

“No vaya a Sevilla: matan a los toros”

La organización inglesa que logró acabar con la caza del zorro fija su nueva meta

CÉSAR RUFINO ■ SEVILLA

El fin de las corridas de toros, si es que llega, va a ser por las malas: League, la gran organización que logró el imposible de acabar con la caza del zorro en Inglaterra, ha emprendido una colosal campaña para que nadie venga a Sevilla mientras siga acogiendo y fomentando ese “deporte cruel”.

Con un acento londinense impropio de su nombre, el británico Jordi Casamitjana se pasea en estos días por Andalucía para comunicar a los grupos antitaurinos y animalistas en general la nueva estrategia de su institución, League (Against Cruel Sports): hacer que los viajeros de todo el mundo (y en particular los ingleses, que son quienes más visitan España) le hagan la cruz a Sevilla y al resto de focos taurinos como destino turístico. Para demostrar que no se trata de animadversión hacia el país, lo que hacen es animar a los ingleses a que conozcan otras ciudades cercanas donde no hay festejos ni espectáculo alguno basado en la muerte de un animal.

El coordinador de League para este boicot internacional advierte de que su organización “no es una ONG tal y como se entienden éstas en España”, basadas en los voluntarios y con una capacidad operativa muy limitada, por lo general, “sino una gran entidad con más de ochenta años, que opera desde un edificio de tres plantas en el centro de Londres y donde hay más de treinta trabajadores fijos”. En menos palabras: gente acostumbrada a lograr lo que se propone.

El propio Casamitjana ha conseguido de un tribunal de su país la primera condena a un cazador ilegal de zorros, un propósito que le ha supuesto a League un desembolso de 100.000 libras esterlinas (147.000 euros) que dan por bien empleados: “La sentencia sienta precedente y ya hay docenas de otros casos en proceso”, explicó ayer a El Correo.



COMIENZA LA CAMPAÑA DE BOICOT TURÍSTICO. Página de inicio de la web de la organización, visitada por cientos de miles de británicos.

Al igual que sucedió en el Reino Unido en 2004, con la prohibición por ley de su más arraigada tradición campestre, este representante de la organización cree posible poner fin en España y en todo el mundo a los festejos de la tauromaquia. “La caza del zorro también estaba sustentada por el elitismo y la tradición. Pero las tradiciones del siglo XXI van a ser diferentes de las del XX”, comenta, lleno de optimismo y de determinación.

POR UN TURISMO ÉTICO. “Todo está construido sobre un nuevo concepto que empieza a imponerse: el turismo ético”, dice Casamitjana. “Esto significa que los viajeros eligen cada vez más sus destinos en función de que en

La campaña incluye una recomendación: la de visitar la ciudad o pueblo más cercano sin corridas

ellos se respete el medio ambiente, no haya explotación infantil o no exista la pena de muerte. Este fenómeno es ya imparable en Europa. En Holanda, por ejemplo, es prácticamente imposible que una empresa utilice en su propaganda o en sus escaparates algún reclamo relacionado con el toro, porque le llueven miles de cartas de protesta de los ciudadanos.” Detrás de esta concienciación colectiva están la

organización CAS (Comité Anti-Stieren, cuya web, disponible en español, es www.stieren.net) y su director, Marius Kolff, cuyo poderío económico es tan potente como resuelta su intención de lograr la erradicación de las corridas y las fiestas españolas en las que cada año mueren, en total, unos 60.000 toros bravos.

La lidia es “algo fuera de lugar y de tiempo”, se lamenta el coordinador de League, quien ha empezado a extender su tarea de concienciación social también por toda Sudamérica, Francia y Portugal. “No tenemos nada en contra de las ciudades ni de sus gentes, al revés: estamos decididos a promocionarlas sin descanso como destinos turísticos en cuanto rechacen sin paliativos el

toreo. Dentro de nuestra labor divulgativa y crítica, hemos confeccionado una lista negra con los lugares a los que no hay que ir y, como alternativa, otra relación con aquellas zonas españolas de interés que no tienen plazas de toros ni festejos taurinos y que recomendamos vivamente a los ingleses y al resto de ciudadanos de Europa y Norteamérica, donde también estamos iniciando la campaña de boicot. Sobre todo en Alemania y Estados Unidos.”

Y claro, en Inglaterra. “Nos dimos cuenta de que el turista número 1 en España es el inglés. Y el segundo, el alemán. Por nosotros, España seguirá teniendo mucho turismo. Pero no donde haya toros, sino en el pueblo de al lado. A ver si así cambia.”

«El veto es por el bien de la ciudad»

■ **Nacido en Barcelona** hace 42 años, Jordi Casamitjana es ciudadano británico desde hace dieciséis. Con su flamante título de zoólogo bajo el brazo, hizo la maleta y buscó su futuro en un país donde el trabajo de alguien como él “no tuviera que consistir necesariamente en experimentar con animales o maltratarlos”.

Su tono de voz no tiene nada que ver con

la utopía desahogada de quienes ladran mucho y muerden poco ni con la falsa contundencia de quienes sólo pretenden zarrandear conciencias. Jordi es bastante más que un señor voluntarioso: “Estoy convencido de que este boicot llegará a su objetivo y de que es por el bien de la ciudad, tanto de Sevilla como de las otras donde se organizan estos espectáculos.

A largo plazo, esto les reportará muchos más beneficios. La idea básica se resume en un eslogan: *Vota con tu dinero*.”

“El turista”, prosigue, para que se le entienda mejor, “está contribuyendo indirectamente con las corridas de toros, porque parte de su dinero va a los impuestos y de estos impuestos salen las subvenciones sin las cuales no podría

sobrevivir la lidia.”

Hasta ahora, el lugar recomendado por League para los turistas ingleses era Cádiz, “pero la alcaldesa ha anunciado hace poco su intención de construir una plaza de toros, de manera que Cádiz pasará también a la lista negra hasta que recupere su condición antitaurina.” Aún es pronto para analizar resultados. “Esto sólo es el principio.”



PROTESTA. Manifestación antitaurina celebrada el día 13 en Sevilla.