

## [L'inchostro digitale è vegano?] La rappresentazione del veganismo sulla stampa

*Title:* Is Digital Ink Vegan? The Representation of Veganism in the Italian Press.

*Abstract:* Veganism is a revolutionary practice, since it calls into question deep Western philosophical assumptions about the human right to exploit animals. However, veganism as a counter-cultural and ethical practice, is today accompanied by the spread of a more mainstream, health-oriented and self-interested “vegan diet”. Thus, “veganism” is now stretched between opposite values. The press, galvanized by the growing popularity of veganism and vegan diet, participates in the process of their cultural construction. Previous researches on the representation of veganism in the English and Australian press have shown the prevalence of negative characterizations of the movement. In this study I explore the Italian journalistic discourse about veganism between 2005 and 2015, evaluating the applicability of the categories already developed by Cole and Morgan (2011), and also considering the press representation of veganism in relation with ethical, healthy and environmental values.

*Keywords:* Vegan, Vegan Diet, Animalism.

Di veganismo si parla sempre più. Forse perché si assiste alla sua diffusione tra lo *star system* internazionale e il mercato mostra una crescente attenzione per questo tipo di consumo. La Vegan Society, la prima associazione vegana al mondo, fondata nel 1944 in Inghilterra, riporta:

In the past three years, the society has experienced unprecedented, positive interest in the vegan diet, and a membership increase of 20%. Veganism is enjoying a period of media interest in the UK and US press as well as in other parts of Europe, unlike anything it has known before. This was first noticed at the beginning of 2013 [...] (The Vegan Society 2014: 1).

L'interesse per il tema si manifesta anche sulla stampa italiana: gli articoli che includono il termine “vegan” e correlati passano dai 9 del 2005 ai circa 28.700 del 2015<sup>1</sup>.

Di veganismo si parla sempre di più, dunque, ma in che modo? L'occidente starebbe infine scoprendo il suo spirito animalista? Prima di affrontare il tema è necessario fornire qualche informazione su questo stile di vita.

L'origine del veganismo risale alla fondazione della Vegan Society da parte di Donald Watson ed Elsie Shrigley, nel 1944 in Inghilterra (Leneman 1999). Più che di una dieta, si tratta di uno stile di consumo che esclude ogni prodotto derivato dallo sfruttamento animale, o meglio: «a philosophy and way of living which seeks to exclude

---

Si ringraziano i *referee* anonimi per aver contribuito a migliorare questo lavoro con i loro commenti scientifici, l'ing. Lorenzo Righetti per la consulenza informatica prestata nel corso della ricerca e la dott.ssa Tatiana Tauro per le osservazioni critiche e la collaborazione nella revisione editoriale del testo.

<sup>1</sup> Stima Google News per le *keywords*: “vegan”, “vegano”, “vegani”, “vegana”, “vegane”, “veganismo”, “veganesimo” nel corpo degli articoli in italiano (24 maggio 2016).

- as far as is possible and practicable - all forms of exploitation of, and cruelty to, animals for food, clothing or any other purpose»<sup>2</sup>. Il veganismo discende, dunque, da una matrice morale che mette in discussione il diritto umano allo sfruttamento degli animali, e rinvia così ad una più generale critica del dominio umano sulla natura che caratterizza il mondo occidentale fin dalle sue origini (White 1967; Wilson 2010).

Per capire perché lo stile di vita vegano sia oggi più *mainstream*, va detto che, a questo veganismo dai tratti contro-culturali, si va oggi affiancando un veganismo salutista che, del più complesso stile di vita *animal-free*, trattiene l'aspetto dietetico per i benefici che sembrano derivarne: sembra essere questa una delle ragioni della sua relativa popolarità in Italia<sup>3</sup>, nel mondo (cfr. Radnitz, Beezhold, DiMatteo 2015: 1) e di conseguenza, sulla stampa. Ciò viene notato, di sfuggita, anche dalla Vegan Society (corsivo mio):

[...] by the end of 2013, the national and international press was covering veganism more regularly and more positively than in the past, including ample mentions of The Vegan Society. *Some of this was admittedly more about the plant-based diet than veganism*, for example, the popularity of Mark Bittman's book *Vegan Before 6* and the well-publicised interest in plant-based diets by celebrities Beyoncé and Jay-Z at the end of 2013. Whichever way you look at it, the profile of veganism is on the rise [...] (The Vegan Society 2014: 1).

Il punto di vista da cui si guarda a questa popolarità non è così irrilevante, in realtà, perché coinvolge valori e identità del movimento: una rappresentazione del veganismo come dieta salutista, invece che come pratica animalista, potrebbe, forse, promuovere il "veganismo", ma attribuendogli tutto un altro significato. In questo studio si parla di veganismo come definito dalla Vegan Society, ponendo attenzione alla peculiare ambiguità che esso ha assunto, teso tra valori auto-interessati e altruistici, *mainstream* e contro-culturali. Lo studio riguarda, nello specifico, la rappresentazione del veganismo proposta dalla stampa italiana, che può influenzare il movimento a diversi livelli. L'articolo è così organizzato: nella prima parte s'illustrano alcune caratteristiche sociologiche del veganismo; si considerano, poi, alcuni aspetti generali della sua relazione con i media e si presentano infine la ricerca e i suoi risultati.

### *Il veganismo come lifestyle movement*

Piuttosto che un tradizionale movimento sociale, il veganismo può essere inteso come un movimento di *lifestyle*. Come spiegano Haenfler, Johnson e Jones (2012), i *lifestyle movements* emergono nella società post-industriale e post-materialista che enfatizza l'importanza dello stile di vita, costruito principalmente attraverso quotidiane scelte di consumo, per la costruzione dell'identità. Questi movimenti lanciano la loro sfida a consolidati codici culturali e mirano al cambiamento sociale, per cui si differenziano dalle sub-culture con finalità principalmente espressiva, ma a differenza dei movimenti sociali più tradizionali, la tattica usata per promuovere il cambiamento non è la mobilitazione pubblica, ma la trasformazione dello stile di vita individuale e il lavoro sulla propria identità nella sfera privata. Da questo punto di vista il veganismo si differenzia dell'attivismo animalista, che persegue più spesso obiettivi politici mediante azioni collettive.

Nei *lifestyle movements*, lo stile di vita è orientato dalla volontà di aderire, nel modo più completo possibile, a valori morali profondamente vissuti e incardinati nell'identità collettiva che caratterizza quella "comunità immaginata" cui l'individuo sente di partecipare, e che è formata da tutti coloro che, individualmente ma cumulativamente, producono il cambiamento sociale desiderato. La preminenza del privato fa sì che il senso di successo e di fallimento siano vissuti a livello personale, prima ancora che collettivo. Coerentemente a ciò, Greenebaum osserva che nella comunità vegana si può notare una certa attenzione per la "purezza" dell'identità, che dipende dalla "purezza" della pratica, utilizzata come criterio per tracciare distinzioni sociali, gerarchie morali e valutare il proprio comportamento e la propria identità (Greenebaum 2012).

<sup>2</sup> [www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com) (ultima consultazione: 09/04/2016).

<sup>3</sup> Eurispes (2014) riscontra che «il 6,5% degli intervistati è vegetariano, lo 0,6% vegano [...] quasi un terzo (31%) dei vegetariani e vegani ha scelto questo tipo di alimentazione per rispetto nei confronti degli animali, un quarto (24%) perché fa bene alla salute. Un altro 9% afferma di farlo per tutelare l'ambiente».

Nonostante l'individualismo di base del *lifestyle movement*, per costruire e stabilizzare l'identità vegana sembra essere importante la presenza di una rete sociale che supporti la propria scelta. In un mondo in cui cibi e prodotti derivati dallo sfruttamento animale sono un dato di realtà non problematico, diventare vegani significa riportare alla presenza della coscienza quel "referente assente"<sup>4</sup> che è la vita dell'animale mistificata sotto forma di cibi e merci, un processo non solo complesso da avviare e da portare a maturazione (McDonald 2000), ma anche da mantenere. Quando l'individuo non è inserito in una rete supportiva, la pratica s'indebolisce e si disallinea da quella "ufficiale" (Cherry 2006). Nel caso del veganismo, il ruolo della comunità sembra più importante che in altri "movimenti dietetici" contemporanei, più individualisti (Arppe, Makela, Vaananen 2011).

I movimenti di *lifestyle*, nonostante non richiedano la partecipazione a specifiche organizzazioni, non sono del tutto indipendenti da esse. Per esempio, i partecipanti al movimento potrebbero fornire un bacino di risorse da mobilitare qualora se ne presentasse l'occasione politica, e sebbene l'ideologia del movimento di *lifestyle* si sviluppi in una rete dialogica diffusa, a questa partecipano le organizzazioni connesse al movimento (Haenfler, Johnson, Jones 2012), com'è evidente, per esempio, nei casi di LAV, PETA e Vegan Society. Inoltre, le organizzazioni che ruotano attorno al movimento sono importanti perché hanno la struttura e la professionalità idonee per essere interlocutrici dei mass media (Gamson, Wolfsfeld 1993), a differenza dei singoli individui che partecipano al movimento.

### *Il veganismo e la stampa*

I media svolgono un ruolo importante nella promozione della cultura e degli obiettivi dei movimenti sociali, ma anche dei movimenti di *lifestyle*. Sebbene la decisione di diventare vegani richieda un cambiamento complesso e la diffusione del veganismo non dipenda solo dai media tradizionali, questi, sia pure in interazione con altri fattori, possono influenzarlo a vari livelli. Per esempio, diffondendo un'immagine positiva del movimento, lasciando spazio alle problematiche che solleva e alle soluzioni che promuove, potrebbero contribuire a stimolare l'interesse e la comprensione della sua ragion d'essere da parte del pubblico. Viceversa, diffondendo rappresentazioni stigmatizzanti, potrebbero contribuire a rafforzare i pregiudizi delle reti sociali familiari, professionali e amicali, alla cui sanzione negativa il vegano è già potenzialmente soggetto per il fatto stesso che, in quanto vegano, mette in discussione codici culturali condivisi. Questo potrebbe influenzare il supporto sociale, importante per l'identità e la pratica vegana (Cherry 2006) ma anche per la vita personale e professionale (Hirschler 2011: 162-163; McDonald 2000: 12-13), e forse favorire una chiusura "settaria" quale strategia di difesa della propria visione del mondo da un ambiente ostile.

Proprio perché esiste una consolidata visione culturale dell'animale come "oggetto" funzionale al soddisfacimento dei bisogni umani e indegno di attenzione morale<sup>5</sup>, è tuttavia probabile che i media considerino il veganismo a partire dalla visione culturale dominante, come rileva la ricerca di Cole e Morgan sulla "vegan-fobia" della stampa anglosassone (Cole, Morgan 2011). La ricerca, svolta sulle pubblicazioni inglesi del 2007, mostra la presenza di una serie di discorsi "dispregiativi" contro il veganismo, che viene ridicolizzato, descritto come difficile o impossibile da praticare, come una pratica ascetica inimitabile dal lettore comune o come una moda e un'ipocrisia, specialmente se ad essere vegana è una star; infine, i vegani sono descritti come ipersensibili, ostili e aggressivi. Le motivazioni animaliste, quelle più contro-culturali, sono taciute. Risultati analoghi emergono da una ricerca sulla stampa australiana (Helen, Ragusa, Crampton 2014).

Nel prendere in considerazione il rapporto tra veganismo e stampa, tuttavia, non si può dimenticare che oggi si parla di veganismo da prospettive diverse, in cui i diritti animali non sono sempre centrali. Greenebaum (2012) traccia una suddivisione del veganismo in "etico", "salutista" e "ambientalista". Le motivazioni possono essere miste, ma se considerate come tipi ideali, allora traspare che il veganismo etico è l'unico direttamente orientato

4 «Through butchering, animals become absent referents. Animals in name and body are made absent *as animals* for meat to exist» (Adams 1990: 20-21).

5 Lo status morale riconosciuto agli animali è variabile a seconda delle etiche animaliste, ma il veganismo, come da definizione della Vegan Society, riconosce quantomeno il diritto degli animali a non essere sfruttati e uccisi dall'uomo.

ai diritti degli animali, quello ambientalista può motivare scelte animaliste solo se considerate ecologiche e quello salutista porta a rivolgersi ai cibi *vegan* con orientamento auto-interessato, come ad un *healthy food* per conseguire, più che il benessere degli animali, il benessere per sé, una delle mete culturali tipiche della tardo-modernità (Secundulfo 2011). Ci sono, quindi, almeno due ragioni per prendere in considerazione la diversità dei valori con cui il veganismo viene messo in relazione: anzitutto, il salutismo è un trend più *mainstream*, mentre l'animalismo è più contro-culturale, e pertanto le rappresentazioni del veganismo, in questi due contesti, potrebbero variare; poi, potrebbe variare la risonanza della rappresentazione veicolata, se è vero che, per la generalità della popolazione, il valore della salute è considerato più centrale e più importante per la vita personale rispetto a quello dei diritti degli animali (Snow, Benford 1988: 205-206).

L'attuale polisemia valoriale del veganismo è interessante anche per altre ragioni. Le organizzazioni vegane e animaliste potrebbero forse approfittare della stagione di popolarità del "veganismo", s'intenda come dieta o come stile di vita, ed effettivamente promuovono il veganismo ricorrendo alle più svariate motivazioni. Per esempio, sul sito della Vegan Society si trovano indicate quattro motivazioni per diventare vegani: per gli animali, per la salute, per l'ambiente, per gli abitanti del pianeta. Sul sito della PETA si possono trovare articoli analoghi e anche i *testimonial* vegani ricorrono spesso alla triade "benessere degli animali, salute, ambiente". Questa estensione del *frame* valoriale potrebbe essere tanto funzionale quanto disfunzionale per il movimento: da un lato, ampliare il "vocabolario di motivi" (Snow, Benford 1988) può essere funzionale al fine di promuovere il veganismo tra un più ampio pubblico, tanto più considerato che, come detto, se è vero che i valori animalisti sono quelli più coerenti con gli scopi del movimento, sono anche quelli maggiormente antagonisti rispetto alla cultura dominante e, pertanto, quelli che rischiano di avere minore risonanza presso il pubblico; dall'altro, può essere disfunzionale includere valori accessori, perché rischiano di oscurare i valori e gli obiettivi centrali del movimento: se il veganismo ha lo scopo di promuovere una diversa considerazione degli animali e tutelarne il benessere, allora i valori salutisti e ambientalisti, per le ragioni già discusse, non rappresentano una prospettiva del tutto coerente. Va infine considerato che i media hanno proprie regole d'accesso, criteri di selezione delle fonti, e partecipano alla costruzione del significato in modi che non sono sempre controllabili dai movimenti nel modo da essi desiderato (Gamson, Wolfsfeld 1993), e le organizzazioni vegane e animaliste potrebbero non avere la stessa efficacia nel veicolare la loro prospettiva sui media al variare del *frame* utilizzato.

### Metodo

Sono stati esaminati gli articoli pubblicati tra il 2005 e il 2015 da dodici quotidiani nazionali nella loro versione online. Il totale della diffusione cartacea e digitale di queste testate a febbraio 2016 (1.501.565 copie) supera quella di tutte le altre quarantacinque testate regionali e locali incluse nella lista ADS<sup>6</sup> (1.475.343 copie). Si sono preferite le grandi testate nazionali con versione anche cartacea per la loro complessiva maggiore diffusione rispetto a testate solo online. Inoltre, la popolarità delle testate online, misurata mediante il ranking Alexa<sup>7</sup> e Audiweb, è massima per le quattro testate nazionali, sia online che cartacee, La Repubblica, Corriere della Sera, Il Fatto Quotidiano e La Stampa. Mantenere questa caratteristica strutturale alla base del campionamento è sembrato coerente e ha l'ulteriore vantaggio di permettere comparazioni con i risultati di possibili future ricerche che si concentrassero su media con caratteristiche differenti (testate solo online, social network ecc.).

Per ciascuna testata e anno di riferimento si sono ricercati, con Google, gli articoli che presentavano nel titolo almeno una delle *keywords*<sup>8</sup>. La scelta risponde a criteri di efficienza – accertato che la ricerca all'interno dei testi restituiva molti risultati ma pochi con sufficiente contenuto informativo – e al presupposto che gli articoli

6 Le testate sono state selezionate tra quelle su cui vengono effettuate le rilevazioni Accertamento Diffusione Stampa ed i cui dati possono essere consultati sul sito della Federazione Italiana Editori Giornali, e sono: Avvenire, Corriere della Sera, Il Fatto Quotidiano, Il Giornale, Libero, Il Manifesto, Il Mattino, Il Messaggero, Il Resto del Carlino, La Repubblica, La Stampa, Il Tempo.

7 Rilevazione del 22 maggio 2016.

8 *Keywords*: vegan, vegano, vegana, vegani, vegane, veganismo, veganesimo.

esplicitamente dedicati al veganismo possano essere più efficaci nel formare l'opinione del lettore.

Gli articoli sono stati scaricati attraverso codici in linguaggio R<sup>9</sup>. L'intero corpus è stato letto e si sono espunti articoli meramente promozionali e contenenti solo programmi di eventi. Lettere dei lettori e testi ad accompagnamento delle fotogallery sono stati inclusi.

Gli articoli sono stati importati nel software per l'analisi lessicale TXM<sup>10</sup>. Eseguite le prime analisi di frequenza e osservate alcune co-occorrenze d'interesse, i testi sono stati letti e categorizzati in positivi, negativi e neutri, valutando, analogamente alla ricerca di Cole e Morgan, la presenza di critiche più o meno dirette al veganismo (articoli negativi), di motivazioni in suo favore (positivi) o nessuna delle precedenti (neutri). In un secondo momento gli articoli sono stati riletti e interpretati applicando le sei categorie individuate da Cole e Morgan, dedicando altresì attenzione ai testi positivi e cercandone le dimensioni lungo cui veniva valorizzato.

Come visto nella discussione preliminare, il veganismo può essere messo in relazione a valori animalisti, salutisti e ambientalisti, e considerare le rappresentazioni del veganismo come un tutt'uno sarebbe potuto essere fuorviante. Per questa ragione si è infine diviso il corpus valutando la preminenza del riferimento all'animalismo, alla salute o all'ambiente. Per concludere, poiché durante l'analisi si è osservata la ricorrenza di uno specifico lessico "religioso" per riferirsi al veganismo, è stato compilato un piccolo dizionario dei termini raccolti per questa dimensione semantica. Per accertare la distribuzione di questo lessico nel corpus, il dizionario è stato importato in LIWC<sup>11</sup>, software per l'analisi testuale che misura la presenza delle categorie lessicali definite nei dizionari preimpostati o definiti dal ricercatore.

#### Descrizione generale del corpus

Il corpus include 201 articoli. La testata con più articoli è La Stampa. Per Avvenire e Il Manifesto non è stata trovata alcuna occorrenza. Sono stati classificati come positivi, negativi e neutri, rispettivamente il 38,3%, 37,3% e 24,4% degli articoli (v. Tabella 1). Mediamente, gli articoli negativi sono inferiori sia a quelli trovati, nell'anno 2007, sulla stampa anglosassone, ben il 74,3% del totale (Cole, Morgan 2011), sia a quelli individuati nell'anno 2007 e 2012 sulla stampa australiana, rispettivamente il 46% ed il 45% del totale (Helen, Ragusa, Crampton 2014); gli articoli positivi sono invece il 38,3% di questo corpus e solo il 5,5% della stampa inglese (2007), il 18% ed il 12% della stampa australiana (rispettivamente 2007 e 2012). Le testate variano per numero di articoli e distribuzione tra le classi.

Tabella 1 - Frequenze degli articoli positivi, negativi e neutri per testata

Testata	Positivi		Negativi		Neutri		TOT
	N.	%	N	%	N	%	N
Corriere della Sera	8	30,8%	12	46,2%	6	23,1%	26
Il Fatto Quotidiano	12	57,1%	7	33,3%	2	9,5%	21
La Repubblica	14	56,0%	4	16,0%	7	28,0%	25
La Stampa	28	43,1%	11	16,9%	26	40,0%	65
Il Giornale	2	8,3%	18	75,0%	4	16,7%	24
Il Mattino	1	14,3%	5	71,4%	1	14,3%	7
Il Messaggero	6	66,7%	2	22,2%	1	11,1%	9
Il Resto del Carlino	0	0,0%	3	60,0%	2	40,0%	5
Il Tempo	4	80,0%	1	20,0%	0	0,0%	5
Libero Quotidiano	2	14,3%	12	85,7%	0	0,0%	14
<b>TOT</b>	<b>77</b>	<b>38,3%</b>	<b>75</b>	<b>37,3%</b>	<b>49</b>	<b>24,4%</b>	<b>201</b>

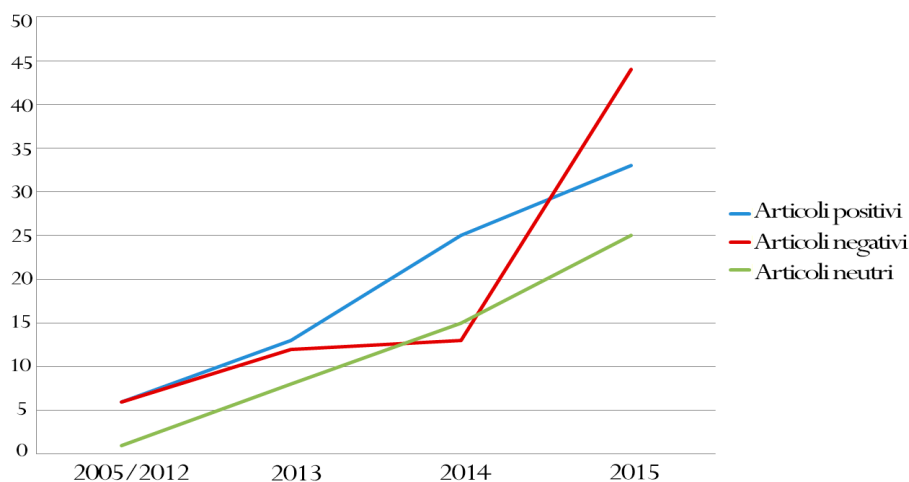
9 <https://www.R-project.org>

10 <http://textometrie.ens-lyon.fr>

11 <http://www.LIWC.net>

Se si guarda alla distribuzione degli articoli positivi, negativi e neutri nel corso degli anni (v. Figura 1), si nota una tendenza alla crescita di quelli neutri e positivi e, in corrispondenza del 2015, un brusco aumento di quelli negativi. A causare questa inversione si trovano una serie di articoli legati a problemi di salute, come casi di bambini di genitori vegani ospedalizzati per malnutrizione e gossip connesso a dichiarazioni di star sulla dieta vegana.

Figura 1 - Frequenze degli articoli positivi, negativi e neutri per anno



Gli articoli sono stati divisi a seconda che riferissero il veganismo ai valori della salute, dell'animalismo o dell'ambiente. La distinzione è stata eseguita in base alla valutazione della preminenza di un tema sull'altro, perché in vari casi compaiono più temi. Questa sovrapposizione conferma la già discussa estensione del *frame* valoriale del veganismo ed è confermata anche dalle correlazioni tra termini nel corpus (v. Tabella 2).

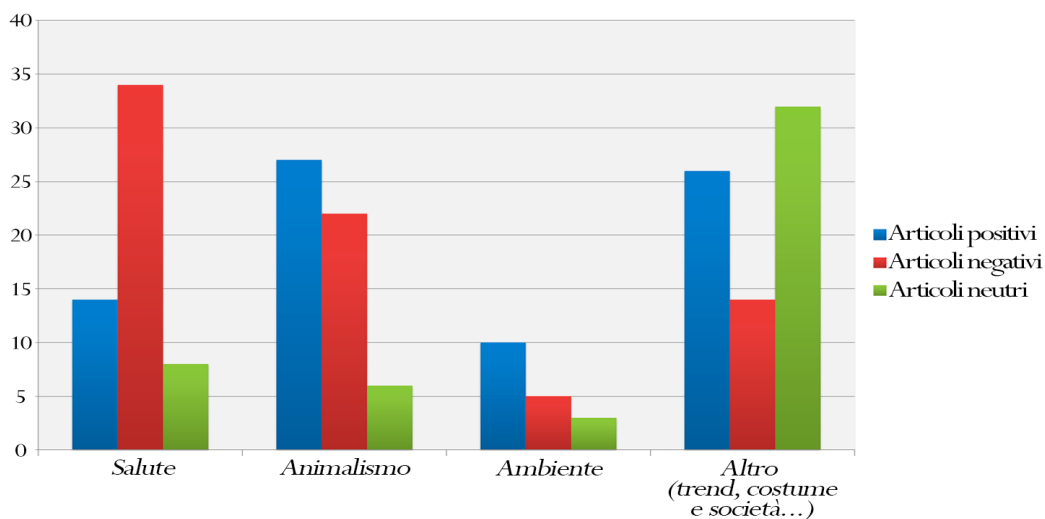
Tabella 2 - Termini correlati con i lemmi salute, ambiente e animale (e con simile radice)

lemma: ANIMAL*					lemma: AMBIENT*					lemma: SALUT*				
Cooccurrent	Frequency	Cofrequency	Score	Mean distance	Cooccurrent	Frequency	Cofrequency	Score	Mean distance	Cooccurrent	Frequency	Cofrequency	Score	Mean distance
origine	94	83	74	0,4	salute	104	16	9	5,4	etico	77	22	15	3,8
proteina	62	37	22	1,5	impatto	21	8	8	0,9	motivo	49	16	12	3,5
derivato	46	30	20	2,1	rispettoso	8	4	5	1	ambiente	51	14	9	5,2
privo	38	25	17	3	animale	423	21	4	3,2	nostro	103	15	6	3,7
prodotto	161	52	16	3,6	tutelare	13	4	4	4,2	tutela	13	6	6	2,8
alimento	70	33	16	3,3	impronta	2	2	3	0	benefico	10	5	5	3,6
sofferenza	18	15	13	1,6	nostro	103	8	3	5,5	tutelare	13	5	4	4
sfruttamento	17	13	10	2,9	rispetto	58	6	3	3,2	ministero	4	3	3	2
uccisione	9	9	9	2,8	salutista	12	3	2	3,7	buono	30	6	3	4,3
escludere	32	15	7	5,4	tutela	13	3	2	2,7	comitato	5	3	3	5
allevamento	25	13	7	3,3	produzione	28	4	2	4,5	scelta	195	16	3	4,8
diritto	43	17	7	2,4	ecologico	15	3	2	2,3	questione	33	6	3	2,7
derivazione	6	6	6	0	sostenibilità	5	2	2	1	principalmente	6	3	3	3
pianeta	32	13	5	3,7	Co2	5	2	2	6	etica	14	4	3	3
rispetto	58	18	5	3,2	tema	34	4	2	2,5	fertilità	2	2	3	5,5
testare	8	6	4	2,3	attenzione	37	4	2	3,5	attuare	2	2	3	9
ambiente	51	15	4	3,1	risorsa	6	2	2	3,5	giovannissimo	2	2	3	1
uovo	96	22	4	5,6	aiutare	19	3	2	5	psicologico	2	2	3	2
confronto	22	9	4	3	vivere	62	5	2	5,8	assessorato	2	2	3	1
complimento	4	4	4	2	consapevole	22	3	2	4,7	Welfare	2	2	3	2



La distribuzione degli articoli positivi, negativi e neutri varia tra le categorie (v. Figura 2). Quando il veganismo è considerato in rapporto alla salute, gli articoli del corpus sono più critici rispetto a quando il riferimento principale è al mondo animale o all'ambiente. La categoria "altro", consistente, include testi che tematizzano il trend del veganismo, prodotti e servizi dedicati, e problematiche sociali. Saranno anch'essi discussi.

Figura 2 - Articoli positivi, negativi e neutri per categoria



### Veganismo e salute

La maggior parte degli articoli che tematizzano il veganismo in rapporto alla salute esprimono un punto di vista critico. Molti sono articoli di cronaca che si riferiscono all'ospedalizzazione per malnutrizione di alcuni bambini: «Il motivo? Una dieta non appropriata che avevano deciso per lui i genitori, una coppia di vegani integralisti, convinti che il piccolo potesse fare a meno di molti alimenti» (Corriere 2015). I genitori vegani, che «hanno affamato il loro bambino» (La Stampa 2015), vengono descritti come persone che hanno "imposto", in base a un'ideologia, una dieta inadatta alle esigenze dell'organismo: «Follia a Belluno. I genitori vegani impongono la dieta al figlio, e ora il bimbo rischia di morire» (Il Giornale 2015). Il grave episodio poteva essere inquadrato da molte prospettive, ma come posto nella maggioranza dei casi solleva l'interrogativo, certo retorico: «È giusto esporre un bambino a gravi rischi di salute per mantenere fede alla scelta di non cibarsi di nulla che derivi dal mondo animale?» (Libero Quotidiano 2015). L'idea che questi regimi alimentari siano imposizioni che violano le esigenze del corpo è rivelata anche dalla "retorica della redenzione" che talvolta si ritrova e sembra rimettere nella giusta prospettiva il rapporto tra uomo e animali: «Quando [...] è arrivato il primo omogeneizzato alla trota, Filippo l'ha divorato con un sorriso. E i genitori guardandolo si sono quasi commossi. "Avremo rimorsi, ma adesso abbiamo capito"» (Corriere 2015).

Il veganismo viene descritto come un regime alimentare pericoloso e complicato da sostenere: «chi segue questo regime in modo costante deve sottoporsi a periodici controlli medici per evitare pericolose carenze nutrizionali» (Corriere 2011). Questo vale in generale ma ancora di più per i bambini, che devono sottoporsi ad accertamenti medici "molto più frequenti" rispetto a un bambino normale, che segue una dieta meno deprimente: «non si dovrebbero privare i bimbi di nutrienti utili a meno che non sia indispensabile [ad esempio in caso di allergie, ndr] e, se si ritiene di farlo, servono controlli molto più frequenti rispetto a quelli per un bambino onnivoro» (Corriere 2014).

Il riferimento alla dimensione etica della scelta vegana è invisibile, ma il veganismo non è descritto solo come una dieta. Appare piuttosto come «fanatismo di certi regimi alimentari», di cui appunto «il caso dei genitori vegani [...] è tanto estremo quanto sintomatico» (La Stampa 2015). La famiglia vegana non ha ragioni etiche ma, piuttosto, è «seguace convinta di tale "ideologia" alimentare» (Il Giornale 2015). Alcune associazioni animaliste provano

a correggere il *frame*, introducendo il punto di vista secondo cui «se i genitori non hanno prestato attenzione al regime alimentare del proprio figlio, non è perché sono vegani, ma semplicemente perché sono stati forse colpevolmente superficiali» (La Stampa 2015), o controbattendo che quest'episodio «non può essere utilizzato per denigrare una scelta alimentare come quella vegana che, se correttamente praticata, ha solo benefici» (Il Fatto Quotidiano 2015), ma questi tentativi sono in genere indeboliti sia dal fatto che lo spazio dedicato dalla stampa a queste repliche è, in generale, limitato, sia dal fatto che, dove presente, è inserito solo dopo che il legame tra veganesimo e problemi di salute sotto accusa è ormai stato definito, con il possibile effetto che queste associazioni sembrino difendere l'indifendibile, rafforzando l'idea dell'ideologia irrazionale.

Il discorso sui bisogni "natural" del corpo, ignorati "ideologicamente", è stata osservata, di passaggio, anche da Cole e Morgan, proprio a proposito di episodi tragici occorsi a "figli di vegani". Essi la collegano alla categoria dell'ascetismo, come "un estremo, tragico esempio della negazione della carne" (Cole, Morgan 2011: 147). La contrapposizione tra bisogni fisici e richieste ideologiche ritorna anche negli articoli dedicati a dichiarazioni di personaggi dello spettacolo, allontanatisi dalla dieta vegana per problemi di salute. Per esempio: «L'attrice di *Interstellar*: "Senza proteine animali stavo male". Ma gli animalisti si infuriano» (Il Giornale 2014); oppure: «ha deciso di smettere di domandarsi cosa fosse eticamente corretto nei confronti degli animali, concentrandosi su quello che richiedeva il suo organismo» (Liberio Quotidiano 2015). Il veganismo sarebbe allora un'ideologia che si oppone ai bisogni personali e maltratta il proprio organismo, piuttosto che l'espressione coerente di un'etica che si oppone al maltrattamento degli animali. Che gli animali esistano per soddisfare i bisogni umani, sembra la tesi implicita: «Quello che è il sospetto di molti, sembra essere stato confermato dall'attrice americana: una dieta esclusivamente a base di cereali integrali, avocado, mandorle [...] non è sufficiente a dare l'apporto energetico di cui ha bisogno l'organismo umano»; anche qui, il lieto fine sembra rimettere le cose nella loro giusta prospettiva: «poi confessa di essere entrata in un ristorante e di aver ordinato un bel piatto di pesce: "E mi sono sentita subito meglio"» (Il Messaggero 2014). Il titolo di un altro articolo riporta che Jordan Younger, «la bionda (ex) vegan più famosa del web» dichiara: «Essere vegana mi stava uccidendo. Ora mangio senza restrizioni» (Il Fatto Quotidiano 2015). Sebbene nel seguito dell'articolo si apprenda che il disturbo di cui soffriva, in realtà, si chiamerebbe "ortoressia", un'ossessione per i cibi sani che non coincide certo con il veganismo, ciò non distoglie dall'associare quest'ultimo, fin dal titolo, a mortali sintomi di decadimento fisico. Negli articoli dedicati ai personaggi dello *star system*, il veganismo viene anche associato ad un fenomeno di moda cui si aderisce superficialmente e ipocritamente, e che nulla ha a che vedere con la preoccupazione animalista: «è diventata vegana per moda, adesso paga gli eccessi di questa scelta» (Il Giornale 2015); «La ragazza ha raccontato quelle che sono le reali ragioni che portano spesso le persone ad abbracciare questo tipo di dieta nascoste spesso da motivazioni ideologiche [...] "in realtà, c'è un intero sottoinsieme di vegani che vogliono semplicemente vedersi bene in un bikini a fascia"» (Il Mattino 2015).

La dieta vegana sembra accettabile solo se seguita "senza esagerazioni" e per motivazioni auto-interessate: «se seguita per breve tempo [...] e sempre sotto controllo specialistico, può aiutare l'organismo a disintossicarsi» (Corriere 2011), oppure è adatta «per perdere i chili di troppo, ma non per sempre» (La Stampa 2014).

A quest'immagine allarmistica del veganismo si contrappone, seppure con minore incisività, l'immagine di quello salubre ed energetico: «Lo conferma [...] uno dei pochissimi pediatri vegani in Italia [...]: "L'alimentazione vegana è la migliore in qualunque fase della vita. Basta seguirla in modo equilibrato"» (Corriere 2015). Non si nega che l'impostazione di una dieta richieda una consulenza specialistica, ma le cose sembrano meno difficili rispetto a quanto trapela dagli articoli più critici. Per esempio, le carenze sono "facilmente ovviabili" piuttosto che pericolose: «Si tratta di una scelta che non comporta problemi per la salute (l'unica controindicazione è, solo per i vegani, la carenza di vitamina B12, facilmente ovviabile con alcuni integratori alimentari) e che anzi, per i numerosi benefici che offre per la salute è consigliata da sempre più medici» (La Stampa 2013); anche il quadro ansiogeno fatto di controlli e sorveglianza sui bambini, cambia radicalmente se visto alla luce del rapporto umano tra genitori e medici che mettono a disposizione la loro esperienza per insegnare ai «genitori vegetariani e vegani ad alimentare bene i figli, senza andare contro i propri principi» (La Repubblica 2015). Non solo i pericoli scompaiono, ma questa dieta sarebbe «adottata da tutti coloro che intendono condurre una vita salutare e longeva quanto più possibile e sostenibile per l'ambiente» (La Stampa 2013), e lungi dal sottrarre energia, la dieta vegana sarebbe usata anche da sportivi: «"Senza carne resisto di più". [...] I muscoli confermano, massicci e scolpiti come



sono» (La Stampa 2014). Anche i personaggi dello spettacolo ne promuovono i benefici: «“Vi sentirete meglio. Vi consiglio la dieta vegana, perché ti svegli e ti senti grande!”» (Liberio Quotidiano 2015).

### *Veganismo e animalismo*

Gli articoli che tematizzano il veganismo in rapporto all'animalismo mostrano una maggiore presenza delle organizzazioni vegane e animaliste, che attraverso iniziative, festival e sit-in, guadagnano spazio sulla stampa. I valori animalisti emergono così per voce di organizzatori: «Alla fine quello che ci spinge a essere vegan rimane il motivo etico per cui siamo contro la sofferenza degli animali, sfruttati dalla nostra società che se ne serve per cibarsi, vestirsi, divertirsi o anche truccarsi» (La Stampa 2010); di politici che collaborano con associazioni animaliste: «L'essere Veg [...] è una forma rigorosa e coerente in cui si esprime la nostra consapevolezza di appartenere tutti ad una sola grande famiglia: quella di tutte le creature viventi» (Il Giornale 2013); di portavoce di associazioni: «Due miliardi e mezzo di animali vengono uccisi solo in Italia per il consumo di prodotti di origine animale. È nostro compito e dovere far conoscere alle persone questa realtà che coinvolge gli animali negli allevamenti e nei macelli. Non consumare prodotti di origine animale può essere un primo passo in avanti» (La Repubblica 2013). Compaiono anche, in misura minore, voci non istituzionali. Per esempio, in una lettera si legge che «“vegani” e vegetariani sono persone comuni [...] che cercano di infierire meno dolore possibile al mondo animale» (Corriere 2014), e si può anche trovare qualche storia di “redenzione”, come quella intitolata: «“Io, allevatore diventato vegano [...] “Gli animali adesso sono sereni: non vedono più quei camion con le sbarre”» (La Repubblica 2014); si spiega che «Non si tratta solo di che cosa mettere nel piatto, ma di seguire uno stile di vita che fa attenzione a non far male davvero a nessuno» (La Stampa 2015), e si affranca il veganismo dall'idea che si tratti solo una moda “radical-chic”: «Frutto di una moda, della crisi, di emulazione delle star internazionali? Sembra proprio di no» (La Stampa 2014). Da questi articoli traspaiono aspetti di crudeltà verso gli animali, la compassione e l'amore per loro, e non manca neppure qualche riferimento alle discriminazioni e ai pregiudizi di cui i vegani sono vittime: «Durante la festa purtroppo non sono mancati commenti sarcastici» (La Stampa 2013).

Gli articoli critici utilizzano spesso il *frame* del radicalismo, dell'intolleranza integralista o, secondo le categorie di Cole e Morgan (2011), dell'ostilità, talvolta mescolate alla ridicolizzazione. Episodi come quello di un «commando di vegani» che «attacca la festa degli arrostitini» (La Stampa 2013), non aiutano certo a creare un'immagine positiva del movimento, nonostante l'attivismo animalista non coincida con il veganismo; oppure si punta il dito contro le reazioni aggressive dei vegani che, talvolta, sembrano provocate ad hoc. Per esempio, un personaggio dello spettacolo «è finito sotto lo schiaffo inesorabile dei vegani inferociti. Durante una cena con amici, l'artista ha fatto un video inquadrando una pirofila piena di carne arrostita con il commento: “A Trento finisce la mia carriera di vegano”» (Liberio Quotidiano 2015). Si trova, qui, una sintesi delle retoriche dispregiative messe in luce da Cole e Morgan: non solo i vegani sono derisi, ma si caratterizza la loro pratica come un ascetismo che impone rinunce impossibili da sostenere, a causa dell'irresistibilità della carne; inoltre, si potrebbe vedere, forse, anche una connotazione del veganismo come moda o pratica altrettanto superficiale, giacché comporta una “carriera” che si può interrompere facilmente. In altri articoli si recrimina ai vegani il senso di superiorità morale che li caratterizzerebbe e si ridicolizza la loro attenzione per gli animali: «Rimessa in discussione la presunta superiorità morale di chi non mangia animali [...] gli onnivori potrebbero vendicarsi [...] accusandoli di avere provocato una strage silenziosa. Di sedani e cavolfiori» (Il Giornale 2015). Oppure, come risponde un noto giornalista alla lettera di un lettore vegano: «penso sia doveroso mettere in guardia da tutti i fanatismi. Quelli islamici in primis, ovviamente. Ma anche quelli che vorrebbero impedirmi, stasera, di mangiare le tagliatelle al ragù» (Liberio Quotidiano 2015). Da queste prospettive l'animalismo appare una posizione che da un lato sconfinava nel fanatismo, dall'altro nel ridicolo. Il tratto comune sottostante sembra essere il giudizio secondo cui la dedizione animalista è esagerata, e limita il diritto – evidentemente considerato non discutibile – di uccidere e mangiare gli animali, coerentemente a una visione di essi come “cose” di cui è normale disporre e cui è assurdo dedicare tanta attenzione.

Il collegamento tra veganismo e fanatismo sembra ricorrente in tutto corpus. Trova talvolta esplicita espressione, come nel brano sopra citato, e più spesso traspare dalle scelte lessicali dei giornalisti. Teun A. van Dijk (1988: 177)

scrive, a questo proposito:

[...] lexical choice is an eminent aspect of news discourse in which hidden opinions or ideologies may surface. The traditional example of using “terrorists” instead of “guerrillas” or “freedom fighters” is only one example. [...] A large part of the hidden point of view, tacit opinions, or the usually denied ideologies of the press may be inferred from these lexical descriptions and identifications of social groups and their members.

I termini che compongono il lessico dell’“integralismo vegano” sono stati annotati nel corso della lettura e con essi si è composto un piccolo dizionario. Si tratta di termini come “adepto”, “estremista”, “fanatico”, “integralista”, “ideologico”, e simili<sup>12</sup>. Tramite il software LIWC si è constatato che questa terminologia ricorre, in maggiore o minor frequenza, nel 38% del corpus (77 articoli). Quest’aspetto del discorso sul veganismo sembra ancorarne la rappresentazione all’immagine dell’ideologia o della “pseudo-religione” dai tratti integralisti. Sebbene l’idea di animalismo come fede, da un punto di vista interno al movimento, non sia necessariamente un aspetto negativo, ma possa anzi sottendere una dedizione utile alla causa (Jamison, Wenk, Parker 2000), guardando a questo corpus, e come ben esplicitato nella risposta del giornalista che è stata appena citata, questo lessico appare generalmente usato in modo stigmatizzante. Ciò è quanto emerge anche dalla distribuzione del lessico tra le categorie: seppure impiegato trasversalmente, esso è impiegato più frequentemente negli articoli critici (0,2% dei termini totali), rispetto a quelli positivi (0,12%) e neutri (0,10%).

#### *Veganismo e ambientalismo*

Articoli che fanno riferimento al veganismo in contesto ambientalista, similmente a quelli della precedente categoria, rinviano ad iniziative di associazioni, o di personaggi dello spettacolo particolarmente attenti ai valori ecologici. Anche in questi casi, attraverso le loro dichiarazioni, i valori ambientalisti dello stile di vita vegano riescono a raggiungere la stampa e i lettori, che così apprendono, per esempio, che «in base ai calcoli elaborati dalla LAV, rinunciare a una bistecca da 500 grammi ogni sette giorni, in un anno, salva 910 metri quadrati di foresta» (La Repubblica 2014). Rispetto alle precedenti, quella ambientalista “pura” appare tuttavia una categoria marginale. Il riferimento al valore ecologico del veganismo sembra piuttosto un argomento che rafforza altri valori animalisti e salutisti, oppure compare come elemento di un più complesso stile di vita *green*.

#### *Trend, costume e società*

Molti sono gli articoli dedicati a prodotti e servizi per i vegani o a commenti sul trend in corso, ma anche a problemi interpersonali e sociali o a curiosità legate a questo stile di vita. Gli articoli che ricadono in questa categoria sono in maggioranza neutri (il 44%), in particolare se dedicati a prodotti e servizi (il 73% della sottocategoria). Questa caratteristica è riscontrata anche da Cole e Morgan (2011: 147), che osservano, tuttavia, che l’apparente neutralità può sottendere l’effetto di ridurre il veganismo a una mera scelta di consumo.

Sebbene generalmente neutri, tra gli articoli negativi di questa categoria si possono trovare svariati discorsi “dispregiativi”. Talvolta esprimono osservazioni critiche sul trend in corso, caratterizzato come moda: «Sempre più (di moda?) i vegani»; praticata da star ipocrite: «rimane il sospetto che sia anche un eccellente sistema per assicurarsi un po’ di visibilità, o per lavare coscienze non sempre immacolate» (La Stampa 2013); si avanzano riserve sul «“marketing animalista”. Un sistema che specula vendendo a prezzi maggiori di quelli di carne e pesce prodotti [che hanno, ndr] costi irrisori» (Il Giornale 2015). Curioso, inoltre, il caso di “Oscar”, «il vegano malato di Alzheimer che vuole mangiare solo polpette», che ben si presta a rappresentare la contrapposizione tra “imposizioni ideologiche” e “richieste naturali” già rilevata, ma anche la tendenziale ostilità dei vegani, più

<sup>12</sup> Questo piccolo dizionario “dell’integralismo vegano” è composto dalle seguenti parole (l’asterisco indica al programma di riconoscere le parole che iniziano con quella radice): adept\*, credo, estrema, estremo, extremist\*, fanatic\*, fanaticism\*, fede, fedel\*, fundamentalist\*, ideologi\*, incontestabil\*, integralism\*, integralist\*, intolleran\*, precett\*, propagand\*, proselitismo, radical\*, redenzione.

sensibili alle prime che alle seconde: «la moglie si oppone a un regime alimentare diverso da quello che, secondo lei, “avrebbe voluto il marito”» (Corriere 2014); «La moglie [...] pianta una grana: che nessuno si azzardi a dare al marito cibo di origine animale». La notizia appare talvolta scritta con tono tragicomico, a ridicolizzare i vegani e la loro idea di poter rinunciare alle «deliziose polpette», dal momento che «la natura di Oscar è rimasta intatta nella sua posizione originaria, carnivora» (Liberio Quotidiano 2014). Interessante anche lo svilimento e la ridicolizzazione del veganismo mediante associazione con stili di vita eccentrici e bizzarri, che certo non comunicano l'esistenza di una dimensione morale sottostante al fenomeno: «Boom degli stili di alimentazione alternativi, scelti anche da molti vip: c'è chi mangia solo aria e sole» (Il Giornale 2015).

Problematiche legate allo stile di vita vegano emergono in articoli come: «Brescia, mensa obbligatoria all'asilo. E i genitori vegani ritirano la figlia: non fa per noi» (La Repubblica 2014); «Lei vegana non dà carne al ragazzo. Il tribunale: deve mangiarla una volta la settimana» (Il Giornale 2015). Questi ultimi articoli offrono lo spunto per accennare a un possibile sviluppo del fenomeno: la richiesta del diritto all'obiezione di coscienza. Per esempio, una Corte d'Appello californiana si è trovata a definire il concetto di religione per capire se un vegano fosse stato vittima di una discriminazione tutelata dalla legge. Aveva rifiutato un vaccino obbligatorio, in quanto sviluppato sfruttando cellule embrionali di pollo, e per questo aveva perso un'occasione di lavoro. La Corte non ha riconosciuto il veganismo come religione, ma questi casi stanno facendo discutere (Soifer 2003).

### *Per concludere*

I risultati di questa ricerca, nei limiti della sua estensione, permettono di fare alcune osservazioni. Il veganismo, anzitutto, appare più criticato nel campo della salute, che include i valori più salienti per il pubblico generale, mentre lo è meno nei campi dell'animalismo e dell'ambientalismo, che sono però meno rilevanti per la generalità dei lettori. In questo senso la rappresentazione è sbilanciata a sfavore del veganismo.

In materia di salute, gli esperti riconosciuti sono, ovviamente, i medici. Questi sono però interpellati soprattutto in situazioni drammatiche, dunque fortemente “notiziabili”, come quelle relative ai casi di bambini vegani in fin di vita. Responsabilmente, essi richiamano allora alla prudenza, alla consapevolezza dei rischi e alla necessità di vigilanza specialistica; ma, nel contesto di queste notizie, le loro dichiarazioni finiscono per aggravare l'idea di una pericolosità intrinseca del veganismo e della devianza dei genitori vegani. Notizie simili hanno grande risonanza e possono favorire la diffusione di indebite generalizzazioni e pregiudizi, che si possono a loro volta ripercuotere sulla quotidiana vita di relazione dei vegani (Hirschler 2011: 162). Quanto la rappresentazione negativa del rapporto tra veganismo e salute sia contingente a questi episodi di cronaca, come potrebbe indicare il picco in corrispondenza dell'anno 2015 (v. Figura 1), oppure rappresenti una tendenza più stabile, si deve attendere per dirlo.

Negli articoli che hanno per tema principale la salute, l'etica animalista resta spesso invisibile. Compaiono però vaghi riferimenti a una “ideologia alimentare” che nega i bisogni del corpo, da cui pare trasparire, talvolta, l'idea che gli animali siano funzionali, per loro natura, a soddisfare necessità umane altrettanto naturali. Questo è coerente con una visione antropocentrica del rapporto tra uomo e animali. Va anche notato che l'etica animalista non compare spesso neppure negli articoli che valorizzano il veganismo come scelta salutare. Inoltre, qui, solo raramente compaiono voci mediche: più spesso fanno notizia i personaggi dello spettacolo che promuovono la loro dieta all'interno di una cornice che ha più la leggerezza del gossip, che la credibile autorevolezza di un'informazione in materia di salute. Quando si parla di salute, si nota anche che le associazioni vegane o animaliste non sembrano essere considerate fonti autorevoli, e se le loro dichiarazioni compaiono in articoli critici verso la salubrità del veganismo, non sono messe nelle condizioni di cambiarne la prospettiva. Se le organizzazioni animaliste non sono considerate fonti autorevoli in materia di salute, allora da sole non possono introdurre efficacemente sui media il motivo salutistico del veganismo, e se anche, in futuro, la stampa dedicasse maggiore spazio a dichiarazioni mediche a favore del veganismo, è lecito ipotizzare che la dimensione animalista resterebbe in ombra, per la semplice ragione che un medico affronta temi medici, e non animalisti.

Quando si parla di veganismo in rapporto ai valori animalisti, allora le organizzazioni vegane e animaliste comunicano efficacemente i valori del veganismo come pratica volta al rispetto dei diritti animali. Questo

conferma il ruolo che le organizzazioni continuano a mantenere anche nei movimenti di *lifestyle*, perlomeno in quest'ambito. Infatti, mentre i singoli partecipanti al *lifestyle movement* possono intervenire sulla stampa, al più, attraverso le "lettere dei lettori", le organizzazioni hanno le risorse e la professionalità per organizzare campagne di comunicazione, sit-in, festival e altri eventi che attirano l'interesse dei giornalisti. In alternativa, i valori animalisti del veganismo vengono trasmessi da personaggi dello spettacolo. L'attenzione animalista dei vegani non manca, comunque, di essere rappresentata anche in termini negativi, soprattutto sotto le forme dell'integralismo e dell'ostilità.

La caratterizzazione ambientalista "pura" del veganismo, infine, appare marginale. La motivazione ambientalista, piuttosto, appare più frequentemente citata insieme alle precedenti, o il veganismo viene incluso tra altre azioni ecologiche, senza che emerga una sua autonomia.

La ricerca ha infine permesso di confermare che le categorie individuate da Cole e Morgan si possono applicare anche al contesto italiano e permettono di interpretare efficacemente i discorsi critici sul veganismo. Tuttavia, sebbene l'immagine del veganismo sulla stampa italiana non si possa dire del tutto positiva, è anche complessivamente meno critica rispetto a quella della stampa inglese e australiana degli anni 2007 e 2012. Cole e Morgan quasi non trovano articoli positivi, mentre qui il veganismo, sia come pratica animalista, sia come pratica salutista o ambientalista, viene anche valorizzato per voce di organizzazioni animaliste, personaggi dello spettacolo, e talvolta anche dai giornalisti stessi, come salubre, energetico, facile, gustoso, ecologico, compassionevole. Per di più, la tendenza sembrerebbe quella di una progressiva crescita della rappresentazione positiva o neutra del veganismo. Certamente, però, in questo campo i numeri contano solo relativamente: il tipo di notizia e la sua rilevanza sono fondamentali. Così, pochi casi, ma ad elevata notiziabilità, possono diffondere una rappresentazione negativa del movimento molto rapidamente ed efficacemente, nonostante molti più articoli positivi, ma di limitata diffusione, possano continuare ad essere scritti.

## Riferimenti bibliografici

- Adams C.J. (1990), *The Sexual Politics of Meat: A Feminist-Vegetarian Critical Theory*, New York: Bloomsbury, 2015.
- Arppe T., Makela J., Vaananen V. (2011), *Living Food Diet and Veganism: Individual vs Collective Boundaries of the Forbidden*, in «Social Science Information», 50(2): 275-297.
- Cherry E. (2006), *Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach*, in «Social Movement Studies», 5(2): 155-170.
- Cole M., Morgan K. (2011), *Vegaphobia: Derogatory Discourses of Veganism and the Reproduction of Speciesism in UK National Newspapers*, in «British Journal of Sociology», 62(1): 134-153.
- Eurispes (2014), *Rapporto Italia 2014*.
- Gamson W.A., Wolfsfeld G. (1993), *Movements and Media as Interacting Systems*, in «The Annals of the American Academy of Political and Social Science», 528(May): 114-125.
- Greenebaum J. (2012), *Veganism, Identity and the Quest for Authenticity*, in «Food, Culture & Society», 15(1): 129-144.
- Haenfler R., Brett J., Ellis J. (2012), *Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements*, in «Social Movement Studies», 11(1): 1-20.
- Hirschler C.A. (2011), "What Pushed Me over the Edge Was a Deer Hunter": *Being Vegan in North America*, in «Society & Animals», 19(2): 156-174.
- Mastermann-Smith H., Ragusa A.T., Crampton A. (2014), *Reproducing Speciesism: A Content Analysis of Australian Media Representations of Veganism*, in «Annual Conference of the Australian Sociological Association: Challenging Identities, Institutions and Communities».
- McDonald B. (2000), *Once You Know Something, You Can't Not Know It: An Empirical Look at Becoming Vegan*, in «Society & Animals», 8(1): 1-23.
- Wesley V.J., Wenk C., Parker J.V. (2000), *Every Sparrow that Falls: Understanding Animal Rights Activism as Functional Religion*, in «Society & Animals», 8(3): 306-330.
- Leneman L. (1999), *No Animal Food: The Road to Veganism in Britain, 1909-1944*, in «Society & Animals», 7(3): 219-228.
- Radnitz C., Beezhold B., DiMatteo J. (2015), *Investigation of Lifestyle Choices of Individuals Following a Vegan Diet for Health and Ethical Reasons*, in «Appetite», 90: 31-36.
- Secondulfo D. (2011, a cura di), *Sociologia del benessere. La religione laica della borghesia*, Milano: FrancoAngeli.
- Snow D., Benford R. (1988), *Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization*, in «International Social Movement Research», 1(1): 197-217.
- Soifer S. (2003), *Vegan Discrimination: An Emerging and Difficult Dilemma*, in «Loyola of Los Angeles Law Review», 36(4): 1709-1731.
- The Vegan Society (2014), *Ripened by Human Determination. 70 Years of The Vegan Society*, retrieved from <https://goo.gl/bfxZ6Z>.
- Van Dijk T.A. (1988), *News as Discourse*, Hillsdale: Erlbaum.
- White L. (1967), *The Historical Roots of Our Ecologic Crisis*, in «Science», 155(3767): 1203-1207.
- Wilson S.D. (2010), *Animals and Ethics*, in «Internet Encyclopedia of Philosophy».

