



"The Meatrix"

LA HAINE - BARCELONA :: 29/11/2003

Extert de Vilaweb

"The Meatrix", una de les moltes creacions en flash que circulen per la xarxa, es va penjar el tres de novembre d'aquest any. Ara, quan ja s'acaba el mes, segons la revista [Transfert](#) ja l'han vist 1.600.000 internautes. "The Meatrix" és una paròdia de la popular trilogia "The Matrix", que juga amb la paraula anglesa "meat" (carn). A més d'una magnífica realització, el film ha despertat un enorme interès pel seu missatge. Es tracta d'un treball d'activisme digital, amb una aguda crítica contra la gran indústria ramadera. A "The Meatrix", Morpheus (un bou) mostra a Neo (un porc), el món "real" que s'amaga sota una realitat virtual: un món en què els animals són maltractats, els fan prendre antibiòtics, es produeix un gran pol·lució i s'han destruït les petites comunitats rurals.

El film l'ha creat l'agència [Free Range](#), per donar suport a les accions de la [Global Resource Action Center for the Environment](#). El missatge final és que el consumidor té el poder per canviar la realitat.

Acompanya al film una pàgina amb [accions recomanades](#). Free Range té a la web el document pdf [guia de l'activisme per internet](#).

Extraido de Vilaweb

"The Meatrix", una de las muchas creaciones en flash que circulan por la red, se colgó el tres de noviembre de este año. Ahora, cuando ya se acaba el mes, según la revista [Transfert](#) ya la han visto 1.600.000 de internautes. "The Meatrix" es una parodia de la popular trilogia "The Matrix", que juega con la palabra inglesa "meat" (carne). Además de una magnífica realización, la película ha despertado un enorme interés por su mensaje. Se trata de un trabajo de activismo digital, con una aguda crítica contra la gran industria ganadera. A "The Meatrix", Morpheus (un buey) muestra a Neo (un cerdo), el mundo "real" que se esconde bajo una realidad virtual: un mundo en el que los animales son maltratados, les hacen tomar antibióticos, se produce una gran polución y se han destruido las pequeñas comunidades rurales.

El film lo ha creado la agencia [Free Range](#), para apoyar las acciones de la [Global Resource Action Center for the Environment](#). El mensaje final es que el consumidor tiene el poder para cambiar la realidad.

Acompaña a la película una página con [acciones recomendadas](#). Free Range tiene en la web el documento pdf [guia del activismo por internet](#).

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/the-meatrix