonini, Barilla, Coca Cola, McDonald’s, KFC, Burger King e molti altri, che dello sfruttamento animale, ambientale e sociale hanno fatto il loro personale marchio di fabbrica.

Sulla [pagina del sito di Compassion in World Farming Italia](#), dedicata alla campagna “Non nel mio piatto”, viene utilizzato un approccio e terminologie che si accostano molto a quelle utilizzate da chi lotta per la liberazione animale, quasi volessero convincere gli stessi attivisti a unirsi a ciò che loro identificano come “movimento”.

Per convincere il lettore a unirsi alla loro campagna utilizzano strategicamente le stesse motivazioni sulle quali l’attivista antispecista punta il riflettore da decenni: deforestazione, impatto ambientale, fame nel mondo, aggiungendovi la salute del consumatore.

La campagna e l’associazione C.I.W.F. però non portano avanti un pensiero animalista né tanto meno antispecista, e questo si può facilmente intuire già dalla riga del loro sito quando domandano al consumatore, e forse anche a loro stessi, “sappiamo cosa mangiamo?”.

Un’espressione specista, in quanto identifica l’animale macellato per la produzione di carne e derivati esclusivamente come bene di consumo, i cosiddetti “animali da reddito”, mentre la domanda che tutti dovremmo porci è: “sai chi mangi?”.

Questo approccio è funzionale a rafforzare il concetto di “delega” che porta il consumatore a condurre i propri acquisti senza alcun senso critico, ignorando o volendo ignorare la sofferenza di un animale destinato ad essere ucciso per le tasche dei produttori e la pancia di chi compra.

Sempre sul loro sito si fa leva su come la sofferenza animale sia una catastrofe per noi e per il Pianeta ma non per l’animale stesso, a sottolineare che il solo obiettivo di C.I.W.F. è quello di spostare i consumi di carne e derivati animali dagli allevamenti intensivi a quelli secondo

loro maggiormente sostenibili, ma che comunque prevedono il sacrificio animale, facendo credere al consumatore che esista la “carne felice”.

Spiegare quali siano i reali interessi di questa associazione fondata da allevatori del resto è molto semplice, e possiamo farlo attraverso le parole di Nino Florenzano, una delle persone ad aver collaborato alla realizzazione della campagna, che sul suo profilo Facebook lo scorso 21 gennaio ha risposto a una domanda scrivendo:

“Il problema non è tanto il fatto che finiscano nei nostri piatti, ma le sofferenze inutili cui sono sottoposti in vita”

In sintesi, continuiamo pure a ucciderli per il profitto e il consumismo, ciò che conta è che prima ricevano tante carezze.

Il concetto di “benessere animale” sostenuto e diffuso da C.I.W.F. come da Coop, Amadori, Slow Food etc., è privo di ogni significato e punta solo a salvare una produzione che per queste aziende è vitale, spingendo sul tasto che l’animale è contento di esser macellato se prima ha potuto condurre una vita, nonvita, potendo vedere un po’ di più la luce del sole rispetto a chi viene rinchiuso in un allevamento intensivo.

Ma sempre di schiavitù si tratta, di una nonvita al servizio dell’uomo, privati di ogni soggettività nell’attesa di venire sacrificati.

[Il video realizzato da C.I.W.F. per promuovere la campagna “Non nel mio piatto”](#) non è diverso da un qualsiasi spot pubblicitario, nel quale dichiarano che “nessuno ti mostra la verità degli allevamenti intensivi”, quasi volendo prendersene il merito, ma senza mostrare l’atto dell’uccisione, e ignorando che quella verità è stata svelata ormai da anni grazie alle indagini svolte da molti gruppi animalisti.

Il video poi si chiude con la frase “battiamoci insieme per un’alternativa etica”, e per i guadagni personali di C.I.W.F. aggiungiamo noi, considerando che i primi e unici beneficiari di uno spostamento dei consumi sarebbero loro stessi.

Parlare di “alternativa etica” è sbagliato; è necessario piuttosto sviluppare un pensiero nonviolento che rifiuti la schiavitù e il sacrificio degli animali, alimentando il rispetto verso chi dovrebbe poter vivere il libertà su di un Pianeta che la offre a tutti/e, senza distinzioni di specie.

Il solo concetto di “benessere animale” accettabile è quello che prevede la liberazione degli stessi, un processo che non si può ottenere a piccoli passi perché è a causa di questi piccoli

passi e del “sempre meglio di niente” che ora esistono associazioni come C.I.W.F., che tentano di mischiarsi con l’animalismo e l’antispecismo, svuotando di ogni valore la lotta che molti tentano di condurre.

Solo per il fatto di essere utilizzato da aziende simbolo del capitalismo, del consumismo, dello sfruttamento globalizzato, il concetto di “benessere animale” perde di ogni significato, diventando l’ennesima mossa di marketing volta al non perdere vecchi consumatori e all’accaparramento di nuovi.

Il “benessere animale”, come realmente deve essere concepito, esiste, ma al di fuori dei circuiti appartenenti al dio denaro, e prende la definizione più consona di “liberazione animale”. Quella liberazione animale condotta nel lato pratico da rifugi-santuari, come ad esempio [Agripunk](#) e [Ippoasi](#), che si preoccupano di offrire una seconda vita a chi è stato salvato dal macello, tutelando gli animali non umani in un ambiente protetto per impedire che cadano nuovamente vittime del sistema specista. Nell’attesa di una Terra resa nuovamente libera da cemento, industrie e devastazione, e da quelle forme di dominio e prevaricazione figlie di un pensiero antropocentrico che determina chi è degno di vivere in libertà e chi invece in attesa di essere giustiziato.

Perché il quesito che tutti/e dovrebbero porsi prima o dopo non è cosa mangiamo, e neanche chi mangiamo, ma piuttosto: come vivrebbero gli animali se non fossero schiavi del genere umano?”

Earth Riot (convivenza pacifica)

Link breve di questa pagina: <https://www.veganzetta.org/hiTLL>