

di Antonio Limone  
Tesoriere Fnovi

**T**roppa veterinaria cade a pezzi sotto il fuoco di tempi ipocriti, in cui si semplifica, si estetizza un ragionamento senza ragionarlo, anzi conformandolo sempre più alla mediocrità di un collettivo sentire.

Ed allora tutti i politici sono corrotti, tutti i veterinari sono collusi con le ditte dei mangimi. Tutte le ditte che producono cibo per animali imbrogliano e danneggiano la salute dei destinatari solo per maggiori profitti. Se a questo si aggiungono alcune opinioni interne alla categoria, qualunque siano, è facile rendersi conto delle difficoltà che la veterinaria si trova a fronteggiare.

Tempi liquidi? Non lo so!

La semplificazione non aiuta a trovare la soluzione dei problemi, soprattutto se questi ultimi sono complessi e trovare il bandolo della matassa in tempi brevi risulta fondamentale per evitare l'affossamento del lavoro che negli anni ha innalzato il livello di questa categoria.

Ma chi oggi ha più voglia di sentire un ragionamento che prevede tre o quattro allocuzioni e derivate, magari un sillogismo o un ossimoro?

Apprezzo, intendiamoci, un linguaggio asciutto, ma se oggi non trovi l'espressione efficace non catalizzi l'attenzione, se non spari, nessuno ti segue. È come un giornalista moderno che se non esprime un pezzo scandalistico non fa audience, insomma non può far altro che seguire un conformismo bacchettone ed ipocrita. Occorre, dunque, un messaggio forte, che penetri il pubblico poiché negli ultimi tempi la figura del medico veterinario non ha avuto molti altri palcoscenici per farsi conoscere se non quello delle macellazioni crudeli e ripugnanti, di colui che accetta mangimi fasulli e ne incrementa la vendita con un paragone garantito, consente allevamenti oltre ogni regola sul benessere,

CAMBIAMO PARADIGMA

## CHIEDIAMO TIME OUT

30.000 veterinari sono in prima linea nel compiere il loro dovere.



uccide orsi innocenti, pratica eutanasie inaccettabili, uccide persino i leoni per poi fotografarsi con la preda senza vergogna.

Insomma di tutto e di più. In Italia operano 30.000 veterinari e di questi i più ogni giorno sono in prima linea nel compiere il loro dovere, onestamente e con grande fede alla deontologia di questa professione. Non è ammissibi-

le dare in pasto alla generalizzazione tutti i 30.000 colleghi, numero che in 20 anni si è raddoppiato e che ha registrato l'ingresso, dunque, di giovani leve, non è ammissibile farli massacrare dall'opinione pubblica e, peggio ancora, dai colpi bassi inferti all'interno della categoria stessa.

Bisogna reagire, con intelligenza e pugno fermo. ■

DOPO LA "TROPPIA TRIPPA" DI REPORT

## ETICHETTA: MEDICO VETERINARIO

Superare le difficoltà di comunicazione e affiancarci verso un obiettivo comune.

di Eriberta Ros  
Consigliere Fnovi

**O**ra, mentre sto scrivendo, non è ancora Natale e quando ciò che scrivo sarà pubblicato la Befana, con le calze rotte, avrà già

consegnato i dolcetti ai bambini buoni e il carbone a quelli che non si sono comportati bene.

Scommetto che nella mia calzetta ci saranno entrambi, come in quella di tutti noi.

Ma come farà mai a sapere la Be-

fana che ci siamo comportati bene o male?

Prima leggendo l'etichetta del prodotto "medico veterinario", che mostrerà l'elenco degli ingredienti, la provenienza, la presentazione commerciale, l'origine delle materie prime, la certificazione di qualità dell'azienda che produce il prodotto; poi ascolterà con le sue grandi orecchie sensibili, gli echi dei "rumors", leggerà con i suoi acuti occhi le pagine dei social, dei giornali che parlano di noi e i media, finché non si sarà fatta un'idea del prodotto; infine mescolerà nel suo calderone stregheesco un po' di bontà e un po' di lato oscuro, finché non ne estrarrà una calza con dentro dolci e carbone da lasciare sul davanzale della professione.

Vogliamo veramente lasciare la nostra reputazione in mano ad una vecchiarda che mescola le nostre qualità in un calderone, giudicare un prodotto maleodorante, bruciaticcio, lontano dalla realtà sfalsata agli occhi di un mondo dove l'apparenza è migliore della sostanza?

Noi ci ribelliamo a questa immagine della professione che molti, nascosti dall'oscurità, vogliono far apparire.

Siamo la professione che si occupa di benessere animale, di salubrità degli alimenti, di salvaguardia della biodiversità, della cura degli animali tutti a salvaguardia della salute umana, con le certificazioni di qualità rappresentate dalla Laurea in Medicina Veterinaria, dall'abilitazione, dall'iscrizione all'Albo e dalla competenza, ognuno per il proprio settore, che possiamo mostrare con la nostra pratica quotidiana. Siamo deficitari di marketing e comunicazione che guardiamo con sospetto mentre altre professioni e ambiti lavorativi che si intersecano con noi, non disdegnano e anzi sfruttano per sovrapporsi alle nostre competenze, parlo dei tecnologi alimentari, addestratori, educatori, toelettatori, maniscalchi, nutrizionisti surrogati, razzatori eccetera.

Appena dopo lo scandalo "Re-

port" sul servizio "Troppa Trippa", giustamente ci siamo fatti un'auto-critica, molti arrivando all'aberrante conclusione che noi veterinari siamo proprio stupidi, disinformati e collusi con le multinazionali del Pet-food e del farmaco, come si evince da quanto palesato nelle liste di discussione: questo è il potere dei media!

I media hanno il potere di farci credere di essere in torto, rendendoci inabili di sfruttare le nostre conoscenze scientifiche, le nostre capacità critiche, facendoci vacillare e a questo punto davvero manipolandoci e rendendoci inconsapevolmente colpevoli.

Per fortuna la maggior parte della professione non è d'accordo con questa etichetta e ora più che mai dovremo farci valere in maniera chiara, concisa, coesa, superando le difficoltà di comunicazione al nostro interno, cercando di affiancarci verso un obiettivo comune.

Mostriamo il nostro lato migliore del volto, che poco è differente da quello peggiore, mostriamoci uniti nelle iniziative, partecipiamo alla vita ordinistica, collaborando tra di noi e fidandoci gli uni degli altri, nonostante in questo momento la crisi economica lo renda difficile!

Cominciamo a prendere coscienza, con l'informarci e capire chi siamo, la nostra storia, i problemi della professione, come sono stati via via affrontati, le scelte effettuate e i perché.

In un secondo momento affidiamoci all'esperienza, che ci permetterà di non rifare inutilmente gli errori di chi ci ha preceduto, cominciamo a proporre organicamente agli Ordini le nostre idee, anche denunciando ufficialmente le situazioni che gettano la professione in cattiva luce.

Ci sono molti giovani che rischiano di andare allo sbaraglio, dotati di forza impetuosa che la giovane età regala loro, la capacità e la voglia di voler fare, senza i consigli e gli aiuti chi è più anziano e "sa come si fa".

Chi è più anziano lavorativamente

recuperi la voglia di fare il bene della professione, con seria autocritica, gettando nel cestino del secco quanto ci sia di non più riciclabile e recuperabile affinché, una volta distrutto definitivamente, non possa essere imitato da altri o recuperato dalla Gabanelli di turno.

Tiriamoci su le maniche, lavoriamo e lasciamo i pettegolezzi al vento, solo così potremo recuperare l'immagine della professione.

Vado a mangiarmi i dolcetti con ingredienti da agricoltura biologica, senza proteine di origine animale aggiunte, prodotti da aziende locali *cruelty free* e a bruciare il carbone che, ahimè ho scoperto essere adulterato da zuccheri e coloranti, che la Befana ha messo distrattamente nella calzetta, a causa della sua reticenza ad indossare gli occhiali per la presbiopia.

Ella da un po' di tempo, vittima delle mode, ha scelto un prodotto alternativo contro lo sfruttamento del pianeta per non utilizzare il carbon fossile.

Un dolce inizio anno a tutti! ■

(FOTO IN TERZA DI COPERTINA)

## 30GIORNI

VUOI RICEVERE  
SOLO LA COPIA  
DIGITALE?

Nella home page del sito [www.trentagiorni.it](http://www.trentagiorni.it) è attiva la funzione per richiedere l'invio della sola versione digitale del mensile. Il Consiglio di amministrazione di 30giorni ha concordato sulle modalità per inoltrare la richiesta. Un semplice campo form consente di esprimere la preferenza per la sola edizione digitale, ovvero la rinuncia alla spedizione del cartaceo. I nominativi depennati dall'invio postale riceveranno una mail di avviso ad ogni nuova uscita mensile.