

## UNA DOMANDA A... ANNAMARIA MANZONI

Annamaria Manzoni è psicologa e psicoterapeuta, da anni impegnata nello studio e nell'analisi del rapporto uomo-animale, autrice di numerosi saggi (tra gli altri, *Noi abbiamo un sogno. Dall'oppressione alla liberazione degli animali* (Bompiani, 2022), *La cattiva strada* (Sonda, 2014), *Tra cuccioli ci si intende* (Graphe, 2014) e *In direzione contraria* (Sonda, 2009)). Per noi, ha risposto a una domanda:

**Come mai gli adulti crescono i loro bambini circondandoli di effigi di animali ma educandoli poi a consumare gli animali come cibo? Com'è possibile questa "sconnessione"?**

Esiste un grande potenziale nel rapporto biunivoco bambino-animale, facile da cogliere dalla semplice osservazione, anche prescindendo da ogni teorizzazione psicopedagogica. Anche i genitori meno attenti, fin dai primi giorni di vita dei loro figli, tendono a circondarli "in automatico" di figure animali ricamate sui lenzuolini o riprodotte sui giochini appesi sulle culle; si prosegue con universi di figure animali in camerette, asili nido, poster...: tutti richiami al mondo animale che assecondano la tenerezza dei bambini verso cuccioli d'altra specie, la cui presenza appare cablata a profondità insospettite del loro psichismo.

E poi i bambini crescono e i genitori inevitabilmente propongono loro i propri modelli e le abitudini di famiglia, comprese quelle alimentari, quasi sempre basate sul regolare consumo di prodotti di origine animale: lo fanno quasi



inconsapevolmente perché, considerando il mangiar carne non una scelta, ma un comportamento "normale, naturale, necessario e bello" non si ritengono neppure responsabili della decisione. Alcuni vanno oltre: gongolano cioè di parentale orgoglio se il piccolo di casa viene ingaggiato in pubblicità in cui si entusiasma davanti al pollo, al salame, al prosciutto che la mamma amorevole gli presenta, quasi prova tangibile del proprio amore. "Circonvenzione di incapace", credo che potrebbe



essere l'accusa più che sostenibile davanti all'oggettiva incapacità di un bambino a conoscere quale sia la realtà dietro la prelibatezza che è chiamato a pubblicizzare.

Infatti, mentre è più che mai viva l'eco della sua passione per gli

altri animali, ancora incentivata dai familiari, ne è stato reso regolare consumatore quando non inconsapevole supporter del sistema che lo rende possibile. È in atto una dinamica retta da tante forze convergenti, che trova la sua massima recente espressione nel fenomeno noto come il "Paradosso Peppa Pig", vale a dire quello riferito alla maialina che, dalla sua postazione in cartoon, film, vestitini, giocattoli, è divenuta un brand globale, capace di mobilitare somme di denaro stratosferiche insieme a una passione smodata di un pubblico infantile. Tutto bene in questo mondo dove il consumismo regna sovrano: il problema è che i bambini che girovagano in feste e raduni che gravitano intorno all'amatissimo personaggio sono regolarmente avvistati mentre addentano i loro panini ripieni di porchetta, salsicce, wurstel. L'evidente dissociazione si sbriciola nella sua normalizzazione quale risultato di comportamenti collettivi: è stata impartita dagli adulti e fatta propria dai bambini la normalizzazione del mangiare la carne degli animali, pochi esclusi, così come la loro divisione in quelli da amare, a cui Peppa Pig appartiene, e quelli da mangiare, a cui appartengono gli altri sfortunati maialini; e non fa niente se sono individui della stessa specie! Il rinforzo ubiquitario dei mass media e di tutte le forme di comunicazione regge il gioco, che sarebbe curioso da decodificare, se non fosse tragico per quelle che ne sono le vittime.