

UNA LIBBRA DI CARNE

GLI ANIMALISTI E IL CORPO EROTIZZATO

di Agnese Pignataro

Le pubblicità dell'associazione animalista PETA sono spesso criticate in quanto sessiste per il fatto di veicolare i propri messaggi attraverso corpi nudi di belle donne. In realtà la PETA produce anche pubblicità con corpi nudi di uomini, ma è proprio tenendo conto di queste che il sessismo può essere pienamente colto. Difatti questi uomini, oltre che belli, sono rappresentati impegnati in diverse attività (in genere sportive, trattandosi di atleti), mentre le donne esibiscono esclusivamente la propria bellezza (anche quando sono atlete, come la nuotatrice Amanda Beard). Gli uomini della PETA sono cioè rappresentati come *aventi* un corpo che serve loro per fare varie cose, mentre le donne della PETA sono dei corpi, così come gli animali nella nostra società; l'uomo pubblicizza il veganismo come scelta alimentare che gli permette di eccellere nelle sue attività, mentre alla donna esso consente "solo" di essere bella e sana. Se ci si ferma però a queste considerazioni si rischia di trasformare la PETA nel capro espiatorio del movimento di liberazione animale, esso stesso attraversato dalla problematica dell'uso del corpo e della genderizzazione dei ruoli militanti. Per esempio, un'azione come quella di mettere persone in vaschette incellophanate e insanguinate – in cui la vendita immaginaria di "carne umana" intende denunciare la riduzione delle vite animali a materia commestibile – può essere decifrata in modo diverso se i corpi nelle vaschette sono maschili o femminili. Di fatto, le militanti sono molto più disponibili dei loro colleghi maschi a mettere a disposizione il loro corpo per questo tipo di messa in scena. Questo processo autoselettivo si concatena con la comodità dell'uso del corpo femminile: da un lato, attira di più lo sguardo del

pubblico, dall'altro la sua esibizione è vissuta come meno problematica in virtù della sua sovraesposizione globale (in particolare nella società italiana). Ovviamente, se gli animalisti si scandalizzano nel caso della PETA e non in quello delle vaschette è per via dell'erotizzazione del corpo femminile, evidente nel primo caso (ma non è detto che sia assente nel secondo). È chiaro che l'immagine femminile proposta dalla PETA, consistendo *esclusivamente* in immagini ammiccanti di donne giovani e belle, propaganda una stereotipizzazione della donna, della bellezza e dell'erotismo. Ma non sono neanche accettabili le critiche basate sull'idea che tali immagini offendano la "dignità della donna", come spesso dicono gli animalisti: queste critiche sottintendono una certa repulsione della sfera sessuale, una lettura inconscia della corporeità erotica come degradazione della persona. Nell'appello *Se non ora quando* il concetto di "dignità della donna" associava la dignità a figure femminili "rispettabili" (la brava studentessa, la madre di famiglia che lavora...), ovvero che vivono la sessualità nei confini delle norme patriarcali, limitandola a relazioni eterosessuali stabili e legandola obbligatoriamente a una dimensione affettiva. In questo schema, la donna che scavalca tali confini vivendo la propria sessualità e corporeità in modo libero, decidendo eventualmente di usarla come mezzo per raggiungere un fine, perde la propria dignità. Le donne che si spogliano per la PETA non sfuggono alla condanna: sono donne che cercano soldi e/o pubblicità, si sente spesso dire. Allora la riprovazione per PETA nasconde l'antica avversione per la prostituta e l'"antisessismo" animalista si rivela venato di misoginia patriarcale. ■

