

Federico Regaldo

## Libertà di espressione per le associazioni animaliste?

Le associazioni animaliste sono veramente libere di esprimere le opinioni dei cittadini loro associati? La risposta, purtroppo, è negativa e le sue ripercussioni sono amplissime: non solo un'associazione animalista che non possa esprimere le idee che la muovono vede drasticamente limitata la sua capacità di incidere sulla società e radicalmente mortificati i propri fini statutari; ma, soprattutto, uno Stato che reprime in modo ingiustificato e aprioristico le idee di questo o quel gruppo di individui, che non tutela le minoranze, che non si cura di salvaguardare il pluralismo, rappresenta una collettività malata, all'interno della quale possono scaturire pericolosi conflitti.

Perché questa risposta inequivocabilmente negativa, senza “se” e senza “ma”? Partiamo dall'Italia: in concomitanza con l'epidemia della cosiddetta “mucca pazza” – una vicenda emblematica della bieca avidità umana, disposta a tutto pur di ottenere denaro: anche a forzare gli animali erbivori a nutrirsi di farine di carne – la LAV intervenne con una campagna pubblicitaria volta a informare i cittadini e a scoraggiare il consumo di carne. Ma il Codice di autodisciplina pubblicitaria italiano pare essere più attento al fatto che l'opinione pubblica non venga scossa da allarmismi, paure e turbamenti, piuttosto che a quello che i cittadini vengano realmente informati sui lati oscuri dei processi produttivi industriali, nonché sui pericoli e sulle atrocità che gli stessi comportano. Così, tale campagna cadde sotto la scure del Giuri dell'autodisciplina pubblicitaria<sup>1</sup>, sulla base del rilievo che il *pay-off* «Vitella. La carne malata» era ritenuto capace di ingenerare ingiustificato allarmismo, sentimenti di paura o di grave turbamento e di colpevolizzare chi non intendeva aderire all'appello propagandato<sup>2</sup>.

Il tempo è passato, ma la situazione non è migliorata: nel 2013, mentre l'Unione Europea reintroduceva la possibilità di alimentare gli animali con farine di carne, un'altra campagna pubblicitaria, promossa questa volta da *Campagne per gli Animali*, veniva proibita dal Comitato di Controllo (organo-filtro delle segnalazioni di pubblicità ingannevoli), con pronuncia del

1 Pronuncia del Giuri n.151 del 1996.

2 Cfr. Maurizio Fusi e Paolina Testa, *Diritto e pubblicità*, Lupetti, Milano 2006, p. 312.

Giuri (organo giudicante) confermativa della proibizione, poiché foriera di sentimenti di turbamento, veicolo di un perentorio giudizio di condanna nei confronti dei non vegetariani e riportante immagini scioccanti, consistenti nell'allusione allo smembramento di un corpo umano<sup>3</sup>.

In questo caso, si trattava di manifesti che riproducevano l'immagine di un bambolotto con le fattezze di un bambino fatto a pezzi e confezionato in una vaschetta, a cui era affiancato un testo che recitava: «Chi mangi oggi? Gli animali non sono cose. Quando li mangi o li sfrutti, mangi qualcuno. Non qualcosa. Diventa vegan». Un'affermazione scontata, su fatti evidenti anche a un bambino che abbia avuto la possibilità di interagire, almeno una volta, con un animale; un'espressione, invece, meritevole di censura e repressione per gli organi di autodisciplina pubblicitaria. Infatti, il Giuri, a livello di proclamazione teoretica, dichiarava di comprendere le istanze animaliste; peccato però che la regola operativa adottata confermasse la proibizione a proseguire quella campagna pubblicitaria; il Giuri, infatti, si è trincerato dietro una dubbia questione procedurale, per suggellare il divieto imposto dal Comitato di Controllo. Ci si deve poi chiedere che cosa significhi, in concreto, l'affermazione del Giuri, secondo cui ciascuna specie «non altera né modifica, ma mantiene la propria, specifica natura». Significa, forse, che, nonostante le apparenti aperture in senso antispecista, il Giuri rimane in accordo col Comitato di Controllo, secondo cui «l'equiparazione dell'animale all'uomo lede la dignità della persona»?

Se in Italia le iniziative delle associazioni animaliste vengono così drammaticamente frustrate, almeno si può sperare in una qualche forma di tutela a livello europeo? La risposta è nuovamente negativa e, riguardando un intero continente, ancora più preoccupante di quella che è stata fornita con riferimento alla situazione italiana. Mi limiterò all'esame dei casi più recenti.

Nel 2004, la sezione tedesca della *PETA* aveva pianificato una campagna pubblicitaria shock, intitolata: «L'Olocausto sul tuo piatto»<sup>4</sup>. La campagna,

3 Pronuncia del Giuri n. 32 del 2013.

4 Su questa specifica campagna propagandistica, cfr. anche Susann Witt-Stahl, «Auschwitz non sta sul vostro piatto. Note critiche sul paragone tra olocausto e massacri animali», trad. it. di M. Maurizi, in [www.liberazioni.org/articoli/Witt-StahlS-01.htm](http://www.liberazioni.org/articoli/Witt-StahlS-01.htm). Alcune tesi sostenute dall'autrice non appaiono condivisibili. Ad esempio, ella ritiene che la campagna «rappresenta una trivializzazione dell'Olocausto». Tale postulato, però, non fa altro che avvalorare il ragionamento seguito dalla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo e conduce necessariamente alla soppressione della libertà di espressione per l'associazione animalista promotrice di tale iniziativa propagandistica; oppure, ella aderisce alla prospettiva secondo cui la carne sarebbe semplicemente un «omicidio». Credo che un «omicidio» sistematico e organizzato di miliardi di individui, in qualsiasi ordinamento giuridico, debba essere definito in termini ben diversi, molto più vicini a quello di «olocausto», che non a quello comunemente utilizzato per indicare l'uccisione occasionale e sporadica di un uomo: un episodio che, in Italia, fortunatamente, riguarda meno dello 0,001% della popolazione.

già condotta con simili modalità e consentita negli Stati Uniti, consisteva in alcuni manifesti, ciascuno dei quali riportava una fotografia di internati nei campi di concentramento nazisti, abbinata a una di animali segregati in allevamenti intensivi, accompagnate da un breve testo. Uno dei manifesti mostrava prigionieri nudi ed emaciati posti a fianco di bestiame denutrito, sotto al titolo «Scheletri deambulanti». Altri manifesti mostravano cadaveri umani accatastati e maiali macellati sotto al titolo «Umiliazione finale» e file di prigionieri coricati su letti a castello insieme a file di polli disposte in batteria, sotto al titolo «Per ciò che riguarda gli animali, ognuno diventa un nazista». Un altro manifesto, raffigurante un prigioniero nudo e denutrito a fianco di un bovino altrettanto denutrito, era intitolato «L'Olocausto sul tuo piatto» e riportava la seguente dicitura: «Tra il 1938 e il 1945, 12 milioni di esseri umani sono stati uccisi durante l'Olocausto. Altrettanti animali sono uccisi ogni ora in Europa per l'alimentazione umana»<sup>5</sup>.

A seguito di questa campagna, alcuni rappresentanti delle comunità ebraiche tedesche, ritenutisi offesi dal paragone tra le vittime dei campi di sterminio e gli animali d'allevamento, avevano richiesto alla magistratura locale l'emissione di provvedimenti inibitori, che la medesima aveva concesso e che erano poi stati confermati in tutti i gradi di giudizio, sino dinanzi alla *Bundesverfassungsgericht*, la Corte costituzionale tedesca di Karlsruhe. Segnatamente, la *Bundesverfassungsgericht* ritenne che la campagna in questione avrebbe «reso triviale e banalizzato il destino delle vittime dell'Olocausto». La *PETA* presentò ricorso alla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, denunciando, tra gli altri, la violazione dell'art. 10 della Convenzione europea sui diritti dell'uomo da parte della Repubblica Federale Tedesca. Ebbene, che cosa ha deciso la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo? Pur riconoscendo che la campagna della *PETA* fosse di pubblico interesse, la Corte europea si è barricata dietro l'osservazione secondo cui «il riferimento all'Olocausto deve anche essere visto nello specifico contesto della storia tedesca [...] e [deve] rispettare la posizione del Governo, secondo cui il medesimo si ritiene vincolato a speciali obblighi nei confronti degli ebrei residenti in Germania»<sup>6</sup>. Di fatto, ha lasciato carta bianca all'operato della *Bundesverfassungsgericht* e ha convalidato quanto da questa già deciso, ovverosia che l'interesse per la protezione degli animali non è sufficientemente forte da prevalere su di una asserita e non meglio esplicita lesione

5 *PETA Deutschland vs Germany*, sentenza della Corte Europea dei Diritti dell'Uomo (sezione V), dell'8 novembre 2012, paragrafo 7.

6 *Ibidem*, paragrafo 49 (traduzione dell'autore; ove non diversamente indicato, anche le successive citazioni sono traduzioni dell'autore).

dell'onore personale di coloro che si erano lamentati<sup>7</sup>. Ma non basta, poiché la Corte ha sostenuto ancora che «la ricorrente non ha fornito prova di non disporre di altri mezzi per attirare l'attenzione del pubblico sui temi della protezione animale»<sup>8</sup>.

Su questo punto, è bene far notare che la Corte ha completamente obliterato le ragioni degli animalisti: la situazione raffigurata nella propaganda della *PETA* non deriva dallo sfruttamento delle più opinabili tecniche di *marketing*; la *PETA*, ad esempio, non ha raffigurato un prete e una suora che si baciano o un malato terminale di AIDS al solo fine di attirare l'attenzione, ossia col fine ultimo e solo lievemente dissimulato, di vendere *jeans* o magliette<sup>9</sup>. La *PETA* invece rappresenta una parte (magari anche piccola, ma non per questo non meritevole di tutela) della popolazione, inorridita dalle quotidiane e sistematiche pratiche di uccisione degli animali “da reddito”, perpetrate dai fautori – nonché maggiori beneficiari – del modello di società consumistica occidentale. In altri termini, la *PETA* rappresenta quelle persone a cui lo spettacolo dei bovini in fila nel retro di un macello suscita lo stesso orrore provocato dalla vista delle fotografie dell'Olocausto. Certi animalisti – o, meglio, certi antispecicisti – non accostano allevamenti intensivi e campi di concentramento per il mero fine di “attirare l'attenzione del pubblico”, ma lo fanno perché pensano che l'orrore suscitato dalle due raffigurazioni sia in qualche modo analogo.

Se l'Europa intende essere un continente democratico, allora occorre che a questa parte della popolazione venga accordato il diritto di manifestare pacificamente (e questo avverbio, con riferimento alla propaganda in oggetto, non può essere revocato in dubbio) le proprie opinioni. Ma se qualcuno pensasse che, in questo caso, la Corte, pur non scrivendolo apertamente, abbia voluto sostanzialmente derogare alla Convenzione, trattandosi di una situazione molto particolare – quella dell'evocazione dell'Olocausto nel Paese che vi ha dato origine – commetterebbe un grave errore. Infatti, la Corte, da svariati anni a questa parte, non mostra alcuna sensibilità per la libertà di espressione delle associazioni animaliste.

Ad esempio, nel caso *Animal Defenders International vs The United Kingdom*, di particolare importanza, poiché deciso dalla cosiddetta “Grande Camera” (l'equivalente delle nostre “Sezioni Unite”) il 22 aprile 2013<sup>10</sup>, la

Corte ha confermato che la proibizione di un messaggio pubblicitario di un'associazione animalista, da parte di un organismo di autoregolamentazione inglese, non costituisce violazione del principio di libertà di espressione. *Animal Defenders International* è un'associazione che si propone di contrastare l'impiego di animali a scopi di commercio, scientifici e di intrattenimento e, nel 2005, aveva lanciato una campagna pubblicitaria televisiva, intitolata: «Il mio amico è un primate»<sup>11</sup>; lo spot televisivo che avrebbe voluto trasmettere si apriva con un'immagine di un animale in gabbia, nella quale una bambina incatenata emergeva gradualmente dall'ombra. Lo schermo diveniva quindi bianco e tre messaggi venivano riportati in sequenza: «Uno scimpanzé ha l'età mentale di un (bambino) di quattro anni»; «Sebbene condividiamo il 98% del nostro patrimonio genetico, loro sono ancora ingabbiati e maltrattati per farci divertire»; e «Per saperne di più e per aiutarci a porre fine a tutto questo, ordina per cortesia il nostro materiale informativo al costo di 10 sterline». Nella scena finale dello spot, lo scimpanzé si trovava nella stessa posizione della bambina<sup>12</sup>. Tale spot televisivo venne censurato dal *Broadcast Advertising Clearance Centre*, poiché, a detta di questo organismo di autoregolamentazione britannico, trattavasi di propaganda politica, di cui, come tale, era proibita la diffusione radiotelevisiva da una legge del 2003. La censura venne confermata dai massimi organi giurisdizionali inglesi, ovvero la *High Court* e la *House of Lords*<sup>13</sup>.

Prima di passare all'esame della decisione presa su questa vicenda dalla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, mi sia consentita un'osservazione sulle pronunce delle corti inglesi: possibile che tanto blasonati magistrati, che si fregiano dei titoli di “Eccellenza” e di “Baronessa”, non si siano posti la più elementare delle domande: lo scimpanzé, nei territori governati da Sua Maestà, ha diritto di voto? La risposta a tale domanda avrebbe forse potuto suggerire che la campagna dell'*Animal Defenders International* nulla aveva a che fare con partiti politici e competizioni elettorali, ma con qualcosa di molto più importante dell'arte del governo: con la compassione, con la giustizia e con l'etica. Inoltre, pare incredibile che le Corti inglesi non si siano avvedute dell'effetto aberrante e pericoloso derivante dall'equiparazione della propaganda sociale, politica o culturale alla pubblicità elettorale,

7 *Ibidem*, paragrafo 48.

8 *Ibidem*, paragrafo 50.

9 Cfr., ad es., pronuncia del Giuri n. 148 del 1991. *Contra*, Susann Witt-Stahl, «Auschwitz non sta sul vostro piatto», cit.

10 Peraltro, la Corte è risultata profondamente divisa al proposito: infatti la sentenza è stata adottata con una maggioranza di un solo voto, ovvero con nove voti favorevoli e otto contrari.

11 «My Mate's a Primate». *Animal Defenders International vs The United Kingdom*, sentenza della Corte (Grande Camera), del 22 aprile 2013.

12 *Ibidem*.

13 Uno spot analogo, solo lievemente modificato, è tuttora visibile sul sito internet [http://www.ad-international.org/animals\\_in\\_entertainment/go.php?id=2548&ssi=7](http://www.ad-international.org/animals_in_entertainment/go.php?id=2548&ssi=7), poiché la legge inglese del 2003 che proibisce la propaganda politica ha ad oggetto esclusivamente l'attività radiotelevisiva.

lasciando di fatto campo libero alla sola pubblicità commerciale, l'unica che, per definizione, possa pretendere di essere "non politica" e che, pertanto, sarà generalmente consentita. Anche le Corti inglesi rafforzano ora quel processo di acritica e integrale adesione della società britannica al più sfrenato modello capitalistico-consumistico: un percorso iniziato svariati decenni or sono e che ora non può più nemmeno essere efficacemente rimesso in discussione.

Veniamo dunque alla pronuncia della Corte Europea dei Diritti dell'Uomo: questa conferma la legittimità della proibizione della campagna pubblicitaria di *Animal Defenders International* sulla base di molteplici rilievi, di cui uno, però, mi pare dirimente:

Vi è abbondanza di differenze storiche, culturali e politiche all'interno dell'Europa, cosicché spetta a ciascuno Stato il compito di plasmare la propria visione democratica [...]. In ragione del diretto e continuo contatto con le forze vitali del proprio Paese, con le proprie comunità e i loro bisogni, le autorità legislative e giudiziarie sono quelle meglio situate per stabilire le particolari difficoltà nel salvaguardare l'ordine democratico nel proprio Stato [...]. Allo Stato deve essere pertanto accordato un margine di discrezionalità con riguardo a valutazioni complesse e peculiari a tale Paese, le quali sono risultate di fondamentale rilevanza per le scelte legislative di cui al presente caso<sup>14</sup>.

Quello della *PETA* in Germania e quello di *Animal Defenders International* nel Regno Unito vengono entrambi dipinti dalla Corte come casi "particolari", "specifici" di un certo Paese, cui la Corte lascia ampie possibilità di sopprimere la libertà di espressione. A questo punto, sorge spontaneo domandarsi a che cosa serva una Corte europea a tutela del principio di libertà di espressione se, nei casi più delicati, debba sempre prevalere la ricostruzione più confacente al "contesto storico" del singolo Paese.

Infine, è necessario un accenno a un ultimo recente caso, indicato come *Tierbefreier e.V. vs Germany*, deciso dalla Corte con sentenza del 16 gennaio 2014. Qui si tratta di un giornalista che nel 2003 si fece assumere da una società (individuata con la sola iniziale "C.", dalla Corte) che praticava sperimentazione animale e allevava animali "da laboratorio". Nel corso del proprio lavoro, il giornalista registrò di nascosto svariate ore di filmati, che documentavano il trattamento riservato agli animali, dopodiché, cessato il rapporto di lavoro con la società "C.", offrì delle sintesi di tali filmati alle maggiori emittenti tedesche. Uno di questi filmati venne ripreso da

un'associazione animalista e messo a disposizione del pubblico attraverso il rispettivo sito internet. A quel punto, la società in oggetto richiedeva un provvedimento volto a impedire l'ulteriore diffusione del filmato, il quale veniva effettivamente concesso dal *Landgericht* di Münster e poi confermato dall'*Oberlandesgericht* (Corte d'Appello) di Hamm. Il 30 gennaio 2009, la *Bundesverfassungsgericht* si rifiutava di discutere il ricorso presentato dalla *Tierbefreier* contro la decisione della Corte d'Appello di Hamm, senza fornire alcuna motivazione e l'associazione animalista si rivolgeva, dunque, alla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo. La Corte, confrontata all'annoso problema della libertà di espressione di un'associazione animalista, confermeva nuovamente la legittimità dell'attività repressiva, questa volta statuendo che

le corti nazionali hanno trovato una giusta via di mezzo fra il diritto alla libertà di espressione dell'associazione ricorrente e l'interesse della società C. a proteggere la propria reputazione<sup>15</sup>.

In conclusione, all'atto pratico, sarà molto più facile che l'opinione pubblica di questo continente venga sopraffatta da spot televisivi di prosciutti "dolci", "teneri" e "soffici"; da *réclame* di cibi industriali a base di uova "fresche"; di scenette con bovini che producono il latte in modo "felice", dopo aver brucato su alpeggi idilliaci; piuttosto che la stessa venga informata sulle atrocità commesse negli allevamenti (intensivi), nei macelli o nei laboratori di sperimentazione animale. Il tutto, con buona pace delle proclamazioni teoretiche della Corte, con le quali la medesima sostiene che il principio di libertà di espressione, garantito dall'art. 10 della Convenzione, non dovrebbe limitarsi a regolamentare la facoltà degli Stati contraenti di imporre restrizioni, ma piuttosto obbligare questi ad assumere vere e proprie misure positive concrete, affinché le loro società abbiano carattere pluralistico<sup>16</sup>. Può forse dirsi connotato dal pluralismo un settore inondato di messaggi commerciali di un certo tenore e con pochissimi messaggi etico-filosofici di tenore opposto, per giunta proibiti dagli Stati europei con l'avallo della Corte?

<sup>15</sup> Paragrafo 59 della sentenza *Tierbefreier*, cit.

<sup>16</sup> Cfr. «Research Report: Positive Obligations on Member States under Article 10 to Protect Journalists and Prevent Impunity», ECHR, 2011, pubblicato sul sito della Corte (<http://www.echr.coe.int>).

<sup>14</sup> Paragrafo 111 della sentenza *Animal Defenders International*, cit.