

LA MATTINA PER COMINCIARE LA GIORNATA CON VITALITÀ SCEGLI IL

Latte fresco

CONTINUA A ESSERE FELICE

QUANDO DEVI UNA RICARICA E QUANDO FACCI SPORT SCEGLI IL

Latte fresco

SEMPRE PIÙ ENERGICO

PER FARE UN BICO DI GUSTO, RITROVARE EQUILIBRIO E SERENITÀ SCEGLI IL

Latte fresco

CONSERVARE IL GUSTO

CALCIO, PROTEINE E VITAMINE SONO LE PROPRIETÀ DEL

Latte fresco

CONSERVARE IL GUSTO



LATTE ROSSO SANGUE



Quando la pubblicità commerciale ti racconta di Animali felici, non crederci. Quando ti dice che le Mucche sono contente di donarci il loro latte, non crederci. La verità è che alle Mucche rubiamo il latte che dovrebbe essere destinato ai loro cuccioli. La verità è che loro sono sfruttate e maltrattate: insensate artificialmente, costrette a partorire perché iniziano a produrre latte, separate dai loro figli, riunite meccanicamente (causando loro dolorose mastiti). Una Mucca può vivere più di 30 anni. Ma dopo circa 6 anni di sfruttamento, esausta, viene condotta al macello per diventare carne di seconda scelta.

I Vitelli che nascono in questo processo produttivo, se maschi sono allevati e uccisi per la carne, se femmine, diventano produttrici di latte e vivranno una vita di sfruttamento come la loro madre. Se ancora credi che bere latte sia un atto che non ha conseguenze sulla vita degli Animali, sappi che non è così. Il processo produttivo del latte è strettamente legato a quello della carne.

A guardar bene quel latte è carne liquida, è rosso come il sangue.

Informati. Live Vegan.
www.campagneperglianimali.org



mipont
 MIPONT
 SEGUI LA CAMPAGNA SU
WWW.POLITICHEAGRICOLE.IT

mipont
 MIPONT
 SEGUI LA CAMPAGNA SU
WWW.POLITICHEAGRICOLE.IT

mipont
 MIPONT
 SEGUI LA CAMPAGNA SU
WWW.POLITICHEAGRICOLE.IT

mipont
 MIPONT
 SEGUI LA CAMPAGNA SU
WWW.POLITICHEAGRICOLE.IT

"Proposte per un Manifesto antispecista" in una tesina universitaria

Manifesto Antispecista



"Proposte per un Manifesto antispecista" citato e inserito nella bibliografia di una tesina presentata da una studentessa a conclusione del corso di *Marketing e Social Media* della Facoltà di Scienze e Tecnologie della Comunicazione presso l'Università di Ferrara. Grazie!

Di seguito la [notizia originale di Campagne per gli animali](#)

Daria Gamboni è una studentessa universitaria iscritta alla Facoltà di Scienze e Tecnologie della Comunicazione presso l'Università di Ferrara:

Tempo fa scrisse a Campagne per gli animali per avere una serie di informazioni sulla pubblicità antispecista "[Latte rosso sangue](#)". L'idea di Daria era quella di comparare tale pubblicità con quella realizzata - con grande profusione di mezzi e coinvolgendo volti noti al grande pubblico - dal Ministero delle Politiche Agricole e intitolata "*Ora del latte*": una pubblicità creata per incentivare il consumo di latte vaccino e quindi a sostegno dello sfruttamento sistematico e l'uccisione degli Animali considerati "*da reddito*" che viene normalmente chiamato zootecnia.

Dovendo sostenere l'esame di *Marketing e Social Media*, Daria pensò di comparare le due pubblicità mediante il metodo retorico per analizzarne pregi e difetti. Il risultato è stato una tesina dal titolo "*ORA DEL LATTE*" vs "*LATTE ROSSO SANGUE*", che ha fruttato alla studentessa il massimo dei voti (30 con lode) e i complimenti del docente del corso (ai quali aggiungiamo i nostri).

Desideriamo ringraziare pubblicamente Daria Gamboni per aver scelto e analizzato nel dettaglio la nostra pubblicità per la sua tesina, per aver introdotto nel suo testo d'esame una presentazione di

Campagne per gli animali (considerandone anche il lavoro e l'impostazione da un punto di vista della comunicazione), per aver riportato una definizione di antispecismo tratta dal libro "[Proposte per un Manifesto antispecista](#)" a cura di Adriano Fragano inserito anche nella bibliografia della tesina, e per averci permesso di rendere pubblico il risultato del suo lavoro.

E' la prima volta che una nostra pubblicità viene analizzata e studiata nel dettaglio con tale dovizia di particolari.

Buona lettura.

["ORA DEL LATTE" vs "LATTE ROSSO SANGUE. Campagne pubblicitarie a confronto](#) (Peso:

1,28 Mb. Documento .pdf)

Università degli Studi di Ferrara

Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie della Comunicazione

a.a. 2015-2016

Daria Gamboni

Matricola n°114995