

Dal *British Journal of Sociology* 62(1)

**VEGAPHOBIA – MATTHEW COLE e KAREN MORGAN (BJS)
2011**

Vol. 62 – numero 1

Traduzione dall'inglese a cura di it.vegephobia.info

[\(Link all'articolo originale\)](#)

**VEGAFOBIA: DISCORSI DISPREGIATIVI SUL VEGANISMO E LA
RAPPRESENTAZIONE DELLO SPECISMO NEI QUOTIDIANI
BRITANNICI**

ABSTRACT

Questo articolo esamina criticamente la presenza di discorsi sul veganismo nella stampa britannica dell'anno 2007. Nel momento stesso in cui stabiliscono i parametri relativi a ciò di cui si può o non si può discutere, i discorsi dominanti contribuiscono alla comprensione del fenomeno. I discorsi che riguardano il veganismo sono presentati come in opposizione al buon senso, poiché non rientrano nel discorso largamente condiviso del cibarsi di carne. La stampa ha una tendenza a porre in cattiva luce il veganismo ridicolizzandolo o rappresentandolo come una pratica difficile se non impossibile da seguire. I vegani sono rappresentati in vari stereotipi: asceti, modaioli, sentimentali o, in alcuni casi, come ostili estremisti. L'effetto globale è quello di un ritratto spregiativo dei vegan e del veganismo che noi qui interpretiamo come "vegafobia". Interpretiamo i discorsi dispregiativi del veganismo apparsi nella stampa quotidiana britannica come evidenza della riproduzione culturale dello specismo, attraverso cui il veganesimo viene dissociato dalla sua relazione con il dibattito sui diritti degli animali non umani o la loro liberazione. Ciò è

problematico rispetto a tre punti tra loro correlati, il primo dei quali è che dal punto di vista empirico l'esperienza vegan è rappresentata in modo scorretto e quindi marginalizza i vegani. Il secondo punto è che perpetua un danno morale ai lettori onnivori, a cui non è offerta l'opportunità di capire il veganismo e la sua carica antispecista. E il terzo, il più importante, è che ciò nasconde - e quindi riproduce - i rapporti di sfruttamento e violenza tra animali umani e non umani.

INTRODUZIONE

Lo sfruttamento e la violenza degli umani verso gli animali non umani è endemica nelle società industrialmente avanzate, Regno Unito incluso. Per esempio in un anno più di 850 milioni di animali allevati nella campagna britannica vengono mandati al macello per essere trasformati in cibo destinato agli esseri umani (DEFRA 2010a, 2010b). Il numero di animali acquatici non si calcola ma si deduce da stime statistiche basate sul peso globale del pescato. Il veganismo rappresenta un'opposizione ai rapporti di sfruttamento e violenza imposti dagli umani ai non umani. La Vegan Society nel 2008 definisce il veganismo così:

... è una filosofia e un modo di vivere che mira ad escludere - per quanto sia possibile e pratico - ogni forma di sfruttamento e di crudeltà nei confronti degli animali ai fini dell'alimentazione, dell'abbigliamento ed ogni altro fine [...] In termini di dieta descrive la pratica di non cibarsi di niente che derivi parzialmente o totalmente da animali.

L'istituzionalizzazione dell'oppressione umana degli animali non umani è evidenza della diffusione dello specismo. Il concetto di Specismo fu elaborato da Richard Ryder come una forma di pregiudizio verso gli animali non umani analoga al sessismo e al razzismo tale che

non prende in considerazione o trascurava le similitudini tra chi compie la discriminazione e chi è discriminato/a e [...] egoisticamente non riconosce gli interessi né le sofferenze altrui (Ryder 1983:5)

Come sostiene David Nibert, un resoconto sociologico dello specismo necessita di un'analisi delle sue manifestazioni all'interno di istituzioni e relazioni sociali, "la struttura sociale della realtà specista" (2002:195). Ciò va oltre le radici del termine nel lavoro di Ryder, di Peter Singer (1995) e, più recentemente, di Joan Dunayer (2004). Queste autrici/autori, offrendo un contributo essenziale alla comprensione della presenza radicata dello specismo nel linguaggio, nel pensiero e nell'azione, di fatto limitano lo specismo ad una tendenza o pratica individuale. Proprio come il discorso antifemminista perpetua e legittima i rapporti sociali patriarcali, (si veda Welby 1990), così – qui sosteniamo – il discorso anti-vegan perpetua e legittima le relazioni sociali speciste.

Studi di sociologia empirica sui vegan sono rari (McDonald 2000; Cole 2008). Quando i vegan partecipano ad una ricerca, generalmente sono considerati un sottogruppo dei vegetariani - di cui si tende a considerare il veganismo come una forma di ascetismo dietetico che richiede eccezionali sforzi di auto-trasformazione (si vedano per esempio Beardsworth and Keil 2004). Detto questo, la ricerca pone anche in luce la prevalenza dei diritti degli animali tra le motivazioni di molti vegetariani (Amato e Partridge 1989; Beardsworth e Keil 1992,1993,1997). Considerando la collocazione dei vegan entro il gruppo più ampio dei vegetariani in gran parte della letteratura prodotta dalla ricerca, l'importanza dei diritti animali come motivazione specifica nei vegan risulta inesplorata. Quando invece la ricerca è condotta specificamente sui vegan i diritti animali emergono come motivazione primaria (McDonald e al. 1999; McDonald 2000; Larsson et al. 2003). È quindi plausibile asserire sulla base dell'evidenza esistente che il

veganismo è interpretato dalla maggior parte dei vegan (anche se non necessariamente in questi termini) come un aspetto della pratica antispecista. Tuttavia l'attenzione che molta della restante letteratura pone sulla dieta – e più specificamente sulle sue "restrizioni", tende a perpetuare un modello di veganismo inteso come devianza: ciò dà adito ad equivoci a livello accademico oltre che fornire una rappresentazione del veganismo che non corrisponde ai significati ad esso attribuiti dai vegan (Cole 2008). Nei termini di una più ampia presa di posizione a livello sociale contro il veganismo, i mass media rivestono un'importanza molto più significativa del mondo accademico, in quanto rappresentano un luogo-chiave di contestazione del significato del veganismo. Nonostante ciò, non risulta sia stato fino ad ora intrapreso alcuno studio di sociologia empirica sulla rappresentazione dei vegan e del veganismo nei media britannici. In questo articolo avviciniamo i media di informazione adottando la concettualizzazione dei discorsi di Foucault – riconosciuti come "modi strutturali di conoscenza" che divengono "pratiche istituzionalizzate" (Ransom 1993:123). Come suggerito da Teun van Dijk, "probabilmente non c'è altra pratica discorsiva, oltre la conversazione quotidiana, che coinvolga più frequentemente e un più gran numero di persone dei giornali e dei telegiornali (1991:110).

Essendo impossibile affermare che il pubblico di lettori e telespettatori è composto da consumatori passivi, le notizie vengono di conseguenza rinforzate all'interno di schemi che derivano almeno in parte dal presupposto che esista una natura consensuale della società (Hall et al. 1978). Dato che spesso le vicende delle notizie si trovano al di fuori dell'esperienza diretta del pubblico è compito dei media renderle comprensibili, collocandole entro un campo di comprensione che le faccia apparire naturali [Hall et al. 1978; Giltin 1980 e anche Herman e Chomsky 1994).

Anche se i media permettono di dissentire dai discorsi dominanti, questi si sviluppano entro schemi di comprensione prestabiliti- i contro-discorsi si trovano quindi in una posizione più difficile, dovendosi misurare con i termini di riferimento preesistenti (Hall et al. 1978). Di conseguenza, come nota Foucault, su ciò che è possibile discutere si pongono parametri che aiutano a capire perché un certo elemento compare (o viene omesso) e perché è rappresentato con un certo taglio (Foucault 1989:61). Accedere ai media è comunque più difficile per chi rappresenta opinioni di minoranza che per gruppi o opinioni dominanti (Danelian 1992). Una volta ottenuto l'accesso, la tendenza è quella di fare presentare le prospettive dominanti ad un professionista – qualcuno di "notevole autorevolezza"– mentre è più insolito che le prospettive alternative siano attribuite ad un esperto (Kruse 1998).

Per quanto concerne i vegan e il veganismo non sono soltanto le rappresentazioni mediatiche che inviano al pubblico un messaggio su come tali argomenti debbano essere percepiti, ma anche il modo in cui sono utilizzate le pratiche dominanti sull'alimentazione carnea per definire i parametri del discorso. Con questo non si sostiene che il discorso vegan sia totalmente assente dai media. Per esempio evidenza empirica suggerisce che il passaggio al veganismo spesso segue l'essere venuti a contatto con informazioni che criticano lo specismo e le relazioni di sfruttamento umani-nonumani, informazioni che spesso provengono da mezzi di comunicazione non dominanti, come volantini di attivisti vegan, libri, film e siti web (Amato e Partridge 1989; McDonald et al. 1999; Larsson et al. 2003). Quindi si contestano i messaggi dei media dominanti sul veganismo: nonostante ciò, i messaggi di contestazione non hanno una distribuzione molto ampia e trovarli richiede uno sforzo maggiore agli attori sociali.

In questo articolo esamineremo criticamente il linguaggio usato per descrivere i vegan e la pratica del veganismo nei quotidiani britannici –

includere le edizioni della domenica – durante l'anno solare 2007, dedicando un'attenzione particolare alla comprensione di un certo discorso antispecista. Proseguiremo discutendo i risultati ottenuti in termini di frequenza di discorsi specifici prima di elaborare un'interpretazione del significato di ognuno di essi. Concluderemo quindi con alcune riflessioni sulle possibili strategie per combattere i discorsi spregiativi che i media fanno sul veganismo a partire dalla dichiarazione del veganismo come pratica antispecista.

METODI

LexisNexis è un archivio on-line di contenuti da supporti stampati che abbiamo utilizzato per condurre una ricerca su tutti i quotidiani britannici pubblicati nell'anno solare 2007 usando le parole-chiave "vegan" "vegani/e" e "veganismo", il 2007 scelto come l'anno completo più recente all'inizio della nostra ricerca. Questo metodo ha avuto molti vantaggi: ha facilitato la velocità di aggregazione dei dati rispetto alle ricerche di archivio condotte manualmente e ci ha permesso di verificare con un certo margine di sicurezza la varietà dei discorsi in cui le parole-chiave erano presenti nel testo di modo che, salvo minimi errori tecnici, l'uso di tali parole in tutta la stampa britannica non ci è sfuggito. Ciò si è rivelato particolarmente utile ai fini di rivelare la presenza della discussione sui vegan e sul veganismo in contesti non previsti, come gli articoli sulle celebrità vegan. Un limite di NexisLexis è che non evidenzia esempi in cui il veganismo è discusso implicitamente o lateralmente, come per esempio nel caso di articoli che criticano il ruolo dell'allevamento nel cambiamento climatico. NexisLexis risulta ancora meno utile nell'identificazione di neologismi quali "veg", usato come termine generico per descrivere contemporaneamente vegetariani e vegani. Lanciare una ricerca con la parola-chiave "veg" sarebbe risultato poco pratico, considerando l'onnipresenza del termine come abbreviazione di "vegetables" [verdure, n.d.t].

Un'ulteriore limitazione di NexisLexis è che non offre le immagini che accompagnano gli articoli per cui un'analisi della rappresentazione visiva dei vegani e del veganismo meriterà uno studio a sé stante.

Le fonti raccolte sono state lette e divise in tre ampie categorie ("positive", "negative" e "neutre") a seconda della nostra interpretazione del tono generale di ognuna. Abbiamo incluso le lettere dei lettori, tenendo conto che si può ragionevolmente considerare la decisione editoriale di pubblicarle come parte costituente del discorso che la testata conduce sui vegani e sul veganismo. Durante questo procedimento sono emersi temi ricorrenti del discorso da noi usati per generare le sottocategorie dei discorsi "negativi". Dopo l'iniziale catalogazione si sono rilette le fonti e si sono organizzate le sottocategorie in modo tale da rispecchiare più accuratamente i discorsi contenuti.

Infine si sono rilette le fonti per la terza volta, dedicando particolare attenzione a quelle contenenti più di un discorso "negativo" o delle combinazioni di discorso "positivo" e "negativo". L'assegnazione conclusiva alle diverse categorie è avvenuta caso per caso alla base dell'interpretazione in relazione al discorso dominante.

RISULTATI

La ricerca ha raccolto 397 articoli in cui una (o più di una) parola-chiave compare almeno una volta. Gli articoli sono stati raccolti, letti e organizzati sotto titoli generici: "positivi", "neutri" e "negativi" (vedi tabella 1).

Su 397 articoli, 22 (pari al 5,5%) sono stati catalogati come "positivi"; 80 (pari al 20,2%) sono stati catalogati come "neutri"; 295 (pari al 74,3%) sono stati catalogati come "negativi".

Table I. <i>Frequency of discourses of veganism by newspaper</i>
--

Newspaper	Positive		Neutral		Negative		TOTAL
	N	%	N	%	N	%	N
1. Notes: * N = Number of articles. Percentages are rounded to the nearest tenth of a percent and therefore do not always total 100.							
<i>Daily Express</i>	0	0	1	100	0	0	1
<i>Daily Mail</i>	3	6.5	2	4.3	41	89.1	46
<i>Daily Star</i>	0	0	0	0	13	100	13
<i>Daily Telegraph, The</i>	1	4.8	1	4.8	19	90.5	21
<i>Financial Times</i>	1	7.7	7	53.8	5	38.5	13
<i>Guardian, The</i>	10	10.5	36	37.9	49	51.6	95
<i>Independent, The</i>	1	6.7	2	13.3	12	80	15
<i>Mail on Sunday</i>	0	0	1	12.5	7	87.5	8
<i>Mirror, The</i>	2	12.5	1	6.3	13	81.3	16
<i>News of the World, The</i>	0	0	1	20	4	80	5
<i>Observer, The</i>	1	2.7	2	5.4	34	91.9	37
<i>People, The</i>	0	0	4	66.7	2	33.3	6
<i>Sun, The</i>	0	0	2	9.5	19	90.4	21
<i>Sunday Express, The</i>	1	9.1	2	18.2	8	72.7	11
<i>Sunday Mirror, The</i>	0	0	1	14.3	6	85.7	7
<i>Sunday Star, The</i>	0	0	0	0	2	100	2
<i>Sunday Telegraph, The</i>	0	0	1	12.5	7	87.5	8
<i>Sunday Times, The</i>	1	3.1	7	21.9	24	75	32
<i>Times, The</i>	1	2.5	9	22.5	30	75	40
TOTAL	22	5.5	80	20.2	295	74.3	397

Gli articoli "positivi" sono quelli considerati favorevoli verso i vegan e il veganismo: possono ad esempio descrivere in termini entusiastici una ricetta vegan o delucidare qualche argomento in favore del veganismo. Gli articoli "neutri" menzionano i vegani e il veganismo en passant, senza commento di valore. Quasi tutti gli articoli neutri sono articoli informativi di gastronomia o di viaggi: gli articoli negativi comprendono uno o più discorsi spregiativi che generalmente includono uno o più stereotipi da un assortimento anti-vegan ben collaudato. Questi discorsi, in ordine di frequenza, sono:

- Ridicolizzazione del veganismo
- Caratterizzazione del veganismo come ascetismo

- descrizione del veganismo come difficile o impossibile da mantenere
- descrizione del veganismo come moda passeggera
- caratterizzazione dei vegan come ipersensibili
- caratterizzazione dei vegan come ostili

La tabella 2 mostra la frequenza di ogni discorso “negativo” in ciascuna testata.

<i>Table II. Frequency of negative discourses of veganism by newspaper</i>							
Newspaper	Ridicule	Ascetic	Difficult	Fad	Oversensitive	Hostile	TOTAL
<i>Daily Express</i>	0	0	0	0	0	0	0
<i>Daily Mail</i>	14	10	10	3	4	0	41
<i>Daily Star</i>	5	2	1	2	2	1	13
<i>Daily Telegraph, The</i>	3	4	5	5	1	1	19
<i>Financial Times</i>	2	1	1	0	0	1	5
<i>Guardian, The</i>	17	14	7	7	2	2	49
<i>Independent, The</i>	4	3	1	1	3	0	12
<i>Mail on Sunday</i>	1	4	1	0	1	0	7
<i>Mirror, The</i>	5	2	3	0	0	3	13
<i>News of the World, The</i>	2	1	1	0	0	0	4
<i>Observer, The</i>	10	6	9	3	5	1	34
<i>People, The</i>	2	0	0	0	0	0	2
<i>Sun, The</i>	5	4	5	0	3	2	19
<i>Sunday Express, The</i>	1	1	2	2	2	0	8
<i>Sunday Mirror, The</i>	0	3	0	3	0	0	6
<i>Sunday Star, The</i>	0	1	1	0	0	0	2
<i>Sunday Telegraph, The</i>	3	4	0	0	0	0	7
<i>Sunday Times, The</i>	9	9	3	1	1	1	24
<i>Times, The</i>	5	16	3	2	0	4	30
TOTAL	88	85	53	29	24	16	295

Alcuni articoli sono ambigui e sintetizzano elementi negativi e positivi. Tuttavia, con una sola eccezione, siamo giunti alla conclusione che tutti i casi del genere ottengono l’effetto retorico per cui gli elementi negativi hanno il sopravvento su quelli positivi. In pratica i discorsi negativi si

confondono, richiamano e rinforzano tra loro e sono qui separati solo ai fini dell'analisi. Alcune di queste interconnessioni diverranno evidenti nelle parti seguenti, dove analizzeremo ognuno di questi discorsi, prima delle riflessioni sulla categoria "positiva" e "neutra".

ARTICOLI CHE RIDICOLIZZANO IL VEGANISMO

La messa in ridicolo del veganismo in genere procede attraverso un procedimento associativo che spesso si rifà ad una presunta realtà naturalmente ridicola del veganismo come presente nei giornali e nell'immaginario dei lettori:

Tony Andrews viaggia zaino in spalla con destinazione l'Australia, il luogo d'origine dove potrà dare sepoltura alle borsette di pelle di cocodrillo della nonna. (People 2007b:22)

In questo caso l'accettazione della legittima riduzione dei cocodrilli a meri fornitori di pelle per borse è implicitamente usata per ridicolizzare l'atto di rispetto postumo di rendere al cocodrillo la sua individualità.

Altrove il veganismo è accostato ad altri fenomeni culturali rappresentati come indiscutibilmente ridicoli. Un esempio è tratto da un articolo su internet apparso sul Guardian:

Tra gli elenchi degli astrusi avvistamenti UFO (nell'immagine) e caffetterie vegane... (*Guardian: the Guide* 2007:31)

Tali esempi mirano a definire il veganismo come un'innocua stranezza. Altri associano il veganismo al linguaggio dell'oppressione umana, come nella seguente lettera di un lettore, esempio di omofobia sull'argomento degli ispettori fiscali:

Se ne andranno da casa mia convinti che sono un nudista satanista vegan, irrimediabilmente gay, uno che tiene sul comodino la foto dell'adorato John Prescott (Mail on Sunday 2007:80)

Talvolta la messa in ridicolo mescola credenze pseudoscientifiche a stereotipi anti-vegan. In risposta alla lettera di un lettore su un collega di lavoro flatulento, Joe Joseph del Times risponde:

... può essere che il suo collega abbia di recente adottato un'alimentazione vegana per motivi ecologici o di salute. Pare che tale dieta possa avere come conseguenza la produzione giornaliera di mezzo litro di gas: paradossale, se si considera che gli ecologisti passano a una dieta vegan perché considerano le mucche, e le loro emissioni di metano, un attentato all'ambiente (Times:Times 2 2007b:3)

Questo sovvertimento degli argomenti ambientali per il veganismo sembra fuori contesto rispetto al quesito del lettore, specialmente perché la dieta vegan del collega invadente è un'invenzione del giornalista. È inoltre indicativo che si menzionino soltanto le motivazioni ambientali e di salute: l'assenza della filosofia dei diritti animali come base del veganismo nella stampa è un tema ricorrente in ogni genere di discorso. L'impegno nei confronti dei diritti animali – a differenza della "stranezza" e delle rivendicazioni salutari e ambientali dei vegani – è raramente ridicolizzato nel contesto del veganismo. Ciò rappresenta, a livello del discorso, una scissione tra il veganismo e il dibattito per i diritti animali che priva il veganismo del suo contenuto più radicale [di recente, è comparso anche in Italia un [articolo](#) a carattere denigratorio che utilizzava lo stesso "argomento", con risultato quasi grotteschi, n.d.t].

Considerata la preminenza dei diritti animali come motivazione per la scelta in direzione vegan (si veda l'introduzione all'articolo), ciò distorce grandemente l'esperienza vissuta del veganismo. Questa scoperta dell'assenza del contenuto antispecista del veganismo nel discorso giornalistico è sostenuta dalla preminenza del discorso dispregiativo che segue: il veganismo come ascetismo.

CARATTERIZZAZIONE DEL VEGANISMO COME ASCETISMO

Lo stereotipo ascetico opera in forme più o meno esplicite. All'estremità più vicina all'implicito della scala di valori si colloca l'accostamento del termine vegan o vegani ad aggettivi che rimandano al lettore l'abnegazione o la presunta astemia volontaria dei vegani. La definizione più comune è "vegan rigoroso" (per esempio nel Sunday Express 2007:13). Altri esempi includono i "vegani puri e duri" (Times 2007:7) e "fervente vegan" (Mirror 2007b:25). Questi aggettivi rafforzano un'immagine del veganismo come pratica che richiede una forza di volontà più o meno straordinaria per contrapporsi all'anima onnivora della cultura alimentare britannica.

Nonostante ciò la ricerca pone in evidenza che i vegan, specialmente quelli motivati dai diritti animali, considerano il proprio regime alimentare esteticamente più piacevole e per nulla complicato (Rozin, Markwith e Stress 1997; Hamilton 2006). L'immagine ascetica inoltre allontana il veganismo da ogni possibile associazione con un'esperienza gastronomica piacevole, nonostante la ricerca dimostri l'ampia varietà di alimenti di origine vegetale offerti dalla dieta vegetariana e vegana (Haddad e Tanzam 2003).

Sono diversi i modi in cui i vegani vengono esplicitamente definiti ascetici. L'ascetismo è talvolta accomunato per associazione ad altri stereotipi di abnegazione, per esempio in espressioni come quella dell'Observer "una vita più lunga di quella di un bancario vegano" (Observer 2007:35). In alternativa suscita sorpresa un atteggiamento edonistico quando

l'interessato è vegan: "sarà pure vegan ma ciò non gli impedisce di essere un godereccio che non si perde una festa" (*Daily Mail* 2007 d:11). La tensione tra diverse forme di ascetismo ed edonismo è illustrata bene in questa intervista ad un musicista:

"Non conta quanto rock e fuori di testa sei, la gente ti considera sempre un vegano buddista" (*The Times: The Knowledge* 2007:28)

In contrasto si ritiene che diverse forme di abnegazione per i vegan siano la norma; nel seguente caso si associano all'affermazione secondo cui i diritti della donna consisterebbero in quello di ubriacarsi:

La regina delle oche giulive Gwyneth Paltrow ha raggiunto nuove vette di banalità dichiarando "fuori luogo" per le donne ubriacarsi. 34 anni, vegana e astemia, Gwyneth fa arretrare di 20 anni il movimento per i diritti delle donne con l'affermazione "lo trovo volgare[...]" (*Daily Star* 2007b:4)

Un'altra immagine di ascetismo multiplo è evocata in un articolo sull'attrice Demi Moore: "se sei vegana e devi portare le calze contenitive, nella vita non ti resta tanto da ridere" (*Daily Mail* 2007g:22)

Il significato del discorso ascetico è complesso. Una delle interpretazioni può essere quella di un certo atteggiamento di rispetto misto a invidia per i vegan che riescono a restare coerenti in un mondo consumistico e onnivoro pieno di tentazioni: "Fate i bravi: brindate bio e vegan!" (*Observer Food Monthly* 2007a:82). Ma, come approfondiremo più avanti, il lettore a cui la stampa si rivolge non è quasi mai vegan. Al contrario, quindi, l'immagine ascetica serve a rassicurare il lettore onnivoro sulla moralità della sua etica alimentare e, per associazione, sulla sua normalità in contrasto con la "stranezza" dei vegani, descritti come "hippy pulciosi, [...] teste di vegan"

(*Daily Telegraph*: Art 2007:16). Se il veganismo fosse ritratto come piacevole e facile da seguire, i discorsi sull'essere onnivori si troverebbero in una posizione più precaria: prenderebbero forma su un terreno discorsivo organizzato dai vegan stessi, un terreno ricco di complesse discussioni su specismo, violenza e sfruttamento. Il discorso dispregiativo ha quindi la funzione di tenere a distanza il veganismo, così riconoscendone l'esistenza senza mai davvero considerarne le sfide. Dichiarare la difficoltà di un'alimentazione vegan ottiene il medesimo scopo.

IL VEGANISMO DESCRITTO COME DIFFICILE O IMPOSSIBILE DA SEGUIRE

La difficoltà del veganismo negli articoli giornalistici si riduce tipicamente alla ridicolizzazione dei cibi vegan, descritti come insipidi, insoddisfacenti e impossibili da reperire. Spesso ciò è espresso con un tono di compatimento per la presunta povertà dell'alimentazione dei vegani e per il fatto che esclude dal presupposto piacere di cibarsi di animali non umani:

La deputata laburista al parlamento scozzese [...] confessa di tifare per i Kilmarnock FC ma non può mangiare un tortino al Rugby Park perché è vegana (Daily Mail 2007f:13)

Si scivola verso l'ascetismo anche discriminando il cibo vegan come etico ma poco appetibile: "salutare... come un vasetto di quegli yogurt vegani" (*Sunday Times* 2007f:4)

Contemporaneamente si ribadisce la scontata mancanza di sapore del cibo vegan anche di fronte all'evidenza dell'opposto: "adatto ai vegani – anche se dal sapore non lo si direbbe mai" (*Guardian*: G2 2007:23). Qui non ci si rivolge ad un ipotetico lettore vegano, altrimenti il fatto che l'uovo pasquale

vegan recensito nell'articolo sia effettivamente squisito non sarebbe così rilevante. In contrapposizione, il delizioso sapore delle secrezioni di animali non umani è presentato come un piacere che è, senza ombra di dubbio, irresistibile: "le piace troppo il formaggio per diventare vegana" (*Daily Mail: Weekend 2007:49*). Mentre la dichiarata difficoltà del veganismo si limita tipicamente a simili giri di parole elusivi, il ridicolo, l'ascetismo e la difficoltà del veganismo si mescolano all'esplicito specismo nello spettacolare esempio seguente di discorso dispregiativo del tipo "sei quello che mangi":

Se si tratta di sostituire l'alimentazione bilanciata della spesa fatta al supermercato sotto casa con una dieta-culto fanatica e modaiola [il veganismo come proposto dal libro *Skinny Bitch...*] preferisco restare grassa come un maiale" (*Daily Mail 2007c:57*)

Tale implicita quanto ambigua visione della vita più facile come più giusta (comodità onnivora del supermercato piuttosto che setta vegan) riemerge nei resoconti che esaltano i fallimenti dei vegani, tipicamente incentrati sull'irresistibilità della carne degli animali non umani...

Liv Tyler è diventata vegana per amore-quando stava con Joaquin Phoenix ma si è data nuovamente alle bistecche quando la coppia è scoppiata (Observer Food Monthly 2007b:27)

... o del loro latte:

[...] *lui è vegano, a differenza di lei che, ogni tanto ancora non riesce a dire no a qualche derivato del latte (Sunday Times 2007c:24)*

Tali esempi rassicurano i lettori onnivori sul fatto che il veganismo è destinato al fallimento - per cui non si devono sentire in colpa se nemmeno

fanno il tentativo. E dal fallimento dell'esperienza vegana di alcune persone famose al deprezzamento del veganismo come mera moda dietetica tout court il passo è breve.

IL VEGANISMO DESCRITTO COME MODA DEL MOMENTO

Mentre è facile liquidare i vegani in astratto ridicolizzando loro o la loro alimentazione (se non ritraendoli come asceti), per i vegani famosi generalmente si attuano altre strategie derogatorie. Quella più comune è liquidare il loro veganismo come una moda di passaggio, accusando indirettamente tutti i vegani di essere solo dei modaioli. Nonostante ci siano diverse persone famose che passano per seguaci della moda vegan, due di queste meritano un'attenzione particolare per il fatto di essere denigrate costantemente durante l'anno: Gwyneth Paltrow e Heather Mills. Paltrow passa per la modaiola vegan famosa per eccellenza:

Gwyneth Paltrow è praticamente una verdura, tanto è verde. Nutrita di cibi integrali macrobiotici, con la piccola Apple in braccio e Chris Martin al suo fianco, fornisce l'esempio della famiglia britannica che rifiuta la carne. (Observer Food Monthly 2007b:27)

E questo nonostante la sua discutibile posizione identitaria di vegana:

Ci si domanda se Gwynnie abbia riflettuto bene su questa folle avventura culinaria. Lei però insiste: "Non toccherò la carne in questo viaggio – me la caverò con riso e pesce" (Sunday Express 2007:13)

La sincerità del veganismo di Paltrow è irrilevante nei confronti della sua utilità come icona della moda vegan. La sua disponibilità a nutrirsi della

carne di animali acquatici è discorsivamente utile perché è materia per un altro stereotipo: quello del vegano ipocrita e sensibile alle tentazioni delle carni di animali non umani. L'articolo continua:

Che cosa farà come madre di due bambini quando le verrà messo davanti un piatto di chorizo [salame piccante, n.d.t] lo lasciamo all'immaginazione.

Il trattamento riservato a Heather Mills è più ostile e apertamente sessista. All'inizio dell'anno il suo veganismo è liquidato come la reazione isterica dell'amante abbandonata gelosa dell'affetto di Paul McCartney per la moglie Linda:

Perché Heather Mills non capisce che non si attirerà le simpatie del pubblico copiando Linda, la moglie scomparsa di Paul McCartney, abbracciando il veganismo e mettendo in piedi una linea di prodotti di bellezza in concorrenza con sua figlia Stella? (Sunday Mirror 2007:43)

In seguito la stampa la denigra accusandola di ipocrisia, presumibilmente rivelando la sua scelta vegan come una finta e ponendo il veganismo in ridicolo per associazione. La copertura dell'inaugurazione della campagna di Viva! (Vegetarian International Voice for Animals) sull'impatto climatico dell'allevamento si è concentrata sulla comparsa di Heather Mills su un'antiecologica Mercedes SUV e sul resoconto fazioso dei suoi commenti sulla stranezza del bere il latte di altre specie animali:

Heather ha detto che bisogna smetter di bere latte di mucca e che si devono trovare delle alternative, come il latte di ratta e di cagna! (Times 2007a:27)

Mills ha così commentato l'articolo:

Ho detto che bere latte vaccino non è poi così diverso dal bere latte di cane, gatto o topo, non che lo si debba fare. Non ho mai detto "bevete latte di topo". Sono vegana, non berrei mai nulla del genere. (Daily Mail 2007a:8)

Solo il *Daily Mail* ha pubblicato il chiarimento. Al contrario, il *Mirror* (2007a:27), il *News of the World* (2007), il *Daily Star* (2007:31). Il *Sun* (2007c) e il *Sunday Times* (2007d:17) hanno tutti riportato le parole di Mills erroneamente, come se avesse incoraggiato il consumo di latte di ratta e/o hanno evidenziato il suo uso presumibilmente ipocrita di un'automobile antiecológica sostanzialmente ignorando gli argomenti alla base della campagna di Viva!. Il massimo della copertura data alla vicenda è stata del *Daily Star*, che in tono ironico ha coniato l'offensiva definizione "la mutilata con gli occhi da pazza".

L'armata anti-Mills prova un odio supremo per la folle vegana trentanovenne che è diventata l'ambasciatrice di più alto profilo del latte di ratta da quando Fat Tony ha cercato di propinarlo a Bart Simpson. (*Daily Star* 2007a:16)

Significativo che i vegan presi di mira e denigrati dalla stampa siano in realtà donne: il fatto di seguire la moda è spesso associato alla sottocultura femminile come strategia di trivializzazione (McRobbie 2000). Similmente il discorso del vegan ipersensibile fa riferimento ad uno stereotipo di genere sulla sensibilità. I dati a disposizione suggeriscono che la popolazione vegan femminile è approssimativamente il doppio di quella maschile. (Cole e Stewart 2000; Imaner Consultants 2003; Amato and Partridge 1989)[nota 4].

Tra le possibili spiegazioni si colloca la maggiore capacità delle donne di provare empatia per gli animali non umani, come risultato dell'esperienza

condivisa dell'oppressione patriarcale (Adams 2000) e il divario causato dal processo di socializzazione di genere che predispone maggiormente le donne a sentimenti compassionevoli nei confronti degli animali rispetto ai maschi (Maurer 1990).

La denigrazione degli atteggiamenti delle donne rispetto allo sfruttamento degli animali non umani quindi unisce il sessismo alla banalizzazione di quella che è una reazione etica e compassionevole in "sentimentalismo". Rod Brookes e Beverly Halbrook (1998) per esempio, evidenziano la natura di genere del dibattito che ha avuto luogo sulla stampa riguardo la crisi dell'ESB (encefalite spongiforme bovina) - scoppiata in Gran Bretagna nel 1996. Le donne, incluse alcune leader politiche, furono ampiamente accusate di isterismo nel loro tentativo di convincere tutti a non mangiare carne bovina, mentre le voci "rassicuranti" erano quelle degli esperti maschi. I recenti attacchi al vetriolo contro Mills, fomentati dai retroscena del suo astioso divorzio da sir Paul McCartney, ricordano le descrizioni delle donne "irrazionali" al tempo della "crisi bovina".

Per Mills si riserva un biasimo ancora più esplicito perché e percepita come una che, nella sua presunta proposta di latte di ratta, va contro natura. Negli articoli dei giornali non si evidenzia la discutibile "naturalità" con cui gli umani bevono il latte di qualsiasi altra specie - mucca inclusa. Tale esplicita antipatia è, per altro, rara: un più tipico approccio della stampa è quello di rappresentare l'emotività dei vegani.

I VEGAN CARATTERIZZATI COME IPERSENSIBILI

L'immagine del vegan ipersensibile è creata sullo stereotipo dell'"amante degli animali" sentimentale e incapace di accettare la dura realtà di una "natura con zanne e artigli lordi di sangue". La tipica forma che questo discorso assume è la battuta gratuita alle spese dei vegan. In genere la battuta associa implicitamente o esplicitamente il cibarsi di carne alla forza e al realismo:

[...] è sulle spine come un vegan in un macello (*Guardian: Sport* 2007:20)

come [...] invitare un vegan ad una serata a base di fondue (*Daily Mail* 2007:56)

lo sputeranno come carne di vitello ad una cena vegan (*Sunday Times: Culture* 2007:14)

Quando nel mirino c'è una donna, è possibile che il discorso anti-vegan si combini al discorso sessista. Ma anche nella discussione astratta sul veganismo il discorso dell'ipersensibilità è allo stesso tempo una forma di tacita femminizzazione, poiché attinge a stereotipi di genere che presentano la donna come eccessivamente emotiva o irrazionale. Di solito l'eccessiva emotività non dichiarata prende questa forma:

[i vegan e/o le donne] sono eccessivamente sentimentali, incapaci di affrontare emotivamente la dura realtà della predazione animale. Il fatto che rifiutino la violenza su altri animali è evidenza della loro irrazionalità. Non sono quindi in grado di partecipare razionalmente al dibattito sulla relazione che intratteniamo con le altre specie: si devono quindi porre in ridicolo ed escludere dal dibattito.

L'effetto di questa retorica è che, per definizione, solo gli umani che si nutrono di animali non umani dimostrano di non essere "troppo sensibili". Per questo l'antispecismo come praticato dai vegani viene escluso dal discorso sui rapporti tra umani e animali non umani.

Di tanto in tanto l'ipersensibilità è utilizzata per legittimare attacchi diretti ai vegan. La seguente lettera al direttore del *Sunday Times* intreccia vegafobia e islamofobia nel commentare la notizia di un dipendente

mussulmano che è stato esentato dal maneggiare alcolici nel supermercato dove lavora:

Se permettono al personale mussulmano di non vendere alcolici, allora gli ebrei possono rifiutarsi di servire pancetta e gli induisti i prodotti che contengono carne bovina o addirittura i vegani qualunque genere di derivato della carne? Credo sia ora di mettere dei limiti.

Questo genere di indignazione verso presunte o reali rivendicazioni di vegani che chiederebbero di essere trattati con rispetto delle loro convinzioni, è relativamente insolita perché implica una disponibilità all'azione contro l'ordine specista che è assente nella passività di cui si accusano i vegani ascetici, modaioli o i sentimentali. Talvolta i discorsi dispregiativi portano ancora più oltre l'accusa all'attivismo vegan, sfociando nella denigrazione del vegan "ostile".

CARATTERIZZAZIONE DEI VEGANI COME OSTILI

Il discorso dispregiativo meno frequente è quello sul vegan ostile. Gli esempi spaziano dal blando "vegan esplicito" (*Sun* 2007) a "vegan militante" (*Times: Times 2* 2007a: 6) fino all'inverosimile "terrorista vegan" (*Times* 2007b: 12). Ma questi esempi si riferiscono rispettivamente ad un personaggio di fiction televisiva - uno dei protagonisti del film *Babe* - e al personaggio di un romanzo. Nella sua caratterizzazione diretta dell'ostilità dei vegani è più raro il riferimento (seppur fatto in tono scherzoso) alla relazione tra veganismo e attivismo per i diritti animali, di cui la frase ricorrente è: "Sono vegan: bastardi, smettetela di ammazzare gli animali!" (*Sunday Times* 2007b: 54).

L'esempio più notevole di ostilità vegan nell'anno 2007 è di natura piuttosto diversa e proviene dalle stridenti notizie sul processo tenuto negli Stati

Uniti ai due genitori vegan accusati di aver ucciso la figlioletta: "Vegani killer" titola il *Sun* (2007d); "Dieta vegana uccide bebè" (*Mirror* 2007c:23); "Vegani integralisti colpevoli di omicidio" (*Times* 2007c:43). Il veganismo dei due genitori è evidenziato nonostante la dichiarazione dell'accusa secondo cui "la bambina è deceduta perché non è stata nutrita". La dieta vegana in sé va bene. (*Guardian* 2007b:17). Queste notizie rilevano un forte pregiudizio anti-vegan, considerando che - come da dichiarazione dell'accusa - la dieta vegana era stata irrilevante per la morte della piccola, deceduta perché non nutrita.

Se dei genitori non-vegani fanno morire i figli di fame nessuno li chiama "onnivori killer", né ci viene detto che una dieta a base di carne e latticini fa morire i bambini. In questo caso il discorso ostile, letteralmente omicida, si fonda sul più ricorrente discorso ascetico: la vera ostilità dei vegani si ritorce loro contro come un estremo e tragico esempio della negazione dei bisogni del corpo (fatto di carne). La rarità del discorso sull'ostilità dei vegani, vista nel contesto delle strategie più utilizzate della messa in ridicolo dei vegani e del loro cibo - oltre all'accusa di ascetismo e sentimentalismo - acquista significato se consideriamo i discorsi dispregiativi come un insieme coerente il cui effetto generale è quello di disinnescare quell'aspetto del veganismo che più mette in discussione: il fatto che l'essere onnivori deve rendere conto della sua complicità nella violenza perpetrata sugli animali non umani. Associare il veganismo a diverse forme di eccentricità equivale ad allontanare il veganismo dall'attivismo per i diritti animali nonostante i legami esistenti tra le due realtà (Animal Aid 2009; Viva! 2009; si veda anche Maurer 1990) e, come già discusso, all'interno del discorso vegan.

A prescindere dal ritratto (fortemente negativo) dei vegani e del veganismo fino ad ora analizzato, ci sono alcune evidenti eccezioni che ora prenderemo in considerazione.

DISCORSI POSITIVI E NEUTRI

Gli articoli che trattano imparzialmente il veganismo sono quasi tutti esempi di prodotti e servizi "adatti ai vegan", ad esempio:

Come molti locali di Cuba non è l'ideale per i vegan, considerato che nella gran parte dei piatti c'è carne, in genere maiale; ma Liz è vegetariana e se l'è cavata bene (People 2007a:44)

L'effetto evidente di questi esempi è quello di alleggerire l'effetto monolitico dei discorsi spregiativi. Essi appaiono come un tentativo dettato dalla buona intenzione di fornire ai lettori vegan – o a chi si occupa di ristorazione e servizi per vegani – notizie utili per mangiare fuori casa e viaggiare. Ma ad un'analisi più approfondita, i discorsi apertamente "neutri" rinforzano la concezione del veganismo percepito come difficile - poiché pongono in evidenza il fatto che per i vegan è necessario organizzare pasti e soggiorni su misura. Ai lettori non vegan essere vegan è fatto apparire come più problematico. Un effetto cumulativo ottenuto dal discorso "neutro" della stampa è quello di presentare il veganismo sempre e soltanto come stile di vita o scelta da consumatori. Ciò è particolarmente evidente quando si pubblicizzano "cibi vegan" insieme alla carne:

I più amati sono il Beet Burger (hamburger di manzo della Cornovaglia con crescione e barbabietola, salsa di rafano e maionese all'aglio arrostito) e il vegan Sunflower Burger (hamburger di tofu con zenzero, coriandolo, peperoncino, salsa di sesamo, peroni rossi arrostiti e germogli). (Sunday Times 2007a: 33)

Nel 2007 non vengono quasi mai presi in considerazione gli interessi, le preoccupazioni e le esperienze dei vegan - che non sono quasi mai rappresentati direttamente se non attraverso una manciata di lettere di cui

sono mittenti. Talvolta si rende esplicita la posizione di consumatore-outsider dei vegan: sul *Guardian* Tom Norrington-Davies (“cuoco e carnivoro convinto”) offre consigli ai carnivori che si trovano nella difficile posizione di vivere con vegetariani e vegani. A seguito della dichiarazione “i cuochi odiano i vegetariani” ci informa: “Se pensavate che mangiare fuori fosse complicato, aspettate di vedere che cosa succede ad un pranzo di famiglia!” In seguito allude a stereotipi negativi di “cibo vegan”, come nella frase: “non dimentichiamo il tofu – e suvvia, non fate quella faccia!” (*Guardian* 2007a:18). L’articolo, redatto come una guida solidale con il mangiatore di carne impreparato ad affrontare i misteri di vegetariani e vegani, rafforza invece la nostra “alterità” con l’utilizzo di discorsi sulla difficoltà delle diete veg*ane (al ristorante e in famiglia) e sull’ascetismo (si noti l’allusione al disgusto per il tofu). Quindi anche in un giornale che dà più visibilità al veganismo come il *Guardian* (tabella 1), quella visibilità paga il prezzo di vedere il veganismo relegato ad un fatto di “stile di vita”.

Tra i pochi articoli “positivi” sul veganismo si fa appena menzione dell’etica di non violenza, compassione e antispecismo che ne sono alla base. L’unico esempio di articolo di una certa lunghezza su alcuni vantaggi del veganismo pubblicato nel 2007 – il reportage di Edward Batha sull’esperienza di vivere vegan per un mese – è nella sostanza disinnescato dalla confessione che l’autore fa di essere un “carnivoro convinto”. Dopo avere elencato uno ad uno i benefici di salute e benessere raggiunti alla fine del mese, Batha concede: “Non è poi così male, questo veganismo” (*Daily Mail* 2007b:38). L’articolo è anche rivelatore dell’atteggiamento vegafobico dell’autore (se non altro all’inizio) e della società in genere:

La mia decisione di sperimentare il veganismo ha provocato reazioni varie ma nessuna di entusiasmo. I carnivori hanno pensato che ero ridicolo ma neppure i vegetariani erano convinti che fosse possibile, e una persona mi

ha detto che piuttosto si sarebbe mangiata una mano. Con malcelato compiacimento mi hanno elencato tutto ciò che non avrei potuto mangiare [...]. Il mio medico ha espresso grande scetticismo [...], mi ha detto che non avrebbe mai consigliato il veganismo perché l'organismo umano ha bisogno di carne per funzionare. (Daily Mail 2007b:38)

Se si tiene presente che l'articolo di Batha è quello con il maggior numero di contenuti pro-vegan di tutto il 2007, è ragionevole affermare che nell'intero anno solare i discorsi che appaiono nella stampa sull'argomento sono vegafobici.

CONCLUSIONE

In questo articolo è stato descritto un certo numero di discorsi dispregiativi connessi tra loro che nel 2007 hanno prodotto nella stampa britannica un diffuso pregiudizio vegafobico. Ci sono tre effetti correlati a questi discorsi spregiativi: il primo è la marginalizzazione dei vegani, che trova evidenza nella presunta ubiquità del lettore onnivoro e nell'assenza di articoli che trattino delle convinzioni, esperienze e opinioni dei vegani stessi. Un particolare riconoscimento dell'esistenza dei vegani avviene soltanto negli articoli di "lifestyle", specialmente nei quotidiani di qualità [*broadsheet papers* – tutti i giornali quotidiani che non hanno una linea editoriale apertamente scandalistica: *Guardian, Times, Independent*, n.d.t]. Ciò fa pensare a un lettore che si presuppone disposto a sperimentare con il proprio stile di vita e quindi interessato al veganismo solo dal punto di vista del consumatore. Il secondo effetto del discorso dispregiativo è quello di permettere ai non vegani di evitare la questione morale dietro la detenzione, lo sfruttamento e l'uccisione degli animali non umani. Come ha scritto Batha,

È un dato di fatto imbarazzante che, come mangiatore di carne, mi rendo tranquillamente complice del non voler sapere come la mia carne [sic] arriva sul piatto: i vegani non credono nell'atteggiamento da struzzi (Daily Mail 2007b:38)

Far passare il veganismo per stravagante o difficile e rappresentare le motivazioni alla sua base come scelte da consumatori permette ai non vegani di considerarlo un'astrusità nel migliore dei casi, o una pericolosa ossessione nel peggiore – come accaduto nel caso dei due “vegan infanticidi”. La disarticolazione del veganismo dai diritti animali cancella la sua anima antispecista e protegge la cultura onnivora dominante dalla sua critica. Ciò evoca paralleli con la discussione di Stanley Cohen sugli “accusatori accusati” (2011): coloro i quali evidenziano atteggiamenti che considerano ingiusti, finiscono accusati di ipocrisia o di devianza dai destinatari dell'accusa- che in questo modo spostano l'attenzione dalle loro stesse azioni.

Il terzo e più importante effetto è che il discorso vegafobico facilita la ripetuta normalizzazione della violenza umana, che avviene su scala inimmaginabile. Invece di usare il veganismo come opportunità per proporre il dibattito sul nostro rapporto con gli animali non umani, viene sfruttato all'eccesso come buon motivo per non interessarsi di questi argomenti né doverci pensare. Ciò non stupisce, considerato che la maggior parte dei giornalisti (come della popolazione in genere) non è vegana.

È stato dimostrato che i giornalisti tendono a dare spazio nei servizi a chi ha opinioni e punti di vista simili ai loro e ad ignorare in grande misura quelli con cui si trovano in disaccordo (Manning 2001). I risultati della nostra ricerca offrono una prova deduttiva a sostegno di tale tesi.

Può darsi che sia una vana speranza che la cultura occidentale specista stia per essere spodestata da un'utopia vegana pacifica e compassionevole. Come nota Carrie Packwood Freeman, in termini di progresso morale “la notizia non è affatto una minaccia alla visione antropocentrica del mondo che permette lo sfruttamento animale” (2009: 98). Ciò nonostante, una

comprensione dell'interrelazione tra gli stereotipi anti vegan, il quasi silenzio imposto all'opinione e alla pratica vegan e l'assenza del punto di vista dei diritti animali dalla discussione sul veganismo, fanno intuire l'efficacia delle strategie antispeciste nel confronto con i media. L'evidente sforzo compiuto per screditare il veganismo può considerarsi evidenza della tesi di Brian Luke (2007) secondo cui per la gran parte degli umani la propria violenza sugli animali non umani è profondamente problematica. Se così non fosse, il discorso vegafobico – come delineato dalla ricerca condotta – avrebbe uno scopo poco rilevante. Quindi rimane sempre valido lo sforzo di ribadire continuamente la relazione tra il veganismo e la liberazione degli animali non umani mentre risulta poco saggio seguire la tentazione di promuovere il veganismo come una comoda e salutare scelta di vita che non mette in discussione nulla.

Con ciò non si mette in dubbio l'importanza dell'educazione sugli aspetti pratici del vivere secondo il principio della non-violenza: essa però rischia l'assimilazione e la neutralizzazione. Un'efficace pratica strategica di passaggio nel combattere la vegafobia dei media può essere, per gli accademici e le organizzazioni non governative vegane, quella di proporsi ai direttori di testata e ai giornalisti nel ruolo di "esperti" o consulenti sul veganismo e le reali esperienze di vita dei vegani.

Note

1. Gli autori ringraziano tutti coloro che hanno partecipato anonimamente alla ricerca per i loro commenti e suggerimenti. La dottoressa Erika Cudworth per aver proposto il termine "vegafobia" e la dottoressa Kate Stewart per le utili osservazioni sulle prime stesure del lavoro.
2. Si usa la definizione "diritti animali" come una descrizione-ombrello delle prese di posizione etiche sull'utilizzo umano di animali non umani – e non come indicazione di una specifica posizione filosofica.
3. "Veg*ani" include vegani e vegetariani
4. La ricerca sociale ha seguito la tendenza di considerare i vegani come un sottogruppo dei vegetariani senza presentare specifiche statistiche sul genere – e quindi non è una

fonte di informazioni affidabile. Bisogna aggiungere però che in effetti suggerisce un rapporto di 2 a 1 tra vegetariane e vegetariani (si veda ad esempio Beardsworth e Keil, 1992, 1997; Beardsworth and Bryman, 1999, 2004; Beardsworth, Bryman e Keil 2002).