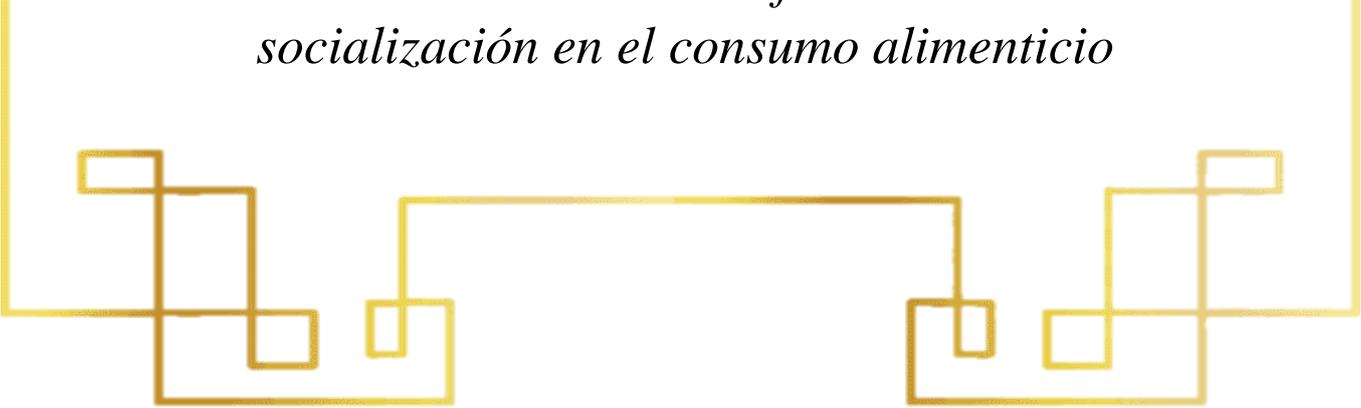


*Carnismo versus vegetarianismo:
Un estudio sobre la influencia de la
socialización en el consumo alimenticio*



Sara García Martín

Tutora: Marta Esther Jiménez Jaén

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Sociología, 2019-2020

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Universidad de La Laguna

RESUMEN: El consumo de carne se ha asociado tradicionalmente a un cuerpo musculado y el consumo de frutas y verduras a un cuerpo delgado. El presente proyecto trata de analizar las posibles relaciones entre la dicotomía carnismo/vegetarianismo y la socialización de hombres y mujeres en relación a la masculinidad y feminidad. A través del análisis de largometrajes Disney y una encuesta sobre el consumo de alimentos se estudia la influencia de la socialización en los hábitos de consumo. Además se pretende realizar una aproximación a un sector de la población muy poco estudiado: la población vegetariana. Se plantean también algunas propuestas para reducir el consumo de carne en la población.

Palabras clave: Feminidad, masculinidad, carnismo, vegetarianismo, socialización.

ABSTRACT: Eating meat has traditionally been associated to a strong body and eating fruits and vegetables to a skinny body. The aim of this research is to analyse the relations between carnism/vegetarianism and men and women's socialization linked to masculinity and femininity. Through the analysis of Disney's films and a survey about the consumption of different types of foods, the influence of socialization in our consumption habits is studied. It also aims to make an approach to a sector of the population that has been largely unexplored: the vegetarian population. There are also some proposals to reduce meat consumption in the population.

Key words: Femininity, masculinity, carnism, vegetarianism, socialization.

Índice

1. ¿Qué queremos investigar?	4
2. Objetivos e hipótesis	5
3. Marco teórico	6
4. Metodología	15
5. Resultados	18
5.1 Resultados objetivo general	18
5.2 Resultados objetivo específico 1	24
5.3. Resultados objetivo específico 2	29
6. Conclusiones	32
7. Limitaciones o dificultades	33
8. Propuestas	34
9. Bibliografía	35
10. Anexo	38
10.1. Filmografía	38
10.2. Imágenes de las películas	42
10.3. Encuesta	58
10.4. Entrevista	63
10.5. Transcripción	65

1. ¿Qué queremos investigar?

La alimentación es uno de los pilares fundamentales de la vida. Nuestra alimentación, como seres humanos, es mucho más compleja de lo que podemos pensar. Tras nuestras decisiones diarias hay todo un proceso de socialización en las que han influido determinados factores. Con el presente proyecto quiero comprobar si existe relación entre el consumo de carne, el género y la socialización asociada a cada género. El motivo principal que me impulsó a la elección de este tema es que formo parte del colectivo vegetariano, y me interesaba conocer si existen relaciones en base al género y la elección de este estilo de vida. Esto es debido a que muchas de las personas vegetarianas que conozco, tanto a nivel personal como personas famosas o activistas, son mujeres. Considero que es un estudio interesante para conocer un poco más a un sector de la población que va en aumento y que no está muy estudiado. Partiendo de estudios como éste se podrían desarrollar estudios de mercado para acercar la alimentación vegetal a esos grupos que distan más de ella.

Con respecto a este campo de estudio se ha generado muy poco contenido académico. Las fuentes principales que sustentan el proyecto son los estudios sobre la masculinidad y la feminidad de Raewyn Connell y la obra “*La política sexual de la carne: una teoría crítica feminista vegetariana*” de Carol Adams.

Previamente a este proyecto he realizado otros estudios en relación a la alimentación y el género. En la asignatura Sociología del Consumo realicé un estudio sobre las pautas de consumo alimenticio y deportivo de la población española. Así mismo, en la asignatura Fundamentos del Cambio Social también realicé un diario sociológico sobre vegetarianismo.

Para llevarlo a cabo se han empleado diferentes técnicas de estudio: investigación cualitativa y cuantitativa de largometrajes, encuestas y entrevistas para responder a los diferentes objetivos planteados.

Este proyecto cuenta con unos objetivos e hipótesis respaldados por un marco teórico. A continuación la metodología necesaria para responder a esos objetivos y los resultados obtenidos de las técnicas empleadas. Finalmente encontraremos las conclusiones obtenidas, las dificultades encontradas y propuestas para reducir el consumo de carne en la población.

2. Objetivos e hipótesis

Objetivo general: Analizar mediante la evolución que han experimentado las películas Disney, como en los procesos de socialización de género se impulsan modelos diferentes para hombres y mujeres en su relación con los animales.

***Hipótesis general:** Se puede observar que aquellos personajes que representan la feminidad enfatizada mantienen relaciones más estrechas con los animales. En cambio, los personajes que se identifican con una masculinidad hegemónica tienen menos relaciones con ellos o los tratan con violencia.

Objetivo específico 1: Identificar si existen diferencias en el consumo de productos cárnicos en función del género en estudiantes de la Universidad de La Laguna analizando los motivos de ese consumo.

***Hipótesis específica 1:** Las mujeres consumen menos productos cárnicos que los hombres. El motivo principal por el que se consume carne, tanto en hombres como en mujeres, es el gusto por el sabor de la carne.

Objetivo específico 2: Analizar la percepción de la masculinidad o feminidad y su relación con el consumo de carne de personas vegetarianas en la Universidad de La Laguna y los motivos que promovieron el paso al vegetarianismo.

***Hipótesis específica 2.1:** Asocian masculinidad a hombres y feminidad a mujeres y las definen de acuerdo a las definiciones de masculinidad hegemónica y feminidad enfatizada.

***Hipótesis específica 2.2:** La percepción que tienen las personas vegetarianas en la Universidad de la Laguna sobre su propia masculinidad y feminidad se aleja de las definiciones de masculinidad hegemónica y feminidad enfatizada.

***Hipótesis específica 2.3:** Asocian el consumo de carne con la masculinidad y el vegetarianismo con la feminidad.

***Hipótesis específica 2.4:** Las mujeres se hacen vegetarianas en mayor medida por empatía hacia los animales. En el caso de los hombres lo hacen también por otros motivos como el medioambiente o la salud.

3. Marco teórico

Según Cecilia Díaz Méndez (2008) los hábitos alimentarios de cada sociedad son distintos. Vienen marcados por la evolución de las distintas culturas a lo largo de la historia, que se ha visto modificada por diferentes factores. Así, lo que se considera apropiado comer o no, las normas culturales en torno a la alimentación y demás varían en función de cada cultura y de la evolución histórica de ésta.

“Para entender por qué comemos de la manera en que lo hacemos es preciso adoptar también un enfoque sociológico y antropológico. Se necesita conocer qué mecanismos rigen la toma de decisiones en torno a la comida y cómo estas afectan a otros aspectos de la vida, como la familia o el trabajo. También se debe averiguar por qué resulta tan difícil modificar ciertos hábitos [...]” (Díaz Méndez, 2013). En el caso de nuestra sociedad, uno de los factores que más influye en las decisiones de cualquier aspecto de nuestra vida, incluidas las decisiones sobre nuestra alimentación, es el género.

Hablamos de género al referirnos a las construcciones sociales y culturales acerca de comportamientos esperados según si eres hombre o mujer. Como dijo Simone de Beauvoir en *El Segundo Sexo* (2005), “No se nace mujer, se llega a serlo”. Tanto mujeres como hombres son obra de un proceso de socialización que está diseñado por la cultura a la que se pertenece y hay tantas definiciones de estas y estos como culturas existen en el mundo en el que vivimos. La misma idea defiende Coral Herrera (2011) que nos dice que “los hombres no nacen, se hacen. [...] Somos, en gran parte, un producto de la cultura en la que habitamos”.

Por tanto, el género es un constructo social, que va ligado a ese proceso de socialización de cada individuo. Esto va ligado a su vez de esa idea de feminidad y masculinidad. Tradicionalmente, la masculinidad está ligada a los hombres y la feminidad a las mujeres. En el sistema patriarcal, hombres y mujeres se encuentran en diferentes posiciones sociales, situándose ellos por encima. Así, también se jerarquiza la masculinidad y la feminidad, estando por encima la masculinidad. Por tanto, un hombre que desempeñe roles considerados femeninos estaría un escalón por debajo que uno que desempeñe roles considerados masculinos.

Raewyn Connell (1997) define lo que considera la masculinidad hegemónica y la feminidad enfatizada. La masculinidad hegemónica es “la masculinidad que ocupa la

posición hegemónica en un modelo dado de relaciones de género”. Se entiende como aquella masculinidad que viene de la mano de actitudes violentas, dominantes o sexualmente activas. “La masculinidad existe sólo en contraste con la femineidad”. Serían polos opuestos en el sistema binario de las sociedades en las que existen como tal. “Una cultura que no trata a las mujeres y hombres como portadores de tipos de carácter polarizados, por lo menos en principio, no tiene un concepto de masculinidad en el sentido de la cultura moderna europea/americana.”

Según Téllez y Verdú (2011), la masculinidad hegemónica es aquella que se identifica con la racionalidad, el control emocional, la fortaleza física y mental, entre otros rasgos. Al mismo tiempo se relaciona con elementos que se cuestionan a través de los distintos discursos en este contexto, como son la homofobia, la misoginia, el poder, el estatus, la riqueza, la sexualidad desconectada, la independencia y autosuficiencia.

Las relaciones de "poder" donde se evidencia esa masculinidad hegemónica de la que hablo, se practican en los modos de ejercer autoridad, ya sea en el lugar de trabajo, en el hogar, en las instituciones, etc. Al igual que en las relaciones de producción, Connell nos dice que "la estructura de poder es un objeto de prácticas, así como también una condición. Es un aparato socio-político que asume la dependencia de las mujeres por parte de los hombres y la refuerza." (De Martino Bermúdez, 2013).

Al mismo tiempo, debemos tener en cuenta que conviven a la vez distintos tipos de masculinidades, para las que también existe una jerarquía. La masculinidad tradicional es siempre la que se sitúa en la cúspide de la pirámide. Podemos entender por tanto que existe una “masculinidad hegemónica” y unas “masculinidades marginadas”, de entre las cuales destacaré algún ejemplo con posterioridad. (Connell, 1997).

Según Anastasia Téllez Infantes y Ana Dolores Verdú Delgado (2011), ““Hacerse hombre”, como “hacerse mujer”, equivale a un proceso de construcción social en el que a lo masculino le corresponden una serie de rasgos, comportamientos, símbolos y valores, definidos por la sociedad en cuestión, que interactúan junto con otros elementos como la etnia, la clase, la sexualidad o la edad y que se manifiestan en un amplio sistema de relaciones que, en nuestra cultura, ha tendido históricamente a preservar la experiencia exclusiva del poder al individuo masculino.”

Según Connell y Messerschmidt (2005) sin lo que denomina la “feminidad enfatizada”, la masculinidad hegemónica no podría darse. Es decir, sin una figura subordinada, la masculinidad hegemónica no existiría. La feminidad muestra también múltiples vertientes en función a su configuración en base a la masculinidad hegemónica, pero no existe una “feminidad hegemónica”, pues todas ellas se construyen bajo la subordinación de la masculinidad hegemónica.

La feminidad enfatizada se entiende a partir de las características que se otorgan a las mujeres que reafirman este poder de dominación: se caracterizan por ser pasivas, más dependientes, además de que aprenden a sentir y pensar en relación a los demás. También la mujer se preocupa por la forma y aspecto físico de cualquier cosa y especialmente de su propio cuerpo. (Connell, 2005).

Podemos decir que “Lo masculino y lo femenino son siempre coordenadas espaciotemporales que se ubican en un momento histórico, en una clase social, en una etnia y cultura determinadas” (Martínez Herrera, 2007).

Tabla 1: Características asociadas a la masculinidad hegemónica y a la feminidad enfatizada

Masculinidad hegemónica	Feminidad enfatizada
Homofobia; misoginia; poder; estatus; riqueza; sexualidad desconectada; fuerza; agresión; restricciones emocionales; independencia; autosuficiencia; heterosexualidad; lucha; actúa como líder, agresividad, ambición, competitividad, atlético, defiende sus creencias, analítico, dominación, individualista, personalidad fuerte, dispuesto a toma decisiones, dispuesto a arriesgarse.	Afectividad, alegría, infantil, compasión, cuidadora, gentileza, credulidad, le encantan los niños/as, lealtad, sensibilidad ante las necesidades de los demás, timidez, de habla suave, simpatía, sensibilidad, ternura, comprensión, calidez, complaciente, dócil.
Fuente: Téllez y Verdú, 2011. y Bem, 1974.	Fuente: Bem, 1974.

Tradicionalmente se han reconocido dos únicos modelos, la masculinidad hegemónica y la femineidad enfatizada, pero durante el siglo XX se comenzó a dejar atrás esa visión centrada únicamente en los polos y se planteó que las personas podían existir en un amplio abanico entre los extremos.

La teoría genderqueer es la propia de este planteamiento ideológico que se defiende y promueve principalmente en el seno del feminismo radical, cuyos objetivos van mucho más allá de la reivindicación de la igualdad jurídica entre hombres y mujeres, propia del primer feminismo.

Una de las influencias más importantes que tuvo esta teoría fue la afirmación de Simone de Beauvoir antes mencionada, y que publicó en su obra “El segundo sexo” en 1949; en él sostenía que las hembras se hacen mujeres a través de un proceso mediante el cual adquieren rasgos femeninos y aprenden un comportamiento femenino que incluye el sometimiento a los hombres.

Sin embargo, fue posteriormente a partir de los años sesenta cuando este planteamiento cobró gran importancia con Judith Butler (2017), que abordó la separación entre sexo y género.

En este contexto hablamos de las identidades trans (transexuales, transgénero, masculinidades femeninas), que dejan en evidencia el carácter funcional que vincula el sexo al género, ya que impugnan el paradigma de género binario (hombre – macho y mujer – hembra).

Jack Halberstam en su libro “*Masculinidades femeninas*” por ejemplo expone la realidad de muchos hombres trans a los que se les identifica con esta categoría puesto que su masculinidad queda reducida al cuerpo y a sus efectos, cuando no encajan con el modelo cisheteronormativo. Esta categoría en definitiva hace referencia a las sobras de la masculinidad dominante mencionada anteriormente, con el fin de que la masculinidad de los hombres (socialmente reconocidos como tal) pueda aparecer como lo verdadero.

“Muchas de estas “masculinidades heroicas” extremadamente demandadas por la sociedad en cualquier ámbito de la vida, se basan fundamentalmente en la marginación de las masculinidades alternativas” (Halberstam, 2008).

A partir de esto, considero relevante destacar la importancia de los procesos de socialización en la asimilación de todas estas construcciones ya mencionadas. En este caso, en un contexto cinematográfico que relaciona la perspectiva de género y las relaciones con los animales no humanos, ya que la relación que se tenga con ellos podría influir en las pautas de consumo.

Existen diferentes agentes de socialización que son importantes en las diferentes etapas de la vida, pero que son fundamentales en la etapa de mayor formación, la infancia. Uno de estos agentes son los medios de comunicación de masas. Los primeros fueron los periódicos, y fueron evolucionando hasta llegar a los medios de comunicación de los que disponemos actualmente.

El cine (la televisión) es uno de ellos, y en el caso de los niños y niñas es el medio de comunicación de masas que influye en mayor medida. “La televisión, como aparato social, es un poderoso medio de producción del sentido y, en numerosas ocasiones, contribuye a normalizar y naturalizar aquello que no es sino fruto de una compleja construcción social.” (Belmonte y Guillamón, 2008). En este sentido, Walt Disney Productions es una de las compañías más grandes en lo que se refiere a la producción de películas dirigidas a este público.

Según Delicia Aguado Peláez y Patricia Martínez García (2015) la construcción de intereses y preferencias en torno al género, que interiorizamos desde la infancia, se encuentran impregnados de patrones de desigualdad social y cultural. Esto es promovido, en parte, por estos textos audiovisuales que trasladan unos modelos de acción y comportamientos determinados para cada género, lo que deriva en una polarización de los géneros y en una legitimización de la desigualdad. “La multinacional se convierte, así, en uno de los referentes que delimitan cómo las niñas y los niños tienen que actuar, pensar y sentir para cumplir con las expectativas sociales.”

De acuerdo con Dawn Elizabeth England, Lara Descartes y Melissa A. Collier-Meek (2011), la representación de la masculinidad y feminidad en las películas Disney ha ido evolucionando con el paso del tiempo, pero los hombres han experimentado menos variación en sus roles de género que las mujeres.

Por tanto, partiendo del hecho de que los patrones de desigualdad social y cultural que promueve la industria Walt Disney influyen significativamente en como socializan

hombres y mujeres desde la infancia, he construido mi visión, con una expectativa exploratoria, en lo que respecta a sus relaciones con los animales no humanos, entendiendo que los personajes que se representan con los distintos tipos de feminidad que van evolucionando en los distintos contextos históricos, construyen relaciones más estrechas con los animales, en contraposición a los personajes que se identifican con la masculinidad hegemónica, quienes además, tratan a los animales con violencia.

Por otra parte, estos rasgos de la masculinidad hegemónica y la feminidad enfatizada que derivan de los distintos procesos de socialización, condicionan de manera significativa la relación con el cuerpo y la alimentación. Con esto, se defiende mediante este proyecto que las mujeres además de que consumen menos productos cárnicos que los hombres, siguen en mayor medida una dieta vegetariana, puesto que sienten una mayor empatía por los animales no humanos.

Esto es debido a una serie de cuestiones histórico-sociales que vinculan la feminidad como referente subordinado con la dominación de los animales. En definitiva, la relación entre nuestra sociedad patriarcal y el consumo de carne es el reflejo de la feminidad enfatizada subordinada a la masculinidad hegemónica.

Estas relaciones se aprecian a diario mediante la publicidad y los medios de comunicación, viéndose reflejado en las pautas de consumo. El consumo más que una práctica se ha convertido hasta día de hoy en una institución que condiciona la mayor parte de nuestra vida. Es un elemento identitario que nos representa en sociedad, en este caso, en lo que respecta al consumo de alimentos.

Pablo García Ruiz (2009) nos plantea entonces que nuestras elecciones en la vida tienen que ver con aquello con lo que queremos que se nos vincule. Aquello que consumimos funciona como un marcador de la posición social. Por tanto, consumiremos aquello que nos haga mantener nuestra “imagen social” y que refuerce nuestra proyección masculina o femenina.

Según diferentes autores y autoras como Screti (2019) o Adams (2010), el consumo de carne es una actividad que sirve en muchas sociedades para construir y reforzar el concepto de masculinidad tradicional, de masculinidad viril. Por este motivo, el vegetarianismo se ha vinculado tradicionalmente con la feminidad en todas sus vertientes. Es en este punto donde el estilo de vida vegano representaría para ciertos

hombres el punto de mayor contradicción con esa masculinidad marcada por la sociedad cisheteropatriarcal.¹

Según un estudio que realicé en la asignatura Sociología del Consumo en base a los datos al estudio 3170 barómetro de marzo de 2017 sobre “pautas alimenticias de los/as españoles/as” del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), podemos ver como los hombres consumen carne a diario en mayor proporción que las mujeres, mientras que las mujeres consumen más frutas y verduras a diario que los hombres.

Tabla 2: Consumo de Carne, verduras y hortalizas y fruta fresca de hombres y mujeres españoles en marzo 2017

		1 Hombre (A)	2 Mujer (B)
CARNE	1 A diario	181	122
		14,9% (B)	9,6%
	2 Varias veces a la semana	813	867
		66,9%	68,2%
	3 Ocasionalmente	221	282
		18,2%	22,2% (A)
9 No contesta	1	0	
	0,1%	0,0%	
VERDURAS Y HORTALIZAS	1 A diario	508	735
		41,8%	57,8% (A)
	2 Varias veces a la semana	516	433
		42,4% (B)	34,1%
	3 Ocasionalmente	190	101
		15,6% (B)	7,9%
9 No contesta	2	2	
	0,2%	0,2%	
FRUTAS FRESCAS	1 A diario	695	888
		57,2%	69,9% (A)
	2 Varias veces a la semana	329	261
		27,1% (B)	20,5%
	3 Ocasionalmente	187	120
		15,4% (B)	9,4%
9 No contesta	5	2	
	0,4%	0,2%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del barómetro 3170 de marzo de 2017 del CIS.

¹ “Cisgénero se refiere a una correspondencia directa entre la genitalidad que se posee y la identidad de género. Así, un modelo de género cisheteropatriarcal, significa que las únicas posibilidades de performar el género son dentro del binarismo identitario (sólo hombre o mujer, quedando fuera todas las identidades trans), la heterosexualidad como norma, y la desigualdad y violencia entre hombres y mujeres como esencia de la relación entre ellas/os.” (Zapata Hidalgo, 2019).

“La construcción de género incluye instrucciones sobre cuáles son los alimentos adecuados. Ser un hombre en nuestra cultura está ligado a identidades que claman o bien repudian lo que los “verdaderos” hombres hacen y no hacen. Los “verdaderos” hombres no comen *quiche*. No sólo es una cuestión de privilegios, es una cuestión de simbolismo. La hombría está construida en nuestra cultura, en parte, por el acceso al consumo de carne y el control de otros cuerpos.” (Adams, 2010).

“Del mismo modo, las verduras y otros alimentos sin carne son vistos como comida de mujeres. Esto los hace indeseables a los hombres.” (Adams, 2010). Por tanto, podemos decir que el consumo de carne es una característica asociada a la masculinidad y, por el contrario, en este sistema de opuestos del que hablamos, el consumo de otro tipo de alimentos como frutas o verduras sería una actividad asociada a la feminidad.

Comemos carne “porque siempre ha sido así” o “porque es nuestra naturaleza”. Son algunas de las respuestas más recurrentes que oírás si le preguntas a alguien el motivo sobre nuestra alimentación omnívora. Melanie Joy (2013) desarrolló un concepto al que denominó carnismo. El carnismo consiste en el sistema de creencias que nos condiciona a comer unos animales determinados y no otros. A las personas que comen carne las denominamos en ocasiones carnívoras (animal que necesita carne para sobrevivir) u omnívoras (animal (humano o no) que tiene la capacidad fisiológica de ingerir tanto plantas como carne). Tanto “carnívoro” como “omnívoro” son términos que describen constituciones biológicas, no opciones personales. “En la mayor parte del mundo actual, las personas no comen carne porque lo necesiten, sino porque deciden hacerlo, hecho que deriva de sus sistemas de creencias. La invisibilidad del carnismo explica que estas decisiones no parezcan decisiones en absoluto.” (Joy, 2013).

Nuestras decisiones en este sentido, como bien dice Melanie Joy, derivan de nuestras creencias, que en parte están sustentadas por lo que se denomina, según Giddens (1997), los sistemas expertos. Los y las profesionales juegan un papel muy importante en la alimentación de la población. El personal médico, los gobiernos, la publicidad, entre otros modelan las pautas de comportamiento de las personas e influyen en la toma de decisiones individuales.

Dentro de este sistema de opuestos, lo contrario al carnismo sería el vegetarianismo. Se entiende que el vegetarianismo es llevar una alimentación 100% vegetal, pero dentro del vegetarianismo existirían diferentes ramas en función de los alimentos que incluya o no

esa alimentación. Existen, por ejemplo, los ovolacto-vegetarianos, que consumirían huevos y leche; los ovo-vegetarianos, que consumirían huevos, los lacto-vegetarianos, que consumirían leche, los frugívoros, que solo comerían frutas o los vegetarianos estrictos, que comerían 100% vegetal. Cuando hablamos de veganismo hablamos de una postura ética. El veganismo comprende una alimentación completamente vegetal (es decir, serían vegetarianos estrictos), pero también otros aspectos que nada tienen que ver con la alimentación y que se fundamentan en el respeto hacia todos los animales (Academy of Nutrition and Dietetics, 2016).

Según la Unión Vegetariana de España (UVE, 2017), el dato más fiable del que se dispone sobre el número de vegetarianos y vegetarianas en España lo encontramos en la Encuesta Nacional de Ingesta Dietética Española (ENIDE), elaborada por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición en 2011, la cual nos dice que un 1,5% de la población española no consume ni carne ni pescado. Aunque como también nos dice la UVE se estima que esta cifra ha ido creciendo en los últimos años.

En un estudio llevado a cabo por Díaz Carmona (2012), publicado en la Revista de Investigaciones Sociológicas (REIS), se estudió una muestra conformada por 104 individuos que cumplían con el perfil del vegano/a activista en España. Se obtuvo que el 71% eran mujeres.

4. Metodología

Para realizar este estudio se emplearán tanto técnicas cuantitativas como cualitativas, en función de la naturaleza de cada hipótesis.

Para responder a la **hipótesis general** se realizará un análisis de la relación de las mujeres y hombres con los animales presentes en los largometrajes de la compañía Walt Disney Pictures para poder comprobar además si esos personajes cumplen o no con los roles y estereotipos de género asignados tradicionalmente a la masculinidad y a la feminidad. Para ello se analizará un total de 19 películas en las que los protagonistas son humanos y que comprenden el periodo de tiempo desde 1937 hasta 2016. Las películas se agruparán en tres generaciones, quedando de la siguiente manera:

Primera generación	1937-1967	Blancanieves y los siete enanitos, Cenicienta, Alicia en el País de las Maravillas, Peter Pan, La Bella Durmiente y El libro de La Selva.
Segunda generación	1989-1999	La Sirenita, La Bella y la Bestia, Aladdín, Pocahontas, El jorobado de Notre Dame, Hércules, Mulán y Tarzán.
Tercera generación	2001-2016	Atlantis, Tiana y El Sapo, Enredados, Frozen: El reino de hielo, Vaiana.

Se realizará el visionado a través de la plataforma Disney + y se analizarán los perfiles de los personajes principales que interactúan con animales en base a los estereotipos y roles de género asociados a la feminidad enfatizada y la masculinidad hegemónica ya definidos anteriormente. Tras esto se estudiará si existe relación entre esto y el trato que tienen hacia los animales no humanos. Para realizar este análisis me apoyaré en el SPSS, clasificando los personajes en base las características ya mencionadas. Tras esto se realizará un análisis cuantitativo y cualitativo.

Para la **hipótesis específica 1** se empleará una encuesta ([ANEXO](#)). Ésta tendrá como fin analizar las posibles diferencias en el consumo de carne de una muestra de mujeres y hombres estudiantes de la Universidad de La Laguna. Esta encuesta consta de 16 preguntas que se dividirán en tres bloques. En primer lugar el bloque de preguntas sociodemográficas, en segundo lugar un bloque de preguntas sobre la ideología y en

tercer lugar un bloque de preguntas sobre consumo de carne. El análisis de los resultados se desarrollará con el programa SPSS.

Para la realización de esta encuesta se tendrá en cuenta la siguiente muestra de estudiantes de la ULL, formada por un total de 400 personas, pues según el manual de Teoría y práctica de la investigación cualitativa de José Ignacio Ruiz Olabuénaga (2012), a través de la siguiente fórmula podemos calcular el tamaño de la muestra en poblaciones finitas:

$$n = \frac{N}{\frac{(M.E.)^2 * (N - 1)}{Z^2 * p * q}}$$

Que con N= 16829
M.E.=0,05
Z=1,96
p=0,5
q=0,5

} n=375,60

Centro	Mujeres	Hombres	Total	Muestra 1ª etapa	Muestra mujeres	Muestra hombres
	9688	7141	16829	400	230	170
Escuela politécnica superior ingeniería	87	93	180	6	3	3
Escuela superior ingeniería y tecnología	206	1206	1412	34	5	29
Facultad cc. Sociales y comunicación	744	316	1060	29	20	9
Facultad ciencias	695	775	1470	41	19	22
Facultad de bellas artes	544	229	773	21	15	6
Facultad de ciencias de la salud	1149	528	1677	35	23	11
Facultad de derecho	1126	607	1733	32	21	11
Facultad de educación	1703	519	2222	43	33	10
Facultad de farmacia	474	210	684	13	9	4
Facultad de humanidades	842	636	1478	48	27	21
Facultad de psicología y logopedia	799	208	1007	21	17	4
Facultad economía, empresa y turismo	1123	1112	2235	46	23	23

Ficha técnica:

Ámbito:

Local: Universidad de La Laguna, San Cristóbal de La Laguna, Tenerife.

Universo:

Estudiantes de la Universidad de La Laguna.

Tamaño de la muestra:

400 estudiantes de la Universidad de La Laguna.

Procedimiento del muestreo:

Muestreo estratificado. Los estratos se han formado en base a los diferentes grados existentes en la Universidad de La Laguna. Los datos utilizados corresponden al alumnado matriculado durante el curso 2019-2020 proporcionados por Gabinete de Análisis y Planificación de la Universidad de La Laguna.

Finalmente, para la **hipótesis específica 2** se llevará a cabo una entrevista grupal ([ANEXO](#)), debido a que la población de personas vegetarianas en la ULL es muy reducida en comparación a la población total. Debido a la situación actual esta entrevista se realizará a través de la plataforma Google Meet. Estará compuesta por 4 informantes, obtenidos a través de la encuesta para la hipótesis específica 1. Este grupo está compuesto por 2 hombres y 2 mujeres. De los hombres 1 es vegano y el otro es ovo-vegetariano. Las mujeres son ambas ovolacto-vegetarianas. La entrevista grupal se llevó a cabo el día 24 de junio de 2020. Para la entrevista se creó una presentación en PowerPoint para facilitar a los y las entrevistadas el seguimiento virtual de la entrevista. La transcripción de esta entrevista se encuentra en el [ANEXO](#).

Temas a tratar en la entrevista grupal:

1. Perfil: Tipo de vegetariano/a. Tiempo que llevan siendo vegetarianos/as. Motivos vegetarianismo.
2. Definiciones de masculinidad y feminidad (rasgos que las definen). Autoidentificación.
3. Relaciones entre la masculinidad y feminidad y el consumo de carne.
4. Relaciones entre la masculinidad y la feminidad y el vegetarianismo.

5. Resultados

5.1 Resultados objetivo general

Para responder a la hipótesis general que decía lo siguiente: “Se puede observar que aquellos personajes que representan algunos de los tipos de feminidad mantienen relaciones más estrechas con los animales. En cambio, los personajes que se identifican con una masculinidad hegemónica tienen menos relaciones con ellos o los tratan con violencia.” se analizaron un total de 19 películas de la compañía Disney. Pasaremos a analizar los resultados obtenidos de este análisis en base a las generaciones previamente definidas. Estos resultados están complementados con imágenes obtenidas de las películas Disney ([ANEXO](#)).

Primera generación (1937-1967)

En esta primera generación encontramos un total de 6 películas. Es la generación con personajes más definidos en lo que respecta a la masculinidad hegemónica y la feminidad enfatizada. No encontramos personajes con características asociadas a ambas identidades.

Tabla 1: Personajes de la primera generación

Mujeres-feminidad enfatizada	Blancanieves, Cenicienta, Alicia y Aurora.
Hombres-masculinidad hegemónica	Padre de la familia en Peter Pan y Capitán Garfio.
Mujeres-masculinidad	Madrastra de Blancanieves, Madrastra y hermanastras de Cenicienta, la Reina de Corazones y Maléfica.
Hombres-feminidad	Enanitos de Blancanieves y Mowgli.

Fuente: Elaboración propia.

Podemos ver como en el caso de las mujeres que se adaptan a la feminidad enfatizada, los animales tienen un rol de cuidadores. Acompañan a estas mujeres durante toda la película pero su papel principal es el de velar por su seguridad y ayudarlas en lo que necesitan. Se aprecian relaciones de amistad, pero no es lo principal. Blancanieves tiene a todos los animales del bosque que la ayudan en las tareas de la casa y la protegen de su madrastra, Cenicienta tiene a los ratones que desempeñan el mismo papel que los animales de Blancanieves. Lo mismo ocurre para Aurora. En el caso de Alicia podemos

observar que tiene un compañero gato al inicio y final de la película y que, además, durante su sueño es otro gato el que cuida de ella y la guía en su vuelta a casa.

En el caso de los hombres que se adaptan a los roles y estereotipos de la feminidad enfatizada encontramos que las relaciones que mantienen con los animales son más distantes que en el caso anterior, llegando incluso al desprecio o maltrato. Encontramos aquí al padre de familia de Peter Pan, que arrastra al perro fuera del hogar y lo amarra a un árbol. Por otro lado, el Capitán Garfio vive en una constante lucha contra el cocodrilo que quiere comérselo.

Pasando ahora a las mujeres que se adaptan a la masculinidad hegemónica podemos ver que las relaciones no son como las de los hombres del caso anterior. Encontramos relaciones de amistad o relaciones en las que los animales sufren maltrato pero son a su vez ayudantes del personaje. Del mismo modo, encontramos también relaciones en las que no se produce maltrato, pero sí que el personaje es rechazado por los animales. En primer lugar, la madrastra de Cenicienta tiene un gato con el que podríamos decir que mantiene una relación de amistad. En segundo lugar, La Reina de Corazones representa esa figura en la que los animales son sus ayudantes pero reciben maltrato por su parte. Las hermanastras de Cenicienta y la madrastra de Blancanieves generan rechazo en los animales que las rodean. Por último, Maléfica tiene un compañero que a la vez es su ayudante pero que no recibe ningún tipo de maltrato, pero sí que maltrata a otros de sus ayudantes que son animales.

Finalmente, encontramos que los hombres que se adaptan más a la feminidad enfatizada que a la masculinidad hegemónica presentan relaciones opuestas con los animales. Por un lado se produce maltrato por parte de los enanitos de Blancanieves, aunque en muy pocas ocasiones, y por otro los animales representan ese rol de cuidadores (Mowgli).

Segunda generación (1989-1999)

En la segunda generación encontramos un total de 8 películas. Aquí comienzan a aparecer personajes que cumplen con roles y estereotipos tanto de la feminidad enfatizada como de la masculinidad hegemónica.

Tabla 2: Personajes de la segunda generación

Mujeres-feminidad enfatizada	Ariel, Bella, Jazmín y Jane Porter
Hombres-masculinidad hegemónica	Eric, Rey Tritón, Gastón, Bestia, Jafar, John Smith, Ratcliffe, Febo, Frollo, Hades, Shang Yu y Clayton.
Mujeres-masculinidad	Úrsula.
Hombres-feminidad	El ayudante de Ratcliffe, Quasimodo y Profesor Porter.
Ambas	Aladdín, Pocahontas, Esmeralda, Hércules, Megara, Mulán, Tarzán.

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de las mujeres que se adaptan a la feminidad enfatizada podemos ver que se cumple de nuevo el rol de cuidador de los animales, pero comienza a notarse una ligera diferencia con las películas de la primera generación: algunas de las relaciones son de amistad. Por ejemplo podemos verlo en el personaje de Jane Porter en Tarzán. Establece vínculos de amistad con los animales que van más allá del rol de cuidador.

Para los hombres con roles y estereotipos encuadrados dentro de la masculinidad hegemónica encontramos una gran variedad de relaciones debido al gran número de personajes observados. Podemos observar en 3 de ellos relaciones de amistad (Eric, Bestia, y Ratcliffe), 1 en los que los animales son sus ayudantes (Shang Yu), otros 6 que maltratan a los animales (Rey Tritón, Gastón, Jafar, Frollo, Hades y Clayton) y 2 que generan rechazo en los animales (John Smith y Febo).

En el caso de las mujeres que se adaptan más a los roles de la masculinidad hegemónica (Úrsula) podemos observar que tiene animales que son sus ayudantes pero también otras relaciones de maltrato con animales diferentes, como por ejemplo el perro del Príncipe Eric.

En el caso de los hombres que cumplen roles y estereotipos relacionados con la feminidad enfatizada podemos ver relaciones de amistad, como en Quasimodo y Ratcliffe, e incluso una relación en la que el cuidador del animal es el humano (el ayudante de Ratcliffe).

Finalmente, como ya comenté, empezamos a encontrarnos con personajes que se salen de los polos y presentan características tanto de la feminidad enfatizada como de la

masculinidad hegemónica. Estos personajes son: Aladdín, Pocahontas, Esmeralda, Hércules, Megara, Mulán y Tarzán. En estos casos no observamos ninguna relación que implique maltrato. Los animales desempeñan roles de cuidadores para Pocahontas y Mulán, Esmeralda cuenta con un ayudante y es solo Megara la que en un principio no cae bien a los animales. Para el caso de los hombres vemos que para Aladdín y Tarzán lo animales son amigos e incluso familia, y para Hércules son ayudantes.

Tercera generación (2001-2016)

En esta tercera y última generación contamos con 5 películas. En comparación con la generación anterior podemos observar un incremento de los personajes identificados con características de ambos polos. En la segunda generación representan el 25,9%, mientras que en la tercera representan el 28,6%.

Tabla 3: Personajes de la tercera generación

Mujeres-feminidad enfatizada	Rapunzel, Anna, Abuela Tala.
Hombres-masculinidad hegemónica	Hombre de las sombras, Rider, Kristoff, Maui.
Mujeres-masculinidad	Kida.
Hombres-feminidad	Milo.
Ambas	Tiana, Mamá Odie, Príncipe Naveen, Vaiana.

Fuente: Elaboración propia.

En esta generación podemos observar un cambio en las relaciones de las mujeres identificadas con la feminidad enfatizada. Los animales ya no son sus cuidadores, son sus amigos. Las acompañan en sus vidas y aventuras, pero no velan por su seguridad.

En cambio, en los hombres identificados con la masculinidad hegemónica no se aprecian cambios, siguen manteniendo relaciones en las que los animales son sus ayudantes (Kristoff) o relaciones de maltrato (Hombre de las sombras y Maui), además de no caer bien, como es el caso de Ridder.

En el caso de Kida, que cumple con los roles de la masculinidad hegemónica, y el de Milo, que cumple con los roles de la feminidad enfatizada, podemos ver que las relaciones que establecen son de maltrato. Milo cuenta con peceras en las que tiene encerrados a algunos peces mientras que Kida es el único personaje mujer que mata a un animal.

Finalmente, en el caso de los personajes que cumplen con estereotipos de ambos grupos vemos que las relaciones mayoritarias son de amistad menos en el caso de Mamá Odie, que además de amigos son sus ayudantes.

Tabla 4: Personajes de las tres generaciones

		Amistad	Cuidador	Ayudante	Maltrato	Ayudante y maltrato	El humano le sirve	No cae bien a los animales
Feminidad enfatizada	Mujer	6	5	0	0	0	0	0
	Hombre	2	1	0	2	0	1	0
Masculinidad hegemónica	Mujer	1	0	0	1	3	0	2
	Hombre	3	0	2	7	3	0	3
Ambas	Mujer	2	2	2	0	0	0	1
	Hombre	3	0	1	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Si analizamos los personajes de las tres generaciones en conjunto podemos observar como en el caso de los personajes que se asocian a la feminidad enfatizada son los hombres los que mantienen peores relaciones con los animales. Para la masculinidad hegemónica observamos una mayor presencia de hombres que de mujeres. En este caso, la mayoría de las relaciones que se establecen con los animales son relaciones de maltrato. Finalmente, para los personajes que recogen características de ambas identidades observamos que las relaciones son, en su mayoría, positivas (amistad, cuidador o ayudante), sin llegar a producirse ninguna relación de maltrato.

Tabla 5: Personajes de las tres generaciones (porcentajes por filas)

<u>Feminidad enfatizada</u>	Buena relación (Amistad, cuidador, ayudante, el humano le sirve): 88,2%
	Mala relación (Maltrato, Ayudante y maltrato, No cae bien a los animales): 11,8%
<u>Masculinidad hegemónica</u>	Buena relación (Amistad, cuidador, ayudante, el humano le sirve): 24%
	Mala relación (Maltrato, Ayudante y maltrato, No cae bien a los animales): 76%
<u>Ambas</u>	Buena relación (Amistad, cuidador, ayudante, el humano le sirve): 90,9%

	Mala relación (Maltrato, Ayudante y maltrato, No cae bien a los animales): 9,1%
--	--

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5 podemos destacar que la mayoría de las relaciones de la feminidad enfatizada son buenas (88,2%). En cambio, de la masculinidad hegemónica debemos decir que el 76% de las relaciones son negativas. Por otro lado, para los personajes que presentan una mezcla de características predominan las buenas relaciones (90,9%).

Tabla 6: Personajes de las tres generaciones (porcentajes por columnas)

<u>Feminidad enfatizada</u>	Buena relación (Amistad, cuidador, ayudante, el humano le sirve): 48,4%	Mala relación (Maltrato, Ayudante y maltrato, No cae bien a los animales): 9,1%
<u>Masculinidad hegemónica</u>	Buena relación (Amistad, cuidador, ayudante, el humano le sirve): 19,4%	Mala relación (Maltrato, Ayudante y maltrato, No cae bien a los animales): 86,4%
<u>Ambas</u>	Buena relación (Amistad, cuidador, ayudante, el humano le sirve): 32,3%	Mala relación (Maltrato, Ayudante y maltrato, No cae bien a los animales): 4,5%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6 observamos que casi la mitad de las relaciones positivas las encontramos en la feminidad enfatizada y en los personajes que presentan una mezcla de características (80,7%). En cambio, las malas relaciones están en su mayoría localizadas en los personajes identificados con la masculinidad hegemónica (86,4%).

5.2 Resultados objetivo específico 1

Para responder a la hipótesis específica 1 que plantea lo siguiente: “Las mujeres consumen menos productos cárnicos que los hombres” se realizó una encuesta entre los estudiantes de la ULL en la que, debido a las condiciones restringidas de trabajo por el COVID-19, solo se obtuvieron 169 respuestas. Por tanto, estos resultados no son representativos de la población estudiada, pero nos ayuda a hacernos una idea de los patrones de consumo.

Tabla 7: Consumo diario de los grupos de alimentos por género

		1 Mujer (A)		2 Hombre (B)	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
\$CONSUMO	1 Frutas	63	66,3%	27	54,0%
	2 Verduras y hortalizas	45	47,4%	27	54,0%
	3 Legumbres	9	9,5%	8	16,0%
	4 Carnes	38	40,0%	29	58,0% (A)
	5 Pescados	12	12,6%	7	14,0%
	6 Productos lácteos	69	72,6%	48	96,0% (A)
	7 Frutos secos	29	30,5%	12	24,0%
	8 Cereales y derivados	65	68,4%	40	80,0%

Fuente: Elaboración propia.

A través de la tabla 7 se puede observar como a la pregunta sobre los alimentos que se consumen varias veces al día el consumo de carnes es significativamente superior en el caso de los hombres, mientras que en el caso de las mujeres es superior el consumo de frutas. Esto concuerda con los resultados del barómetro 3170 de marzo de 2017 del CIS, en el que el consumo diario de carne también era significativamente mayor en los hombres y el consumo de frutas y verduras en las mujeres.

Tabla 8: Preferencias de consumo por género

		1 Mujer (A)		2 Hombre (B)	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
\$PREFERENCIAS	1 Frutas	53	55,8%	24	48,0%
	2 Verduras y hortalizas	23	24,2%	8	16,0%
	3 Legumbres	9	9,5%	3	6,0%
	4 Carnes	51	53,7%	37	74,0% (A)
	5 Pescados	21	22,1%	7	14,0%
	6 Productos lácteos	57	60,0%	37	74,0%
	7 Frutos secos	17	17,9%	4	8,0%
	8 Cereales y derivados	48	50,5%	24	48,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8 podemos apreciar que cuando se pregunta por los grupos de alimentos que prefieren consumir, el grupo de mayor preferencia de consumo para los hombres son las carnes y los productos lácteos en igual porcentaje. En el caso de las mujeres los dos grupos de mayor preferencia son también los productos lácteos y las frutas.

A la pregunta de si se han planteado alguna vez ser vegetarianas o vegetarianos podemos observar que el 73,7% de las personas que se lo han planteado alguna vez son mujeres. En cambio, de los que no se lo han planteado nunca vemos que los porcentajes están más igualados entre ambos géneros.

Tabla 9: Hombres y mujeres que se han planteado o no ser vegetarianos/as

		GÉNERO_COD			
		1 Mujer		2 Hombre	
		Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
INTENCIÓN_VEG	No, nunca	39	56,5%	30	43,5% (A)
	Sí, alguna vez	56	73,7% (B)	20	26,3%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10: Hombres y mujeres que se han planteado o no ser vegetarianos/as por edad

GÉNERO		Edad	VEGETARIANO	
			No % del N de fila	Sí % del N de fila
Hombre		18-21	81,3%	18,8%
		22-24	92,6%	7,4%
		25-58	92,3%	7,7%
Mujer		18-21	83,3%	16,7%
		22-24	82,9%	17,1%
		25-58	86,7%	13,3%

Fuente: Elaboración propia.

Cuando introducimos la variable edad podemos comprobar como en el caso de los hombres a menor edad más se han planteado optar por una dieta vegetariana. En el caso de las mujeres la edad no es un factor tan determinante como podría ser en el caso de los hombres.

Cuando se preguntó sobre los motivos por los que se habían planteado o no hacerse vegetarianos o vegetarianas se obtuvieron una multiplicidad de respuestas que se agruparon en un total de 13 códigos. Los motivos que proporcionaron las personas que sí se lo han planteado en algún momento son los siguientes:

Tabla 11: Motivos por los que se han planteado ser vegetarianos en función del género

	1 Mujer		2 Hombre	
	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
1 Maltrato animal	27	62,8%	8	40,0%
2 Medicamentos en la carne	2	4,7%	0	0,0%
3 Variar la dieta	0	0,0%	1	5,0%
4 Salud	6	14,0%	5	25,0%
6 Mediambiente	11	25,6%	9	45,0%
7 Intolerancia a la carne	1	2,3%	0	0,0%
8 Influencia de otras personas	2	4,7%	0	0,0%
10 Reducir su consumo de carne	10	23,3%	0	0,0%
12 Falta de fuerza de voluntad	3	7,0%	1	5,0%
13 Fallos en la alimentación vegetariana	1	2,3%	1	5,0%

Fuente: Elaboración propia.

En este caso se puede observar que para las mujeres los motivos predominantes son el maltrato que sufren los animales (62,8%), seguido de la preocupación por el medioambiente, ya que consideran que la alimentación vegetariana es más beneficiosa en este sentido (25,6%). En tercer lugar aparece el interés por reducir el consumo de carne (23,3%). Esto es lo que les ha llevado a plantearse en alguna ocasión los tipos de alimentación vegetarianas.

En el caso de los hombres podemos ver diferencias con los motivos de las mujeres. El motivo mayoritario es la preocupación medioambiental (45%), seguido muy de cerca por el maltrato que reciben los animales en la industria (40%). El tercer motivo más señalado es el de las mejoras que puede aportar este tipo de alimentación para la salud (25%).

Tabla 12: Motivos por los que no se han planteado ser vegetarianos en función del género

	1 Mujer		2 Hombre	
	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
5 Gusto por la carne	8	28,6%	4	21,1%
9 Satisfacción con la alimentación actual	11	39,3%	3	15,8%
10 Reducir su consumo de carne	0	0,0%	2	10,5%
11 Ningún motivo	0	0,0%	1	5,3%
12 Falta de fuerza de voluntad	7	25,0%	2	10,5%
13 Fallos en la alimentación vegetariana	6	21,4%	7	36,8%

Fuente: Elaboración propia.

Pasando a los motivos por los que nunca se han planteado el llevar una alimentación vegetariana también podemos apreciar diferencias entre los motivos de hombres y mujeres. Para ellas el motivo principal es que se sienten satisfechas y a gusto con su alimentación actual, consumiendo de todo (39,3%). En segundo lugar tenemos el gusto por la carne (28,6%) y en tercer lugar la falta de fuerza de voluntad (25%). Argumentan que serían incapaces de llevar una alimentación vegetariana.

Para ellos el motivo principal es que consideran que la alimentación vegetariana tiene “fallos”; es decir, que no proporciona los nutrientes necesarios o que no es una

alimentación equilibrada (36,8%). En segundo lugar aparece también el gusto por la carne (21,1%) y en tercer lugar la satisfacción con la alimentación actual (15,8%).

En relación a los motivos por los que se consumen determinados grupos de alimentos podemos observar lo siguiente:

Tabla 13: Motivo principal por el que se consumen carnes, frutas y verduras

		GÉNERO			
		Hombre		Mujer	
		% de N columnas	% del N de fila	% de N columnas	% del N de fila
CARNES	No lo consumo	2,0%	50,0%	1,1%	50,0%
	Otro	2,0%	33,3%	2,1%	66,7%
	Porque es económico	10,0%	71,4%	2,1%	28,6%
	Porque es saludable	16,0%	26,7%	23,2%	73,3%
	Porque me gusta el sabor	70,0%	34,0%	71,6%	66,0%
FRUTAS	No lo consumo	4,0%	66,7%	1,1%	33,3%
	Otro	6,0%	75,0%	1,1%	25,0%
	Porque es saludable	40,0%	42,6%	28,4%	57,4%
	Porque me gusta el sabor	50,0%	27,5%	69,5%	72,5%
VERDURAS	No lo consumo	0,0%	0,0%	4,2%	100,0%
	Otro	6,0%	75,0%	1,1%	25,0%
	Porque es económico	2,0%	33,3%	2,1%	66,7%
	Porque es saludable	72,0%	39,1%	58,9%	60,9%
	Porque me gusta el sabor	20,0%	23,8%	33,7%	76,2%

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al consumo de carnes podemos ver como el motivo principal de ese consumo tanto en hombres como en mujeres es el gusto por su sabor. Si analizamos los porcentajes por filas podemos observar como los hombres destacan en el consumo por motivos económicos, mientras que las mujeres destacan en el gusto por la carne y en la salud.

Pasando al consumo de frutas encontramos que para las mujeres, en un 69,5%, el motivo principal de consumo es porque les gusta el sabor. En el caso de los hombres también es el mismo motivo (50% en el caso del sabor), pero está muy igualado al consumo por salud (40%). Dentro de las filas podemos observar que para el motivo del

gusto por el sabor predominan las mujeres (72,5%). Sin embargo, existe un mayor porcentaje de hombres (66,7%) que de mujeres (33,3%) que no consumen frutas.

Finalmente, en el consumo de verduras vemos que el motivo principal de consumo para las mujeres es la salud, seguido por el gusto por las verduras. Aquí la diferencia entre los dos motivos es de un 25,2%. Los motivos de consumo de los hombres son iguales que en el caso de las mujeres, primero la salud y luego el gusto, pero la diferencia entre ambos es de un 52%.

5.3. Resultados objetivo específico 2

Para responder a las hipótesis planteadas en el objetivo específico 2 que dicen lo siguiente: “Las personas vegetarianas asocian masculinidad a hombres y feminidad a mujeres y las definen de acuerdo a las definiciones de masculinidad hegemónica y feminidad enfatizada.”, “La percepción que tienen las personas vegetarianas en la Universidad de la Laguna sobre su propia masculinidad y feminidad se aleja de las definiciones de masculinidad hegemónica y feminidad enfatizada.”, “Asocian el consumo de carne con la masculinidad y el vegetarianismo con la feminidad.”, “Las mujeres se hacen vegetarianas en mayor medida por empatía hacia los animales. En el caso de los hombres lo hacen también por otros motivos como el medioambiente o la salud.” se realizó una entrevista grupal. Pero podemos obtener un perfil general de las personas vegetarianas en la ULL a través de los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En primer lugar podemos observar que solo el 14,2% de las personas que contestaron la encuesta son vegetarianas. De ese porcentaje, el 75% son mujeres. El 70,8% de estas personas se consideran ovolacto-vegetarianos/as. En lo que respecta a la ideología política, el 83,3% se identifican como feministas y el 75% como ecologistas. En el caso de las personas que no son vegetarianas el grupo mayoritario es también el de las personas que se identifican como feministas (42,1%), pero el segundo más relevante es el de los que se consideran socialistas (33,1%). En materia religiosa, el 70,8% de los y las encuestados/as que se identifican como vegetarianos/as son ateos/as (45,8%) y agnósticos/as (25%). En el caso de las personas no vegetarianas podemos ver que el 33,8% son ateos/as y el segundo grupo mayoritario son católicos/as no practicantes (23,4%).

En lo que respecta a los resultados obtenidos en la entrevista podemos observar que cuando se pregunta por los motivos por los que son vegetarianos/as, en el caso de las chicas comentan en primer lugar por el maltrato animal y también por cuestiones medioambientales. En el caso de los chicos podemos ver que para el entrevistado 2 el motivo es exclusivamente medioambiental, mientras que el entrevistado 1 comenta estos dos motivos y le suma la preocupación por la salud:

“y también hay una parte de nutrición importante, al menos en mi... en lo que se refiere a mi experiencia ha mejorado mucho mi alimentación y lo que es mi estado de salud.” (Entrevistado 1, hombre, 23 años).

También es importante destacar que ninguna de las tres personas que comentaron que sus motivos eran éticos se han planteado volver a consumir productos de origen animal, en cambio, el entrevistado 2 que manifestaba motivos ecológicos se plantearía volver a consumir carne y pescado si eso no implicara costes medioambientales.

Consideran que la empatía es una característica fundamental para adoptar una dieta vegetariana, además creen que esta característica es más propia de las mujeres que de los hombres. Comentan que la empatía es uno de los roles asociados tradicionalmente a la feminidad.

Y profundizando más en las definiciones aportadas de feminidad y masculinidad, vemos que los cuatro estaban de acuerdo en que son constructos sociales. Éstos dictaminan lo que se entiende por hombre y mujer, son los roles de género esperados para cada uno de ellos. Expresan rechazo ante la existencia de esta dicotomía, pero entienden que la masculinidad implica virilidad, poder, control de las emociones, fuerza y todo lo que se entiende como positivo en la sociedad.

La feminidad la definen como subordinada a la masculinidad. Se espera de las personas femeninas (que asocian principalmente a mujeres) que sean dulces, impulsivas, gusto por el arte, grácil o sensible. En cambio, para el entrevistado 2 le resulta muy complicado generar definiciones sobre lo que entiende por masculinidad y feminidad:

“para mí pensar en qué es la masculinidad y la feminidad me cuesta un montón, porque intentar llegar a los elementos esenciales me parece muy confuso, me parece muy complicado, porque todos esos rasgos que tradicionalmente se asociaban a un rol o a otro pues más y más se ve que

son intercambiables, que no están sujetos a ningún rol en particular.”
(Entrevistado 2, hombre, 21 años).

Plantean de igual manera que son imposiciones sociales asociadas al género que se nos asigna de nacimiento y que muchas personas no se adaptan a esos prototipos de masculinidad y feminidad ideales. Por tanto, se ven forzados y forzadas a encajar mediante multitud de recursos para conseguir por ejemplo el control de las emociones o la fuerza física en los hombres.

Cuando se les pide que se autoidentifiquen usando las características asociadas a la masculinidad y la feminidad los cuatro se ven representados por características tanto de la masculinidad hegemónica como de la feminidad enfatizada. Pero se observa que las tres personas que expresan compasión por los animales no se identifican con características como fuerza física y agresividad.

A su vez, asocian el consumo de carne con la masculinidad (con los hombres) debido a factores como los estereotipos de género (que deben obtener proteínas para tener fuerza física) o la influencia de la publicidad.

En cambio, asocian el vegetarianismo y mayor consumo de frutas y verduras con las mujeres debido igualmente a los estereotipos de género (que deben estar delgadas), a la influencia de la publicidad y también lo asocian a una mayor empatía hacia los animales debido a que han compartido con ellos la opresión y privación de libertades y derechos a lo largo de la historia. De la misma manera, la mayoría de las personas de su entorno que son vegetarianas son mujeres y, aunque creen que presentan características asociadas tanto a la masculinidad hegemónica como a la feminidad enfatizada, consideran que encajan más en las características de la feminidad enfatizada.

6. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en el estudio podemos concluir lo siguiente:

Podemos afirmar que la feminidad enfatizada representada en las películas Disney está vinculada a un buen trato hacia los animales, por tanto, es una característica más de la socialización de esa feminidad enfatizada. En cambio, los personajes representados con características asociadas a la masculinidad hegemónica desarrollan vínculos con los animales menos estrechos o incluso con episodios de violencia y maltrato. Esto podríamos decir que puede derivar en conductas o estilos de vida más respetuosos hacia los animales en el caso de las personas que socializan en el marco de la feminidad enfatizada y en relaciones menos estrechas entre las personas que socializan en el marco de la masculinidad hegemónica. Además, en el caso de los personajes en los que las características de ambos extremos (masculinidad hegemónica y feminidad enfatizada) se encuentran entremezcladas podemos apreciar que las relaciones que se establecen con los animales son igualmente estrechas, por lo que solamente en el caso de los personajes que representan a la masculinidad hegemónica se observa ese distanciamiento y violencia hacia los animales.

Como la masculinidad está asociada tradicionalmente a los hombres y la feminidad a las mujeres podemos decir que la socialización de las mujeres implica el buen trato hacia los animales y la empatía. En cambio, la socialización de los hombres implica el ser viril y el uso de la violencia.

Estas diferencias en la socialización podrían explicar la mayor presencia de mujeres en las dietas y estilos de vida vegetarianos y el mayor consumo de carne por parte de los hombres, hechos que se han reflejado en los resultados de la encuesta.

Podemos ver que los hombres participantes en la encuesta consumen más carne que las mujeres. Pero con independencia de esto, el motivo principal por el que consumen carne tanto hombres como mujeres es por el disfrute del sabor de la carne. Por otro lado vemos que hay más mujeres que hombres que se han planteado alguna vez ser vegetarianas, siendo el motivo principal el maltrato animal. Esto concuerda con la idea de que la socialización de las mujeres está vinculada a la empatía hacia otros animales.

Finalmente, vemos en los resultados obtenidos en la entrevista que los resultados anteriores se vuelven a confirmar. Se define la masculinidad como masculinidad

hegemónica y la feminidad como feminidad enfatizada. Esa masculinidad que definan la asocian al mayor consumo de carne y la feminidad a un mayor consumo de frutas y verduras o directamente al vegetarianismo. Podemos ver como la empatía es una de las características principales que asocian a las personas vegetarianas, que son principalmente mujeres.

Por tanto, en base a los resultados obtenidos en este estudio, podemos intuir que existen relaciones entre el consumo de determinados alimentos con la socialización de las personas que, en nuestra sociedad, distingue entre hombres y mujeres; entre masculinidad y feminidad.

7. Limitaciones o dificultades

Debido a las condiciones excepcionales que hemos vivido en estos últimos meses por el COVID-19 me he enfrentado a algunas dificultades o limitaciones en el desarrollo del presente estudio.

En primer lugar la búsqueda de material bibliográfico para el desarrollo del marco teórico me ha resultado algo limitada, pues necesitaba consultar determinadas obras o manuales que no se encontraban online y al estar las bibliotecas cerradas no he podido acceder a ellos.

En segundo lugar, al no haber podido realizar la encuesta presencialmente no he podido alcanzar el total de encuestas diseñadas en la muestra para obtener representatividad.

En tercer lugar, al no haber realizado un pretest de la encuesta me he dado cuenta tarde que podía haber incluido algunas preguntas más para obtener más información sobre la población vegetariana. Una de estas preguntas podía haber sido cuáles son los motivos que les llevan a seguir esa alimentación o estilo de vida.

Finalmente, me he dado cuenta de lo difícil que resulta llegar a determinados grupos que comparten características en común, como las personas vegetarianas de la Universidad de La Laguna, al no estar registradas en ningún lado. Mi idea inicial era realizar un grupo de discusión con 8-10 personas vegetarianas, pero debido a que solo pude encontrar 4 personas dispuestas a colaborar tuve que cambiar la metodología.

8. Propuestas

A través de la entrevista se plantearon diferentes propuestas para acercar la alimentación vegetal a esos grupos que distan más de ella o reducir el consumo de carne de la población que no quiera llevar una alimentación vegetal. Estas propuestas coinciden con las que yo tenía en mente plantear desde un inicio.

La primera propuesta sería educar a la población en diferentes tipos de alimentación saludable más allá de la forma de alimentación tradicional.

En segundo lugar facilitar la creación de huertos urbanos y mercadillos en la calle. Esto favorecería el consumo de productos vegetales de origen local, lo que a su vez reduciría el impacto medioambiental.

En tercer lugar se propone aumentar los impuestos de las carnes y productos de origen animal y reducir los de los productos de origen vegetal.

En cuarto lugar se propone la transparencia, es decir, enseñar a la población lo que ocurre con los animales que son consumidos. Poner ese conocimiento al alcance de todos y todas a través de campañas de sensibilización para que cada individuo pueda tomar sus propias decisiones.

La quinta propuesta, también relacionada con el nivel educativo y muy vinculada a los debates actuales, tiene que ver con generar conciencia sobre la contaminación que producen las industrias cárnicas.

Finalmente, me gustaría agregar otra propuesta que no se comentó en la entrevista. Un aspecto importante de cualquier lucha social es el activismo, por lo que creo que éste se debería fomentar a través de plataformas que ya existen como la Comunidad Vegana de la Universidad de La Laguna (VegULL) para poder llevar todo el conocimiento ya mencionado a un sector mayor de la población.

9. Bibliografía

- Academy of Nutrition and Dietetics (AND). (2016). Position of the Academy of Nutrition and Dietetics: Vegetarian Diets. Recuperado de <https://www.eatrightpro.org/-/media/eatrightpro-files/practice/position-and-practice-papers/position-papers/vegetarian-diet.pdf>
- Adams, Carol. (2010). *La política sexual de la carne: una teoría crítica feminista vegetariana- Carol Adams*. Madrid: Ochodoscuatro Ediciones.
- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) (2011). Encuesta Nacional de Ingesta Dietética Española (ENIDE) Recuperado de <https://www.west-info.eu/files/Report188.pdf>
- Aguado Peláez, Delicia; Martínez García, Patricia. (2015). ¿Se ha vuelto Disney feminista? Un nuevo modelo de princesas empoderadas. *ÁREA ABIERTA*, 15, (2). 49-61. Recuperado de <http://www.inmujer.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Revistas/ANALITICAS/DEA0247.pdf>
- Beauvoir, Simone de. (2005). *El Segundo Sexo*. Madrid: Cátedra D.L.
- Belmonte, Jorge, y Guillamón, Silvia, (2008). “Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV”, *Comunicar*, 16, (31), 115-120.
- Bem, Sandra, L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol. 42, No. 2, 155-162. Recuperado de https://www.academia.edu/3319604/The_measurement_of_psychological_androgyny
- Butler, Judith (2017). *El género en disputa*. Barcelona: Paidós.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2017). *Barómetro de marzo 2017. Estudio nº3170*. Recuperado de http://www.cis.es/cis/open/cm/EN/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14333
- Connell, Raewyn W. (1997). *La organización social de la masculinidad*. Recuperado de http://www.pasa.cl/wp-content/uploads/2011/08/La_Organizacion_Social_de_la_Masculinidad_Connell_Robert.pdf
- Connell, Raewyn W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Connell, Raewyn. W. y Messerschmidt, James W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 6 (19). 829-859. Recuperado de https://www.etnologia.uw.edu.pl/sites/default/files/hegemonic_masculinity_connell_and_messerschmidt.pdf
- De Martino Bermúdez, Mónica. (2013). Connell y el concepto de masculinidades hegemónicas: notas críticas desde la obra de Pierre Bourdieu. *Estudios Feministas* 21 (1), 283-300. Recuperado de <https://www.scielo.br/pdf/ref/v21n1/15.pdf>

- Díaz Carmona, Estela. (2012). Perfil del vegano/a activista de liberación animal en España. *Revista de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, julio-septiembre (139), 175-188. doi: 10.5477/cis/reis.139.175
- Díaz Méndez, Cecilia (2008). ¿Qué significa comer bien? una descripción de las normas alimentarias generales presentes en los modelos. *Distribución y consumo* 18 (97), 28-37. Recuperado de https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2008_97_28_37.pdf
- Díaz Méndez, Cecilia (2013). La alimentación en la sociedad española. ¿Cabe esperar un cambio radical de hábitos?. *Investigación y Ciencia*, 446, [53-61]. Recuperado de http://www.fes-sociologia.com/uploads/public/Investigaci%C3%B3n%20y%20ciencia%20%202013_CECILIA.pdf
- England, Dawn Elizabeth; Descartes, Lara y Collier-Meek, Melissa A. (2011). Gender Role Portrayal and the Disney Princesses. *Springer*, 64. 555-567. Recuperado de http://www.gsws.pitt.edu/wiki/images/3/36/Gender_role_portrayal_and_the_disney_princesses.pdf
- Gabinete de Análisis y Planificación de la Universidad de La Laguna (2020). *Alumnado matriculado por centro, titulación y género*. Recuperado de <https://www.ull.es/servicios/gabinete-de-analisis-y-planificacion/>
- García Ruiz, Pablo (2009). *Repensar el Consumo*. Ediciones Internacionales Universitarias.
- Giddens, Anthony. (1997): *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Editorial Península.
- Halberstam, Jack (2008). Introducción a la edición española (2008) y Una introducción a la masculinidad femenina. Masculinidad sin hombres En Masculinidad femenina, pp. 7–17 y 23–66 Madrid: Egales
- Herrera Gómez, Coral (2011). Más allá de las etiquetas: Mujeres, Hombres y Trans. Vizcaya: Txalaparta.
- Joy, Melanie. (2013). *Por qué amamos a los perros, nos comemos a los cerdos y nos vestimos con las vacas. Una introducción al carnismo*. Madrid: Plaza y Valdés, S.L.
- Martínez Herrera, Manuel (2007). La construcción de la feminidad: la mujer como sujeto de la historia y como sujeto de deseo. *Actualidades en Psicología* 21, 79-95.
- Ruiz Olabuénaga, José Ignacio (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Screti, Francesco. (2019). Carne, carbón, y cojones. La representación de la masculinidad en anuncios suizos contemporáneos: el caso de Bell. *Discurso & Sociedad*, 13 (4), 765-797. Recuperado de [http://www.dissoc.org/ediciones/v13n04/DS13\(4\)Screti.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v13n04/DS13(4)Screti.pdf)

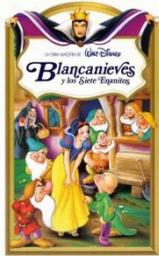
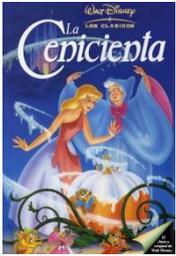
Téllez Infantes, Anastasia & Verdú Delgado, Ana Dolores (2011). El significado de la masculinidad para el análisis social. *Revista Nuevas tendencias en antropología*, 2, 80-103.

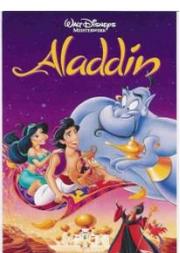
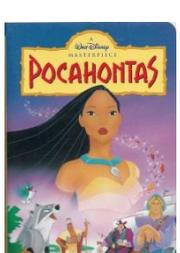
Unión Vegetariana de España (UVE) (2017). Número de vegetarianos en España. Recuperado de <https://unionvegetariana.org/estadisticas-numero-de-vegetarianos-en-espana/>

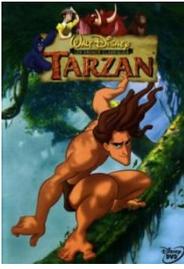
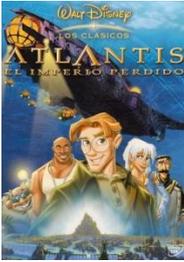
Zapata Hidalgo, María. (2019). La depresión y su recuperación. Una etnografía feminista y corporal. (Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco, Donostia). Recuperado de: https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/32923/TESIS_ZAPATA_HIDALGO_MARIA.pdf?sequence=6

10. Anexo

10.1. Filmografía

	<p>Título: Blancanieves y los siete enanitos Título original: Snow White and the Seven Dwarfs Año de estreno: 1937 Dirección: David Hand Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Cenicienta Título original: Cinderella Año de estreno: 1950 Dirección: Clyde Geronimi, Hamilton Luske, Wilfred Jackson Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Alicia en el País de las Maravillas Título original: Alice in Wonderland Año de estreno: 1951 Dirección: Clyde Geronimi, Hamilton Luske, Wilfred Jackson Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Peter Pan Título original: Peter Pan Año de estreno: 1953 Dirección: Clyde Geronimi, Hamilton Luske, Wilfred Jackson, Jack Kinney Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: La bella durmiente Título original: Disney's Sleeping Beauty Año de estreno: 1959 Dirección: Clyde Geronimi Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>

	<p>Título: El libro de la selva Título original: The Jungle Book Año de estreno: 1967 Dirección: Wolfgang Reitherman Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: La Sirenita Título original: The Little Mermaid Año de estreno: 1989 Dirección: John Musker, Ron Clements Productora: Walt Disney Productions Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: La Bella y la Bestia Título original: Beauty and the Beast Año de estreno: 1991 Dirección: Gary Trousdale, Kirk Wise Productora: Walt Disney Pictures / Silver Screen Partners IV / Walt Disney Feature Animation Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Aladdín Título original: Aladdin Año de estreno: 1992 Dirección: John Musker, Ron Clements Productora: Walt Disney Pictures / Walt Disney Feature Animation Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Pocahontas Título original: Pocahontas Año de estreno: 1995 Dirección: Mike Gabriel, Eric Goldberg Productora: Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>

	<p>Título: El jorobado de Notre Dame Título original: The Hunchback of Notre Dame Año de estreno: 1996 Dirección: Gary Trousdale, Kirk Wise Productora: Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Hércules Título original: Hercules Año de estreno: 1997 Dirección: John Musker, Ron Clements Productora: Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Mulán Título original: Mulan Año de estreno: 1998 Dirección: Barry Cook, Tony Bancroft Productora: Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Tarzán Título original: Tarzan Año de estreno: 1999 Dirección: Kevin Lima, Chris Buck Productora: Walt Disney Pictures / Edgar Rice Burroughs Inc Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Atlantis: El imperio perdido Título original: Atlantis: The Lost Empire Año de estreno: 2001 Dirección: Gary Trousdale, Kirk Wise Productora: Toon City / Walt Disney Feature Animation / Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>

	<p>Título: Tiana y El Sapo Título original: The Princess and the Frog Año de estreno: 2009 Dirección: John Musker, Ron Clements Productora: Walt Disney Animation Studios Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Enredados Título original: Tangled Año de estreno: 2010 Dirección: Nathan Greno, Byron Howard Productora: Walt Disney Animation Studios / Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Frozen: El reino de hielo Título original: Frozen Año de estreno: 2013 Dirección: Chris Buck, Jennifer Lee Productora: Walt Disney Animation Studios / Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>
	<p>Título: Vaiana Título original: Moana Año de estreno: 2016 Dirección: John Musker, Ron Clements, Don Hall, Chris Williams Productora: Walt Disney Animation Studios / Walt Disney Pictures Recuperada de: https://www.disneyplus.com</p>

10.2. Imágenes de las películas

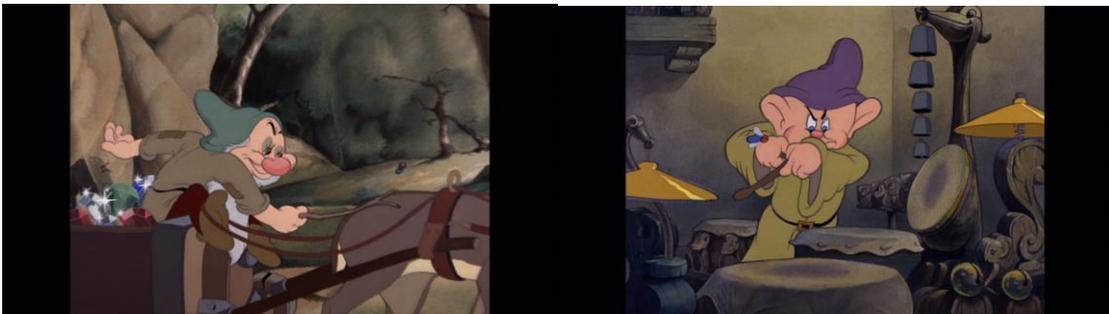
Primera generación

1. Blancanieves y los siete enanitos

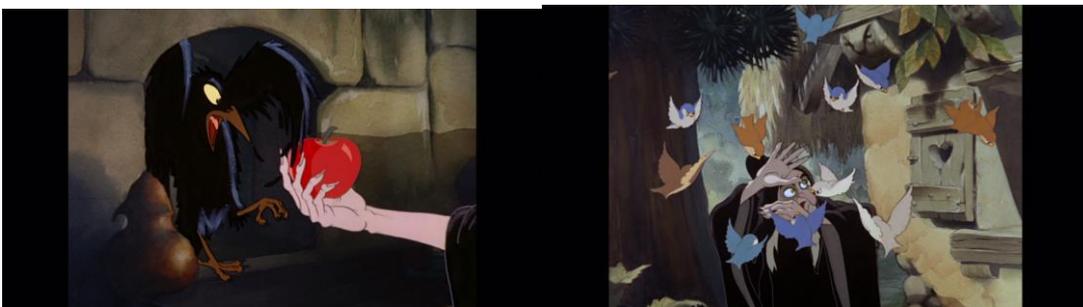
Blancanieves:



Enanitos:

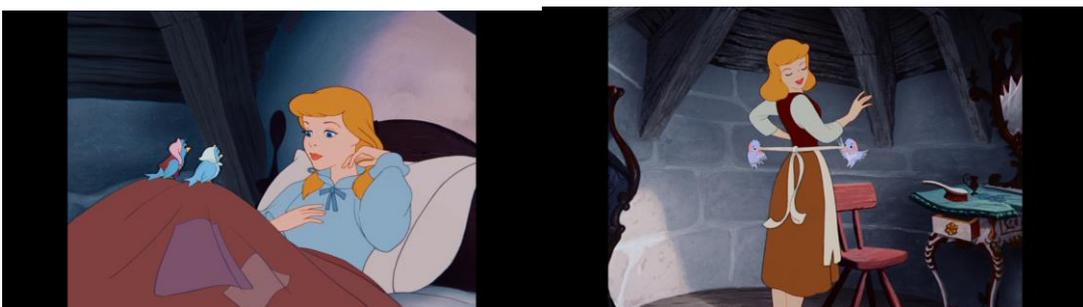


Madrastra:



2. Cenicienta

Cenicienta:



Madrastra y hermanastras:



3. Alicia en el país de las maravillas

Alicia:



Reina de Corazones:



4. Peter Pan

Padre de la familia:



Capitán Garfio:



5. La Bella Durmiente

Aurora:



Maléfica:



6. El libro de la selva

Mowgli:



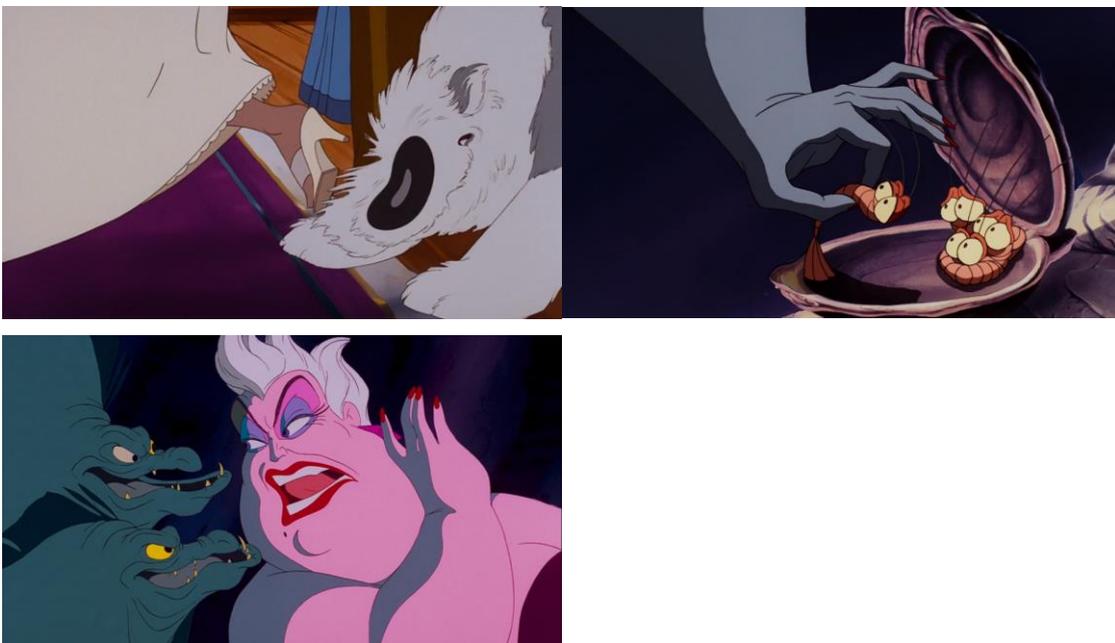
Segunda generación

7. *La Sirenita*

Ariel:



Úrsula:



Príncipe Eric:



Rey Tritón:



8. La Bella y la Bestia

Bella:



Bestia:



Gastón:



9. Aladdín

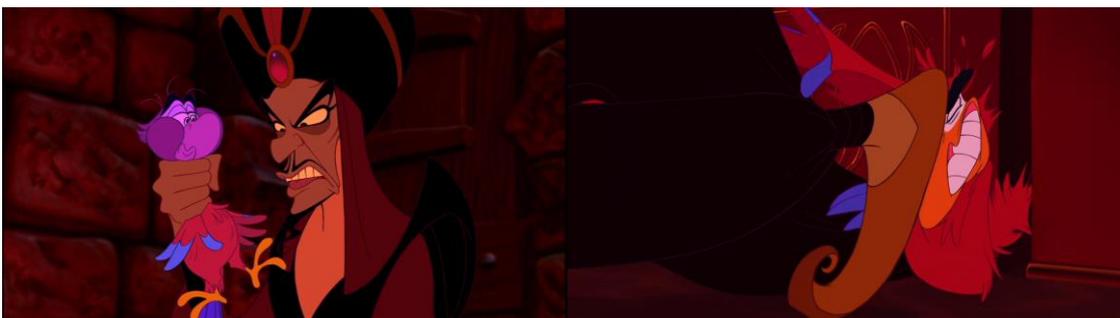
Aladdín:



Jazmín:



Jafar:





10. Pocahontas

Pocahontas:



John Smith:



Ratcliffe:



Ayudante de Ratcliffe:



11. El Jorobado de Notre Dame

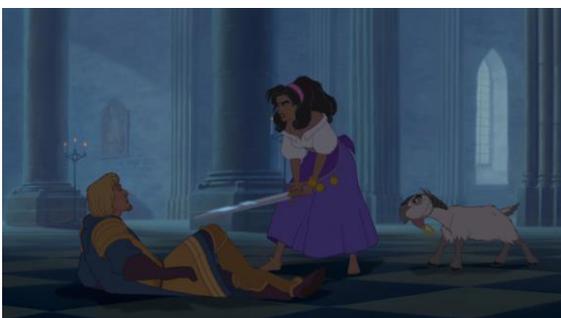
Quasimodo:



Esmeralda:



Febo:



Frollo:



12. Hércules

Hércules:



Hades:





Megara:



13. Mulán

Mulán



Shan Yu:

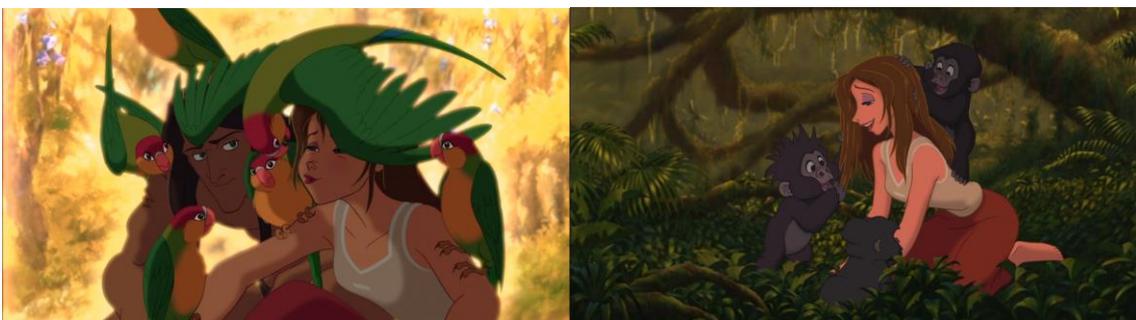


14. Tarzán

Tarzán:



Jane Porter:



Profesor Porter:



Clayton:



15. Atlantis: El imperio perdido

Milo:



Kida:



16. Tiana y el Sapo

Tiana:



Hombre de las sombras:



Mamá Odie:



Príncipe Naveen:



17. Enredados

Rapunzel:



Rider:





18. *Frozen: El reino del hielo*

Kristoff:

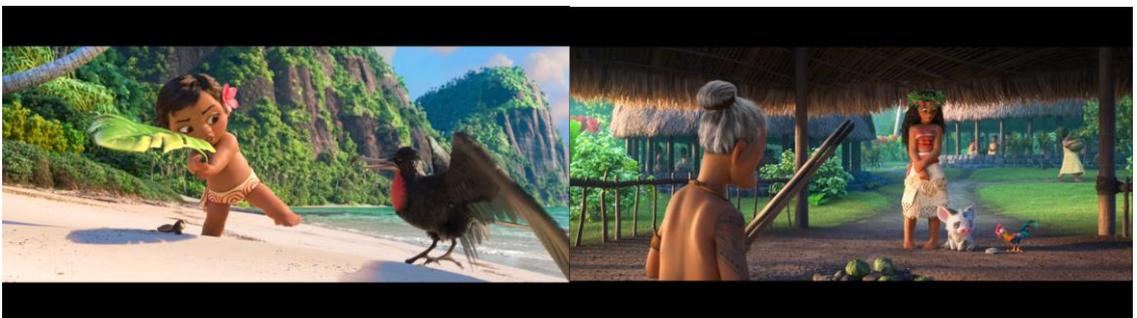


Anna:



19. *Vaiana*

Vaiana:



Abuela Tala:



Maui:



10.3. Encuesta

1. Edad:

2. Grado:

GRADO EN ARQUITECTURA TECNICA	
GRADO EN NÁUTICA Y TRANSPORTE MARÍTIMO	
GRADO EN TECNOLOGÍAS MARINAS	
GRADO EN INGENIERÍA AGRÍCOLA Y DEL MEDIO RURAL	
GRADO EN INGENIERÍA CIVIL	
GRADO EN INGENIERÍA RADIOELECTRÓNICA NAVAL	
GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA	
GRADO EN INGENIERÍA ELECTRÓNICA INDUSTRIAL Y AUTOMÁTICA	
GRADO EN INGENIERÍA MECÁNICA	
GRADO EN INGENIERÍA QUÍMICA INDUSTRIAL	
GRADO EN PERIODISMO	
GRADO EN TRABAJO SOCIAL	
GRADO EN SOCIOLOGÍA	
GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL	
GRADO EN QUÍMICA	
GRADO EN FÍSICA	
GRADO EN BIOLOGÍA	
GRADO EN MATEMÁTICAS	
GRADO EN CIENCIAS AMBIENTALES	
GRADO EN MATEMÁTICAS (Plan 2019)	
GRADO EN BELLAS ARTES	
GRADO EN DISEÑO	
GRADO EN CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN DE BIENES CULTURALES	
GRADO EN ENFERMERÍA	
GRADO EN FISIOTERAPIA	
GRADO EN MEDICINA	
GRADO EN RELACIONES LABORALES	
GRADO EN DERECHO	
GRADO EN MAESTRO EN EDUCACIÓN INFANTIL	
GRADO EN MAESTRO DE EDUCACIÓN PRIMARIA	
GRADO EN PEDAGOGÍA	
GRADO EN FARMACIA	
GRADO EN ESPAÑOL. LENGUA Y LITERATURA	
GRADO EN ESTUDIOS CLÁSICOS	
GRADO EN ESTUDIOS INGLESES	
GRADO EN FILOSOFIA	
GRADO EN GEOGRAFÍA Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO	
GRADO EN HISTORIA	
GRADO EN HISTORIA DEL ARTE	

GRADO EN ESTUDIOS FRANCÓFONOS APLICADOS	
GRADO EN LOGOPEDIA	
GRADO EN PSICOLOGÍA	
GRADO EN TURISMO	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	
GRADO EN ECONOMÍA	
GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS	

3. Orientación sexual:

- Homosexual
- Heterosexual
- Bisexual
- Pansexual
- Asexual
- Otra

4. Género:

- Mujer
- Hombre
- Mujer trans
- Hombre trans
- Otro

IDEOLOGÍA

5. ¿Cómo te defines en materia religiosa?

- Católico/a practicante
- Católico/a no practicante
- Creyente de otra religión
- Agnóstico/a
- Indiferente, no creyente
- Ateo/a
- No sé decirte

6. ¿Cómo te definirías en política?

- Conservador/a
- Demócrata cristiano/a
- Liberal
- Progresista
- Socialdemócrata
- Socialista
- Comunista
- Nacionalista
- Feminista
- Ecologista
- Apolítico/a
- No sé decirte

7. ¿Eres vegetariana/o? (entendiendo vegetariana/o como una dieta sin consumo de carne, en todas las vertientes posibles: ovolactovegetariano, vegano, etc.).

- Sí (ir a la pregunta 8)
- No (ir a la pregunta 10)

8. ¿Qué tipo de vegetariano/a te consideras?

- ovolacto-vegetariano/a (consumen huevos y leche)
- ovo-vegetariano/a (consumen huevos)
- lacto-vegetariano/a, (consumen leche)
- frugívoro/a, (solo comen frutas)
- vegetariano/ estricto/a (comen 100% vegetal)
- Vegano/a (alimentación 100% vegetal y postura ética)
- Otro

9. Si quieres participar en un debate sobre vegetarianismo y género deja aquí tu correo electrónico

CONSUMO DE CARNE

10. ¿Quién se encarga normalmente de preparar tu comida?

- Yo misma/o
- Otra persona

11. ¿Tienes algún tipo de intolerancia o alergia alimenticia? (Puedes seleccionar varias).

- No tengo intolerancias o alergias
- Lactosa
- Gluten
- Azúcar
- Pescado y/o marisco
- Huevo
- Soja
- Frutos Secos
- Otra

12. Selecciona los grupos de alimentos que consumes VARIAS VECES AL DÍA

- Frutas (naranjas, plátano, fresas...)
- Verduras y hortalizas (calabacín, pimiento, espinacas...)
- Legumbres (garbanzos, lentejas...)
- Carnes (ternera, pollo...)
- Pescados (atún, salmón, merluza...)
- Productos lácteos (yogur, queso, leche, helados...)
- Frutos secos (almendras, nueces, avellanas...)
- Cereales y derivados (arroz, pan, pasta...)

13. Selecciona EL MOTIVO PRINCIPAL por el que consumes los siguientes grupos de alimentos

	Porque me gusta el sabor	Porque es saludable (es bueno para mí)	Porque es económico	No lo consumo	Otro
Frutas					
Verduras y hortalizas					
Legumbres					
Carnes					
Pescados					
Productos lácteos					
Frutos secos					
Cereales y derivados					

14. Selecciona ahora cuáles son tus tres grupos de alimentos preferidos

- Frutas (naranjas, plátano, fresas...)
- Verduras y hortalizas (calabacín, pimiento, espinacas...)
- Legumbres (garbanzos, lentejas...)
- Carnes (ternera, pollo...)
- Pescados (atún, salmón, merluza...)
- Productos lácteos (yogur, queso, leche, helados...)
- Frutos secos (almendras, nueces, avellanas...)
- Cereales y derivados (arroz, pan, pasta...)

15. ¿Has pensado alguna vez en hacerte vegetariana/o?

- Sí, alguna vez
- No, nunca

16. En base a la respuesta anterior, ¿podrías explicar los motivos?

10.4. Entrevista

Tema 1:

-¿Qué tipo de vegetariano/a eres, cuánto tiempo llevas siéndolo y cuáles son los motivos que te llevaron a adoptar esa decisión.

-¿Se han planteado dejar de consumir productos de origen animal o volver a consumirlos?

-¿Qué experiencias han tenido al comentar su condición en el ámbito médico, familiar, etc.?

Tema 2:

¿Qué entiendes por masculinidad y feminidad? ¿Qué rasgos creen que definen a una y a otra?

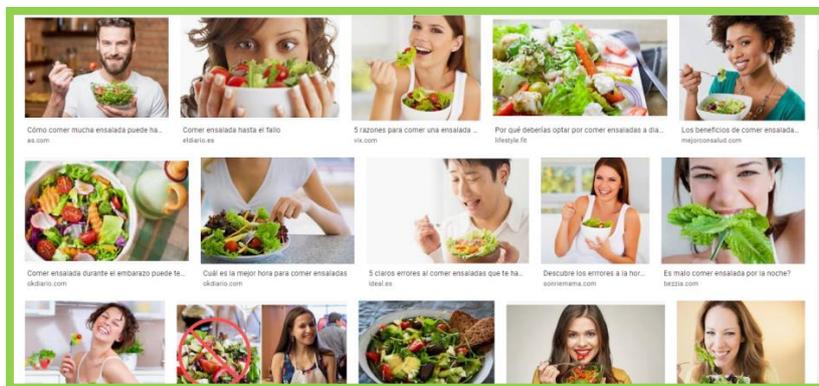
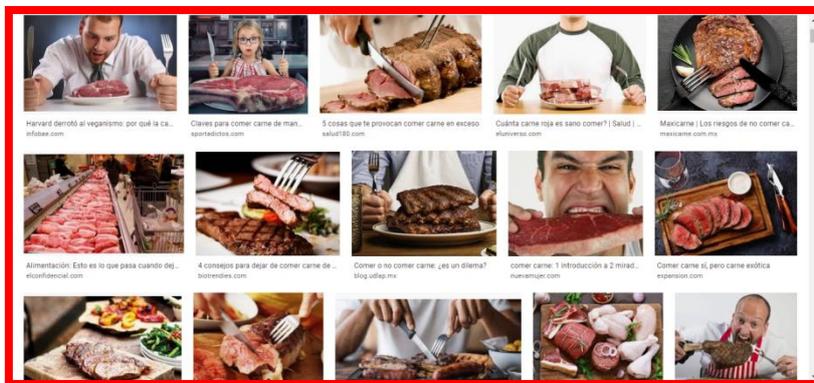
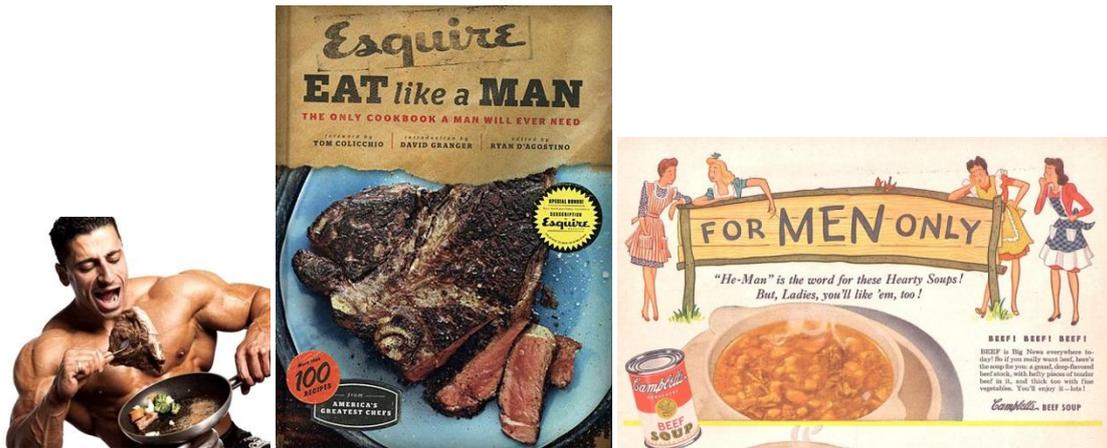
-¿Con cuáles de los siguientes rasgos o características te sientes más identificado/a?: fuerza física, ambición, afectividad, individualista, sensibilidad ante las necesidades de los demás, agresividad, restricciones emocionales, compasión, personalidad fuerte, credulidad, cuidador/a, independencia, complaciente, timidez, dispuesta/o a arriesgarse.

Tema 3:

- Según datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en el estudio 3170 barómetro de marzo de 2017 sobre “pautas alimenticias de los/as españoles/as”, el consumo diario de carne es más elevado en hombres que en mujeres. ¿Por qué crees que ocurre esto?

		Hombre (A)	Mujer (B)
CARNE	A diario	181	122
		14,9% (B)	9,6%
	Varias veces a la semana	813	867
		66,9%	68,2%
	Ocasionalmente	221	282
		18,2%	22,2% (A)
	No contesta	1	0
		0,1%	0,0%

-¿Qué opiniones les generan las siguientes imágenes?



Tema 4:

-¿Conoces a más personas vegetarianas en tu entorno? ¿Son hombres o mujeres? ¿Con qué características se identifican más?

Homofobia; misoginia; poder; estatus; riqueza; sexualidad desconectada; fuerza; agresión; restricciones emocionales; independencia; autosuficiencia; heterosexualidad; lucha; actúa como líder, agresividad, ambición, competitividad, atlético, defiende sus creencias, analítico, dominación, individualista, personalidad fuerte, dispuesto a toma decisiones, dispuesto a arriesgarse.	Afectividad, alegría, infantil, compasión, cuidadora, gentileza, credulidad, le encantan los niños/as, lealtad, sensibilidad ante las necesidades de los demás, timidez, de habla suave, simpatía, sensibilidad, ternura, comprensión, calidez, complaciente, dócil.
--	--

Tema 5:

-Propuestas para ampliar el vegetarianismo entre la población o reducir el consumo de carne.

10.5. Transcripción

Entrevistado 1: Grado en Sociología, hombre, 23 años.

Entrevistado 2: Grado en Antropología, hombre, 21 años.

Entrevistada 3: Grado en Farmacia, mujer, 21 años.

Entrevistada 4: Grado en Biología, mujer, 20 años.

Sara: Mi trabajo va sobre lo que ya pudieron ver en la encuesta, el consumo de determinados alimentos y la identidad de cada persona. La primera pregunta, aunque ya más a o menos a través de la encuesta tengo alguna información sobre ustedes, me gustaría saber qué tipo de vegetariano/a es cada uno, cuánto tiempo llevan siéndolo y los motivos que les llevaron a cada uno a adoptar esta decisión.

Entrevistada 3: Yo soy ovo-lacto-vegetariana, llevo siéndolo casi 2 años y realmente **me lo había planteado desde hace un montón de tiempo, sobre todo por el tema de los animales** y demás y luego, como estudio farmacia he estudiado temas sobre nutrición pues aún ha sido muchísimo más incentivado para dejar tanto a carne como el pescado.

Entrevistado 2: Yo si me equivoco en algo que me corrijan porque todavía no tengo la nomenclatura del todo clara. Pero creo que soy ovo-vegetariano pero realmente creo que es flexitariano, porque no lo sigo a rajatabla cuando salgo de casa. Pero sí que es verdad que la mayoría de las veces que como en casa tenemos una alimentación ovo-vegetariana. En parte por las oportunidades que nos ofrece el entorno, que nuestra familia vive cerca de donde se celebra un mercadillo de agricultores locales y ahí lo único animal que compramos son huevos. Queso es muy raro. De hecho acabamos de salir de un periodo bastante largo de varios meses en los que no hemos consumido queso, pero los huevos que consumimos, la leche... en su momento

consumimos leche de cabra, pero ahora consumimos leche de soja desde hace mucho. Entonces no sé si el hecho de que yo coma fuera de casa... cuando quedo con gente y no hay mucha oferta, ¿eso me hace flexitariano?

Sara: Pero, ¿Cuándo consumes fuera de casa consumes carne?

Entrevistado 2: Sí.

Sara: Vale, entonces si eres flexitariano.

Entrevistado 2: Vale, pues ahí. Y los motivos son más ecológicos que en relación con los animales. Se debe principalmente a que mi hermano mayor se metió mucho mucho en temas ecologistas. Él está terminando de estudiar económicas y gracias a él pude recibir una serie de cifras, discursos ya elaborados sobre el impacto que tiene la industria cárnica en el planeta. Y por eso me animé. Además el hecho de que esté en mi casa influye en nuestro consumo, hace más fácil el rollo.

Sara: Vale, perfecto.

Entrevistado 1: Vale, pues yo me considero vegano. Llevo aproximadamente 1 año y medio y pues básicamente yo soy una persona muy de extremos, o sea, empecé siendo vegetariano pero consideré que llevando ese estilo de vida pues estaba de alguna manera contribuyendo aún a esa explotación animal y digamos que los motivos son por un lado la ética y también que el estudiar Sociología me ha hecho conocer algunos puntos de vista sobre este estilo de vida y creo que, pues, es positivo tanto en lo que respecta a lo ético como al medioambiente y también hay una parte de nutrición importante, al menos en mi... en lo que se refiere a mi experiencia ha mejorado mucho mi alimentación y lo que es mi estado de salud.

Sara: Vale. Y queda Begoña si no me equivoco.

Entrevistada 4: Yo empecé a ser vegetariana como hará dos años. La verdad es que eso en mi casa tampoco se ve muy bien. Bueno, ahora estoy en mi casa, pero... no es algo que les haga mucha gracia, entonces me costó un poquillo empezar. [No se entiende] entonces en casa tenía que comer carne y a base de hablarlo mucho fue que lo comenzaron ver y así. Yo empecé... lo primero por los animales porque están muy mal y después también por el tema de la contaminación. Yo sabía que las empresas cárnicas en verdad contaminan muchísimo, sobre todo diría [No se entiende] entonces debería dejar de consumir huevos y leche que no lo die al principio pero sí que como. Bueno, leche no, vi un documental de como se hacía la leche y me traumatizó muchísimo, pero a veces como queso, así que es un poco... que no tiene sentido, pero bueno. Entonces mi intención es poco a poco dejar de comer huevos, leche, aunque se que me va a costar mucho. Creo que he respondido todo.

Sara: Sí, creo que sí. ¿Alguien quiere decir algo más?

Todos/as: No.

Sara: Vale, en el caso de que, por ejemplo Encuestado 1 que es vegano, ¿te has planteado volver a consumir productos de origen animal? Y en el caso de los demás si se han planteado dejar de consumir productos de origen animal por completo.

Entrevistado 1: Yo en mi caso no me lo he vuelto a plantear y creo que ya seguiré con este estilo de vida el resto de lo que me quede y por lo que comentaba anteriormente, básicamente

ética, relacionado con lo que es la salud y creo que también hay que destacar lo que es el coste de los alimentos. En mi caso llevar este estilo de vida ha supuesto tener que... ahorrarme a la hora de hacer una dieta. No estoy invirtiendo tanto que cuando compraba carne, pescado, productos de origen animal en general. También es verdad que determinados productos son más caros, pero es como todo. Si sigues una dieta que no es vegana pues en función de lo que consumas tenderás a invertir más o no.

Sara: Vale, ¿alguien más?

Entrevistado 2: Estoy de acuerdo con lo que dice Encuestado 1, me gustaría añadir que productos veganos... porque hay que hacer una dicotomía muy importante entre la esfera del veganismo que está comercializada y la esfera del veganismo que puede ser completamente autosustentada, es decir, que tu tengas un huerto, tengas una alimentación vegana, y cuando tú tienes un huerto no te supone prácticamente nada, especialmente cuando lo diseñas de cierta manera para que sea muy autosostenible básicamente, pero sí que es verdad que por la industria alimenticia pues se ha aumentado el valor añadido, ¿no? Vamos a decir de los productos veganos, lo cual es una putada para llevar ese tipo de alimentación, pero bueno. Y mi opinión para responder a la pregunta, yo sí me he planteado tanto dejar de consumir ciertos productos como retomarlos. Lo que sí es cierto que me gustaría especificar es que especialmente a la hora de plantearme retomar ciertos alimentos no era para tomarlos de forma inmediata o en el medio plazo, sino especialmente tratándose del pescado o de la carne, bueno, productos animales principalmente, en mi cabeza y en mi mundo ideal sería a largo plazo cuando este consumo fuera sostenible desde un punto de vista ecológico. A mí no me preocupa tanto el tema ético de matar a un animal, siempre y cuando sea sostenible, siempre y cuando no tenga un impacto vamos a decir sostenible en el medio ambiente. Pero una vez más eso me gustaría retomarlos cuando tenga una independencia económica y ecológica. Es decir, vivir yo en mi casita de campo en plan con una serie de infraestructuras que me permita yo llevar este tipo de alimentación sin tener impactos negativos en el medio ambiente, así que sí.

Sara: ¿Y ustedes chicas?

Entrevistada 3: Yo sí que me lo he planteado más que nada dejar de consumir tanto la leche como los huevos, es más, estoy como reduciendo el consumo progresivamente, y no me planteo en absoluto volver a consumirlos pero ni de broma.

Entrevistada 4: Yo creo que lo he dicho un poquito antes, que realmente creo que para tener el estilo de vida que busco tendría de dejar de consumir tanto huevos como leche también, porque vale que no coma carne por ejemplo de ternera, pero se les siguen explotando de alguna manera para hacer eso. Entonces sí, mi objetivo sí que es poco a poco ir dejándolo, aunque creo que tampoco hice mal en no cortar tan inmediatamente porque creo que habría sido muy difícil de repente de cero dejar de comer carne, dejar los huevos y la leche, porque sí que tomaba bastante antes, entonces veo bien dejar de comer carne y pescado primero y ahora poco a poco ir dejándolo. Leche no bebo, que eso es importante, y luego lo otro que sería volver a comer carne no, la verdad es que no. También por el tema de salud, porque yo estudio química y tal... no hemos dado nutrición como tal, pero si el metabolismo y al final lo tocas un poco. Y creo que es mejor por varias cosas dejar de comer carne.

Sara: Vale, y ya salió un poco el tema antes pero, ¿Qué experiencias han tenido al comentar que son vegetarianos tanto en la familia como en el ámbito médico, entre los amigos y amigas, etc.? ¿Han tenido alguna experiencia positiva, negativa...?

Entrevistada 3: Yo diría que ambas en realidad. En el ámbito familiar siempre me he sentido acogida, es más, mi familia lo ha sido conmigo, y en cambio en el ámbito tanto de amigos, médico y demás pues siempre ha habido esa negativa a... bueno, lo habitual, ¿no?: ¿Pero cómo comes? ¿Qué comes? Pues... si no tienes proteínas y es como... tal vez existen otras cosas. Pero vamos que irrita un poco porque llega el punto en el que es hasta molesto tener que estar enseñando a la gente como alimentarse sin vivir de carne y es como... vaya.

Entrevistado 1: Yo en parte comparto lo mismo que Entrevistada 3, en un principio pues siempre están esos típicos comentarios, ¿no? ¿Qué comes?, un poco en esa línea. Pero luego cuando vas justificando tu alimentación con argumentos que en cierta medida tienen sentido pues ya un poco como que abren su punto de vista y tratan de comprenderte. Sobre todo en el ámbito familiar que a ver, yo por ejemplo vivo en un entorno más bien tirando a lo rural y pues desde siempre en mi casa la comida ha estado basada en productos de origen animal. Entonces pues sí que les ha chocado un poco en primera instancia el hecho de yo llevar esa alimentación, pero luego lo han normalizado totalmente. Y con mi círculo social de amistades y demás pues igual. Aunque yo creo que el rechazo más bien lo he recibido por ese entorno de amigos, que siempre está la típica broma sobre todo cuando sales a comer fuera y tal, pero bueno. Y también desde el ámbito médico considero que hay mucho desconocimiento y que los médicos de familia tendrían que... tanto médicos de familia como nutricionistas tendrían que educar a la población en general que hay otro tipo de alimentación más allá de la considerada como normal digamos.

Entrevistada 4: Yo he tenido de todo. Quiero decir, al principio lo he dicho antes. En casa al principio se lo tomaron un poquito mal, pero... lo decían yo creo porque tampoco es algo de lo que se hable mucho en general, entonces quizás es un poco de desinformación, pero no es nada malo por ellos, porque se preocupaban. Ellos lo veían como que era algo que me podía hacer daño, entonces entiendo que no les gustara. Pero hubo un momento en el que ya sí que me apoyaron, vieron que no me estaba pasando nada realmente. Y luego con mi grupo de amigos justo lo contrario, es que súper bien desde el primer momento. Ya tenía amigos de antes y después cuando empecé la universidad... de mi grupo no hay nadie vegetariano como tal, pero les parece súper bien. Tampoco es algo que comente, pero se acaba viendo. Hay gente que me preguntan porque dicen a mí también me gustaría serlo, entonces tú con la experiencia me da un poco de confianza. Y luego una experiencia mala conozco a un chico que es estúpido y... es que siempre el típico comentario de ¿de dónde sacas las proteínas? No tienes ni idea de lo que es una proteína. Es que... vale, pero es que yo estudio las proteínas, es mi carrera, y me dice ¿De dónde sacas la B12? O me dice es que en la antigüedad, en la prehistoria comían carne.... [ríen]. Vale, te comparas con un tío que seguramente a los 20 años se murió de caries y te parece bien. Los leones comen carne, que tirria me da. Pero el único. Que mal me cae. Todos bien en general, ¿eh?

Entrevistado 2: Me hacen sentir extremadamente afortunado porque yo no he tenido absolutamente ningún problema, ningún roce, nada... O sea, todo ese tipo de experiencias que ustedes estáis contando... para empezar, le tengo mucho respeto a vuestra paciencia por un lado, pero yo solo los he visto en memes por internet, en historias... o sea, cuando estaban comentando vuestras experiencias yo estaba pensando: joder, lo único que se me viene a la mente es mi abuela diciéndome que ya no me puede hacer pulpo a la gallega en plan, porque ya no como carne, no sé, ya está, que son boberías. Creo que en parte tiene que ver porque, no sé, abordo el tema de una manera despreocupada, no sé, no lo veo como un compromiso, algo que te exija o que necesariamente tenga que exigir mucho esfuerzo, sino que simplemente es una

preferencia. Es una preferencia, es algo que lo veo tan... no natural, sino que es una... ante el panorama actual ecológico, medioambiental...tan...

Entrevistada 3: Lógico...

Entrevistado 2: Aceptable, que no surge absolutamente ningún debate. Entonces mi experiencia es completamente neutro, entonces no sé lo que pasa...

Entrevistada 3: Que guay.

Sara: Vale, ahora vamos a cambiar un poco de tema y quiero saber que entienden ustedes por masculinidad y feminidad y que rasgos creen que definen a cada una de ellas.

Entrevistada 3: Vale, pues yo por masculinidad y feminidad en realidad, a ver como lo explico para que se entienda adecuadamente... son dos constructos sociales. Ya está, así de simple. Entonces no tienen ningún sentido y el hecho de que existan lo único que hace es separar a la sociedad y hacerles encajar perfectamente en el lugar en los que tenemos que estar. Y si no encajas ya tienes un problema. Así que a fin de cuentas ¿Qué es? pues lo que se dictamina que tiene que ser una mujer y lo que tiene que ser supuestamente un hombre. Y pues obviamente lo típico, el hombre tiene que ser pues el macho, el que no llore, que sea fuerte en cambio la mujer tiene que ser grácil, que se vista, sensible, lo habitual. En fin, muchas cosas mal en esos dos términos.

Sara: ¿Alguien más?

Entrevistado 1: Yo considero que la masculinidad y la feminidad no van tanto de la mano de la identidad de género, aunque identifican a la persona, pero son más bien roles de género, y como comentaba ya Entrevistada 3 van de la mano de ese proceso de socialización que está inmerso en cada cultura, y que no en todas se definen de la misma manera. Los rasgos que definen a una y a otra pues la masculinidad se suele asociar a características que digamos de poder, virilidad, todo lo considerado positivo digamos, socialmente. La feminidad pues totalmente subordinada a esas características masculinas. Esto lo podemos encontrar en las distintas esferas sociales desde el ámbito laboral educativo, incluso en cuestiones relacionadas con el ocio... cualquier ámbito social.

Entrevistada 3: Estamos adoctrinados por ello.

Entrevistado 2: Estoy bastante de acuerdo. Me hace un poco de gracia porque se fueron directamente a la crítica social ahí a saco, a saco Paco [Ríen]. Aquí no perdemos el tiempo. No sé qué se podría añadir la verdad. Me parece curioso que ahora, intentando pensar en ello es verdad que por un lado mi cabeza me lleva a lo que he heredado socialmente de esos conceptos, como que he sido lo suficientemente afortunado para pasar por cierto proceso de deconstrucción, ahora para mí pensar en qué es la masculinidad y la feminidad me cuesta un montón, porque intentar llegar a los elementos esenciales me parece muy confuso, me parece muy complicado, porque todos esos rasgos que tradicionalmente se asociaban a un rol o a otro pues más y más se ve que son intercambiables, que no están sujetos a ningún rol en particular. Entonces pensar ahora en qué es la masculinidad no sé, no puedo responder. Y tampoco a la feminidad.

Entrevistado 1: A mí me pasa un poco a la inversa. Como he pasado por ese, como dices tú, proceso de deconstrucción, he podido darme cuenta de lo que realmente sucede por nuestros

roles de género y sí que sé identificar concretamente algunos rasgos que van, sobre todo asociados a la masculinidad hegemónica, ¿no? Porque yo pues, sí, soy un chico pero estoy no al 100% deconstruido pero sí a lo mejor en un 70-80%. Entonces pues me suelo relacionar en entornos, a parte del universitario, en el que sí que hay muchos chicos que están... que tienen esas características relacionadas a la masculinidad hegemónica. Entonces pues se me hace... ¿Sabes? Veo a una persona que tiene esos rasgos y digo: puf... encajado, ¿sabes? Directamente, aunque yo no lo quiera, porque no soy una persona de estereotipos y prejuicios pero indirectamente por ese proceso de deconstrucción digamos que lo asimilas, o que te das cuenta antes.

Entrevistada 3: A fin de cuentas hemos sido educados así, es inevitable.

Entrevistada 4: Yo creo que estoy un poco de acuerdo con todos. Más o menos decís lo mismo. Que es como esa...que realmente no... no existiría como tal. Es como que **la sociedad lo ha ido construyendo de alguna manera se ha sentido cómoda con ella, aunque mucha gente salió perjudicada, y se ha ido extendiendo hasta tal punto que estamos divididos biológicamente entonces te dividen... te meten ya en un grupo social.** Muchas veces no es así, y siento como que perjudica a ambos de alguna manera u otra, porque **a la masculinidad se le asocia fuerza, poder de alguna manera, y mucha gente no es así, entonces te sientes como forzado a intentar no llorar, no expresarte... y las chicas al revés, no chicas, quiero decir feminidad, como dulce, que le gusta más el arte quizás, que alguna vez lo he oído....**

Entrevistado 2: Impulsiva...

Entrevistada 4: También, sí. Que quizás en las carreras incluso. Oh, sí, **los chicos van a ciencias y a mates y tal.** De hecho esto no lo había oído aquí, pero tenía una profesora que era de Irlanda y nos preguntó que qué queríamos estudiar, y todas las chicas dijeron, bueno, éramos casi todo chicas, y todas dijeron yo quiero hacer Medicina, yo quiero hacer Química, Ingeniería y dijo: ay, eso es súper extraño, en Irlanda las chicas solo quieren hacer Arte y ya está. Entonces.... En ningún momento quiero decir que critique el arte, pero el hecho de decir uy, pero si sois chicas... quiero decir, es muy general. Seguramente ahora esté hablando y me esté dejando cosas, pero no creo que exista como tal. Es algo que para mí se tendría que ir rompiendo. Incluso esto no se si tiene algo que ver, pero vi una Ted Talk que en muchas lenguas cambias los adjetivos que le darías a algo en función de si el artículo es masculino o femenino. Por ejemplo cuando hablas de la Luna, siempre que alguien habla de la Luna en poesía dice que es bonita, que es, no sé, bonita básicamente. Y cuando hablan de cosas como puentes así, cosas como masculinas, dicen esto es fuerte, esto es no sé qué, en cambio en otras lenguas que es al revés esto no pasa. Está tan interiorizado que ni tiene que ser algo vivo, ya lo tenemos tan metido que no nos damos cuenta.

Entrevistado 2: Definitivamente es un tema con mucha chicha, nos podemos pasar aquí hablando una hora.

Sara: Y ahora, tanto de estas características que están aquí como de las que ya han mencionado, ¿Con cuáles se sienten más identificados e identificadas?

Entrevistada 3: Vale, las vamos diciendo... tal cual.

Sara: Sí...

Entrevistada 3: Vale, yo diría que ambición, afectividad, individualismo, sensibilidad, también a lo mejor cierta agresividad sobre todo al expresar ciertas cosas, restricciones emocionales también, compasión, personalidad fuerte, cuidador, independencia, complaciente...creo que al final todo excepto fuerza física por el simple hecho de que soy persona y todos tenemos ese punto ya sea en mayor o menor medida.

Entrevistado 1: Pues yo me identifico con todas salvo la primera, fuerza física, y también sustituiría el concepto de agresividad por irascible, sobre todo por comportamientos y timidez... no considero que soy tímido, más bien introvertido, reservado... pero no tímido como tal. Pero más o menos estaría de acuerdo con el resto, me identifico con esos adjetivos.

Entrevistado 2: Es que me parece una respuesta un poco cabrona, porque decir **todos pero depende del momento** es válido, porque... a ver, estudio antropología y viendo la diversidad de manifestaciones emocionales o de rasgos de la personalidad que puede tener un ser humano en una misma vida sobre todo, no sé, me siento identificado con todos pero obviamente entiendo que depende del momento, de las circunstancias.

Entrevistada 4: Yo creo que... **hay algunas con las que no, por ejemplo fuerza física, y agresividad la verdad es que tampoco, no me siento muy agresiva en general. El resto me veo un poco en todas.** Sí que hay veces que por ejemplo lo de timidez te diré, no me siento muy tímida, pero si que hay días que me cuesta mucho hablar con la gente y hay días que no me importa nada... y después lo de dispuesta a arriesgarse sí y no, quiero decir, es que no sé con qué idea iba esto, yo... me gusta mucho decir que sí a las cosas en general, si es algo muy loco pues quizás te diría que no, y de las demás... había otra, individualista... esa no la entiendo muy bien. Me gusta mucho estar con gente... no sé si tiene que ver con eso. Aunque conozco gente muy diferente me gusta no parecerme a nadie, no dejarme llevar por nadie, ¿Quizás iba por ahí?

Sara: Sí, a ver, yo lo que entiendo por individualista es que eres un poco más independiente...

Entrevistada 4: Pues yo creo que el confinamiento me ha hecho darme cuenta que soy más individualista de lo que pensaba, porque antes había muchas veces que sentía que si eran días que no estaba con gente pues eran días un poco perdidos, y ahora me he dado cuenta que puedo estar yo sola bastante bien. No necesito a otras personas para estar yo bien.

Sara: Vale, según este estudio del Centro de Investigaciones Sociológicas, **se observa que el consumo de carne a diario es más elevado en hombres que en mujeres. También hay otros estudios que confirman esto, que el consumo de carne es más alto que en mujeres, sobre todo cuando se consume a diario. ¿Por qué creen que pasa esto?**

Entrevistada 3: Pues curiosamente **hace un tiempo leí un libro que habla sobre esto, que la mujeres consumían menos carne que los hombres, que tienden en general mucho más al vegetarianismo y al veganismo, y a ver, existen miles de posibilidades en realidad por las que puede ser esto. Ahora lo que se me viene a la cabeza considerando lo rápido que hay que responder es que a lo mejor el hecho de que la mujer pues... A ver como lo digo para que no suene mal... como que se siente más identificada con el animal, o sea, en el sentido de que como mujeres tenemos una ausencia de privilegios que los hombres sí tienen de una manera u otra, entonces por consiguiente el que un animal o nosotras estemos exponiendo a que esos animales no tengan cierta vida cierta libertad, pues puede suponer que dejemos de consumirlas o simplemente que sensibilicemos más.** Esa es una de las que se me acaba de venir, pero habrán millones más y no sé, también se supone que deben ser más sensibles y demás, no sé.

Entrevistado 2: Sin duda los roles de género tienen mucho que ver en esta cuestión. Me parece muy interesante esa teoría de la simpatía entre las mujeres y los animales. Si hay algo que podría complementarlo o ponerlo en duda un poco sería el... la tendencia que ha tenido por ejemplo la sociedad occidental de hiperracionalizarse y alejarse del resto de especies animales porque yo entiendo que en la tradición occidental de pensamiento como que vemos a la naturaleza como un conjunto de recursos inertes de los que la humanidad debe aprovecharse para alcanzar su máximo exponencial. Esto se combina luego con los máximos exponenciales para cada uno de los géneros. En el género masculino, bueno, partiendo de la tradición binaria, en el género masculino pues tienes unos ideales físicos, hombre, que también está esta idea subliminal de dominación de la naturaleza, entonces están más enfocados en dominar a los animales y comérselos. En las mujeres, sin ir tanto en la línea de consumir animales concretamente, pero sí en la gran línea de la alimentación, como que tienen que ir avanzando hacia un ideal concreto de feminidad y de físico femenino, pues obviamente van a consumir cosas que crean que no les van a perjudicar en ese ideal. Pero vamos, puede reducirse a la tradición de pensamiento occidental y a los roles de género.

Entrevistado 1: Yo opino un poco en base a lo que ya han comentado, los roles de género tienen un poder determinante en ese tipo de consumo, también creo que más allá de esos roles de género influye mucho las circunstancias personales que haya vivido cada persona y que pues como ya se comentaba pueden haber personas que hayan sufrido determinado tipo de situaciones vulnerables que les haya hecho abrir los ojos y sentir empatía hacia este grupo. Y luego también el poder de la publicidad, que realmente no somos conscientes de manera directa de ello, pero constantemente nos están bombardeando con imágenes de este consumo delimitado, ¿no? Entre hombres y mujeres. Realmente crecemos con eso, nos influye indirectamente.

Entrevistada 4: Yo también pienso bastante así. Quiero decir, creo que en el momento en el que pones a un grupo de personas... que, yo que se... de donde viene la carne, cómo la hacen, cómo está sufriendo... porque, vamos a ver, están sufriendo, están súper mal, quizá de alguna manera, no quiero decir que esto sea general, de hecho no lo había pensado, pero lo que estáis diciendo es verdad que siento que de alguna manera las mujeres pueden llegar a sentir mayor empatía, no quiero generalizar para nada, porque... pero sí que podrían llegar a sentir mayor empatía, en cambio el rol social que se le da a los hombres, básicamente de poder, lo sean o no, de fuerte, lo sean o no, es de poder, entonces puede ser que haya más proporción que no lo vean mal y les haga sentirse como superiores ¿quizás? No lo había pensado, pero por lo que estáis planteando... de hecho lo primero que se me vino a la cabeza ¿dietas? Porque por lo general lo que veo es que por las normas de estética los hombres muchas veces les hacen tener como músculo, entonces, sí, músculos, proteínas, entonces entiendo que coman más carne. En cambio las chicas les hacen perder de peso, y era lo primero que había pensado. No se me había ocurrido lo que habéis dicho.

Entrevistado 1: Yo también con lo que me he topado por ejemplo en mi entorno de amigos y demás, sobre todo a los chicos que siguen este estilo de vida vegano o en el caso de la alimentación vegetariana pues se les recrimina más que a las mujeres. Se les cuestiona más el hecho del por qué siguen ese estilo de vida. En el caso de... El lado contrario de las mujeres se normaliza más, no se les juzga tanto. Sobre todo en lo que respecta al deporte y demás, un chico que va al gimnasio o que cuida su cuerpo y demás pues no se suele pensar que siga esta dieta digamos, esta alimentación. Incluso te encuentras con algunos propios nutricionistas o

monitores de gimnasio que no tienen ni idea sobre ese tipo de alimentación y te intentan llevar un poco a su terreno porque no conocen sobre ello.

Entrevistada 3: Claro, es que si pones a una persona que no tiene idea de nutrición, que si es cierto que muchas veces la persona vegana o vegetariana se va a documentar sobre ello, ¿no? Pero siempre va a haber ese cierto desconocimiento y si alguien que se supone que sabe cómo puede ser un médico o un nutricionista te dice: oye mira, pues la proteína animal tiene un alto valor biológico, pues tú dices jolín, pues a lo mejor me estoy alimentando inadecuadamente, ¿no? Entonces si puede ser que por esa razón pues los hombres se vean más expuestos a esa alimentación y que también sean más juzgados desde ese punto en el que si quieres ser fuerte tienes que comer carne. Entonces... es que hay tantas variables que al final...

Sara: Vale, ¿qué opinan ahora de estas imágenes? Sobre todo de las dos de abajo y la derecha son publicidades, ¿Creen que las publicidades en la actualidad son así? ¿Qué opinan?

Entrevistada 3: No creo que sean tan agresivas actualmente, al menos que yo recuerde, pero sí es cierto que es mucho más subliminal. Pero siguen teniendo ese tipo de mensajes.

Entrevistado 1: Sí, yo un poco en la línea de lo que comentaba antes, la publicidad contantemente está lanzándonos mensajes en los que realmente no somos conscientes de ello, pero los interiorizamos, sobre todo desde la infancia están constantemente influyendo en nuestro estilo de vida.

Sara: Vale, ¿Alguien más?

Entrevistada 4: Yo creo que lo que han dicho, que ahora... al menos aquí, porque seguramente en otro lugar no sale tanto el tema y esto todavía se sigue normalizando, pero creo que es lo que han dicho que es más... que ahora ya no se ve, pero que seguramente esté subliminal. Carne, superioridad, proteína, músculo, chicas cocinando...

Entrevistado 2: Puede que con formas... puede que con el desarrollo de formas más sofisticadas de nutrición se haya pasado de la carne a los suplementos alimenticios, porque con unos polvitos en el batido de por la mañana ya te pones todo “winstrol” y con la carne tampoco es tan importante. Además... algo me dice que el mero hecho de... por el desarrollo de la sociedad moderna habernos distanciado del ámbito rural y de no ser tan conscientes de la forma en la que se tratan a los animales hasta llegar a la carne, es lo que nos lleva a abstraer el mero producto cárnico, entonces como que no sentimos ese vínculo emocional con ellos y pasamos a otro tipo de alimentos que sí están envueltos en experiencias más intensas, como son, o como suelen ser en el mundo de la nutrición y del cuidarse el cuerpo con los suplementos alimenticios. Así que bueno, estas imágenes me parecen desfasadas, sí que tienen ese mensaje pero están desfasadas.

Sara: Vale, aquí tenemos en la parte de arriba lo que sale en los resultados de Google cuando buscas imágenes de comer carne y en la parte de abajo lo que sale cuando buscar comer ensaladas. Los resultados de abajo más o menos salen similares cuando pones verduras y frutas pero aparecen más niños. Aparecen mujeres y niños. ¿Qué opinan de esto?

Entrevistada 3: Pues que no me sorprende... En realidad es lo que hemos hablado, ¿no? Y además también con el hecho de las verduras y las frutas también está todo más orientado a bajar de peso, ¿no? O a limitar ciertas alimentaciones para mejorar la salud o incluso ciertas

restricciones por la propia salud. Entonces como la que debería bajar de peso, la que tiene que estar siempre delgada es la mujer, pues quién más si no va a comer verduras y frutas... la mujer.

Entrevistado 2: A mí me llama muchísimo la atención el hecho de que en las verduras haya una persona con rasgos asiáticos porque más allá de que todas las imágenes me parecen bastante “memes” el hecho de que haya un asiático me llama mucho la atención porque es cierto que la tradición en Asia es de comer mucha menos carne. De hecho hay fenómenos muy muy particulares en Japón concretamente con el consumo de carne. Creo que era otra Ted Talk que hablaba de los orígenes del uso de los palillos para comer en ciertas regiones de Asia. En parte tenía que ver con que la fauna en esas regiones no era ni del tamaño suficiente ni lo suficientemente frecuente como para dar lugar a trozos de alimentos grandes que exigieran otro tipo de utensilios para comerlos, sin que por lo general eran alimentos que venían naturalmente en trozos pequeños o eran animales de un tamaño reducido. Entonces eso llevó al desarrollo de una gastronomía oriental que giraba en torno a otro tipo de alimentos como pueden ser las verduras, las semillas, etc. Entonces me parece bastante pues... bueno... bueno no, sino tiene sentido que pongan a un asiático en la parte de las ensaladas y no en la parte de los filetes.

Sara: ¿Alguien más?

Entrevistada 3: Yo quería comentar una cosa y es que se me hace curioso que comentes con referencia a Asia en general con referencia a las verduras y demás porque curiosamente mucha gente que suele ir a Japón por ejemplo, que conozco a gente que ha ido, comentan que comer, sobre todo fuera en la calle obviamente, ¿no?, alimentos que no tengan carne es bastante complicado. Incluso en las propias tiendas y demás, las propias verduras, bueno, la fruta ni te digo ya, suelen ser bastante caras. Entonces se me hace curioso que comentes eso.

Entrevistado 2: No lo sabía, la verdad. No lo sabía. Pues me parece también curioso, y una pena dado el tema de conversación, pero bueno.

Entrevistada 4: Yo del tema de Japón no sé, pero he oído que hace 100 años o así hubo como una moda que tiró bastante a occidente, toda la alimentación, toda la sociedad, creo, no tengo ni idea, pero quizás es por eso.

Entrevistado 1: Sí, en base ya a lo que se ha ido comentando. Realmente hay una clara diferencia en lo que son la alimentación y los estereotipos de género. Podemos ver como las mujeres pues se presentan con una apariencia muy femenina, sensible, muy delicada, y en el caso de los hombres más agresivos, ¿no?, más viril. Y nada, simplemente eso.

Entrevistada 4: Yo creo que hay... es un poco por lo que hemos dicho antes de las dietas, por estética. El modelo por así decirlo de persona guapa, no me sale la palabra, en hombres suele ser con músculos, y más bien fue por publicidad de hecho, que empezaron a decir que la carne tenía muchas proteínas, que las tiene, pero que hay que consumir tres veces al día... entonces ya se relaciona pues... Quiero estar fuerte, tengo que comer muchísima carne, y las expresiones que tienen, sobre todo el de la segunda fila es muy agresiva. En cambio en la parte de abajo, la mayoría son chicas porque lo mismo, como para que sean guapas tienen que estar muy delgadas, entonces pues comen verdura. Además, es como un poco de prejuicio el, quiero decir, la carne de arriba está cocinada de varias maneras, en cambio las verduras siempre están crudas, entonces es eso, sois como animales, sois como conejos. Y además están como más felices, lo veo mucho menos agresivo. Quieren perder peso y están sanos entiendo, no sé, y están contentos.

Sara: ¿Algo más?

Todos/as: no.

Sara: Vale. ¿Conocen a más personas vegetarianas en su entorno? ¿y si son hombres o mujeres u otra... otros géneros?

Entrevistada 3: Pues sí, yo conozco bastantes y curiosamente todas son mujeres.

Entrevistado 1: Yo conozco a más mujeres vegetarianas que hombres y tan solo a dos personas veganas, que son mujeres casualmente. Luego claro, conozco también a personas a las que sigo y demás pero no forman parte de mi círculo social habitual.

Entrevistado 2: Yo igual, principalmente son mujeres. Creo que mi hermano también es flexitariano, y fuera del ámbito familiar muy muy poquita gente, y son normalmente mujeres.

Entrevistada 4: Yo conozco a mujeres vegetarianas o flexitarianas o con intención de serlo y solo un hombre que era vegetariano y lo dejó, y ya está, tampoco con ninguna intención de serlo, así que diría mujeres por lo general también.

Sara: Vale, y estas personas que conocen, ¿Con qué características de las que ya habíamos comentado creen que se identifican más o dónde las colocarían ustedes?

Entrevistada 3: A ver ya leyendo la primera parte del primer cuadro te lleva al segundo cuadro directo, pero sí, total, a lo mejor más en el segundo, aunque puede que alguna que otra pueda estar en el primero, pero por lo general por cantidad el segundo cuadro es el que más representa.

Sara: También se pueden producir mezclas entre los dos cuadros, no tienen por qué estar limitado al primer cuadro o al segundo.

Entrevistado 1: Yo en mi caso también opino igual, más del segundo que del primero, salvo algunas cuestiones como la heterosexualidad, la ambición, la competitividad... rasgos más relacionados con lo que es la personalidad, ¿no? Y que evidentemente no tienen que ir de la mano de... de la alimentación o de ese estilo de vida.

Sara: ¿Quién más?

Entrevistada 4: Yo, por lo general las personas que conozco que son vegetarianas son muy sensibles. No es que el resto de personas que conozco no lo sean, pero todas son bastante sensibles, son muy empáticas, se preocupan por el resto de personas, son independientes, ambiciosas, sin llegar a ser agresivas. Me ha hecho gracia porque todas salvo un par de casos... pone heterosexualidad y he pensado: no, no, no, pues ninguna lo es. [Ríen]. Y aparte de esto dispuestas a arriesgarse, dispuestas a tomar decisiones, no tímidos, ninguno es tímido, hablan suave... sí, eso, cero agresivas, muy empáticas por lo general. Sobre todo eso.

Entrevistado 2: Creo que estas tendencias son bastante lógicas porque en nuestro entorno sociocultural el hecho de ser vegetariano o vegano exige una voluntad, exige un esfuerzo, no es algo que te venga determinado por el entorno, no es que estés encadenado de muñecas y tengas que ser vegetariano o vegano y tengas que tomar una serie de decisiones dentro de un abanico muy extenso dentro de las posibilidades alimenticias, entonces sí, hay una tendencia está claro.

Sara: Vale, ¿Algo más o...?

Todos/as: No.

Sara: Y ya creo que esto es lo último, ¿se les ocurre alguna propuesta para ampliar el vegetarianismo entre la población o reducir el consumo de carne?

Entrevistada 3: Pues principalmente educando. Si... si llega a ello, si llega la educación desde abajo, tanto la más pequeña como la mayor, y con mayor me refiero a gente que ya está estudiando y demás, esto es muy significativo. Es un reflejo social, que eso se expone en todos lados, con referencia a la publicidad, los medios de comunicación y demás.

Entrevistado 1: Yo lo que creo es que, a ver, yo como comenté en un principio me hice vegano por tema de ética y empatía hacia el colectivo animal, ¿no?, pero creo que dado el sistema en el que estamos inmersos, el sistema capitalista, hay que plantear propuestas que un poco vayan de la mano de esa... del objetivo, ¿no? Del sistema. Entonces yo como propuesta diría aumentar los costes, ¿no? De la carne y en general de los productos de origen animal, que es un poco utópico realmente, ¿no?

Entrevistado 2: Subirles los impuestos.

Entrevistado 1: Ya... es realmente utópico, y también creo que hay que concienciar, visibilizando cual es la circunstancia de esos animales. La persona que quiera consumir carne o productos de origen animal que lo haga pero que sea consciente de... con lo que está contribuyendo. Una decisión completamente respetable pero que lo conozcan, porque soy consciente de personas que forman parte de este tipo de opresión y cuando les planteas la realidad o les muestras la realidad o lo niegan o no sé, o creen que es algún tipo de invención, ¿no? No sé. Yo respeto cualquier tipo de opinión pero siempre hay que ser consciente con lo que se está participando.

Sara: ¿Algo más?

Entrevistado 2: Sí, a ver, fuera coña, ponerle un impuesto a la carne estaría bastante guay. Pero creo que otra alternativa bonita sería facilitar a nivel incluso legal la creación de huertos urbanos y mercadillos en la calle. Yo vivo en Güímar, y la verdad es que el mercadillo de aquí creo que últimamente ha tenido bastantes problemas porque hay agricultores de otros municipios que no les dejan ir al mercadillo de Güímar para vender sus productos. Y eso es una putada porque el mercadillo de Güímar por un lado puede tener menos oferta y toda la tradición de personas de diferentes municipios que iban al mercadillo de Güímar a comprar puede perderse, se puede fragmentar en otros núcleos urbanos, entonces... bueno, y eso puede desvirtuar a su vez la cultura de mercadillo que se tiene tan presente en lugares peri-urbanos o rurales. Entonces el hecho de que haya un apoyo institucional de cara a los huertos urbanos y a los mercadillos puede ser muy interesante para crear esa cultura de... ir a la fuente, ir al sector primario directamente para conseguir tus alimentos, porque al mismo tiempo estás decorando esa alimentación con toda una experiencia sensorial muchísimo más rica que esa experiencia muy abstrayente o muy abstracta que es el supermercado, y digo abstracta porque no estás en contacto con el medio natural, sino que estás accediendo a través de una serie de empaquetados, ¿no? De marketing, de una serie de cosas que no es que la desvirtúen, pero sí que la abstraen porque tú no estás comprando alimentos, estás comprando productos. Hay toda una serie de decorado, de envoltorio económico que hace que nos conduzcamos hacia ciertos patrones de nutrición en lugar de otros.

Entrevistada 4: Yo creo que hay puntos que se podrían mejorar en diferentes aspectos, por ejemplo en la parte de educación, concienciar de alguna manera... vale, que entiendo que la gente tenga opiniones y sepa lo que hay y prefiera seguir comiendo carne, pero que te digan lo que hay detrás, porque por ejemplo la publicidad hace muchísimo daño porque en los anuncios de leche salen los granjeros acariciando a los terneros como si llamaran a cada uno por su nombre, cuando eso no es así, y los terneros nada más nacer se van al matadero, y lo pasan muy mal. Y cuando ordeñan las vacas no lo hacen manualmente, lo hacen con máquinas, y les hacen muchísimo daño, y luego la leche sale con mucho pus y eso va regulado por países y aquí pues mira, aún, pero por ejemplo en Brasil la cosa está bastante mal. Y sobre todo eso, la publicidad engaña muchísimo. Luego también a nivel de escuelas, que enseñen un poco lo que hay detrás, y también de nutrición, porque comer carne no es tan bueno, y parece que te digan que si lo dejas de comer es eso lo malo, dejarlos de comer, cuando no es así. Y también lo que habéis dicho de poner un impuesto a la carne, en verdad estaría muy bien, yo lo había pensado al revés. Muchas veces todas las optativas de hamburguesas, en plan lo que sea que se hace con carne pero deja de hacerse con carne, todo, o el tofu o el seitán suele ser más caro, entonces parece que el ser vegetariano es un privilegio, porque si la carne es más barata tienes un montón gente que no puede serlo porque no tienen dinero para serlo. Vale, pueden comprar verdura, pueden comprar fruta, pero de alguna manera comprar tofu, seitán o una serie de cosas va a ser siempre un poco inaccesible o cosas que solo se van a poder comprar de vez en cuando y crea como un... no sé, creo que los separa un montón.

Entrevistada 3: A ver, es por la misma razón por la que por ejemplo el tabaco y el alcohol se siguen vendiendo y esas drogas legales y es por todo el dinero que llevan detrás. La industria cárnica es una industria que consigue muchísimo dinero, pero muchísimo, y una de las principales razones por las que por ejemplo en Canarias hay tanta obesidad es por el simple hecho de la pobreza. La gente pobre compra lo barato y lo barato son carbohidratos. Y la carne precisamente aquí es bastante barata por así decirlo, es bastante accesible, entonces eso lleva a que s por ejemplo te compras unas verduras que se van a poner malas mañana o te compras un trozo de carne que en cambio me dure 2-3 días y puedo hacer pues un montón de comida y es mucho... me llena más, pues ¿qué voy a comprar?

Entrevistada 4: También quería decir que a nivel educativo concienciar que las empresas cárnicas contaminan muchísimo. Muchas veces parece que la gente se haga vegetariana solo porque le dan pena los animales, vale, sí, muchísima gente lo hace, pero yo por ejemplo, quiero decir, a mí me tira muchísimo la parte de la contaminación. Se gasta muchísima agua dándoles de comer, se produce muchísimo CO₂, tienes que tener parcelas enormes para tener todos los animales, el transporte gasta mucho... bueno, eso con plantas también estaría. Quiero decir, contamina muchísimo y no quiero quitarle peso a esto porque lo tiene, pero parece que te digan deberíamos empezar a reciclar, no pidas las bebidas con pajitas, vale, esto está ayudando, pero ¿podemos hablar de que toda esta gente no está comprando pajitas pero está comprando carne que eso contamina muchísimas veces más? La gente no lo sabe, o sea, yo no lo sabía, yo me enteré el día que vi el vídeo de la leche que me traumatizó, ese día fue muy importante para mí, y tenía 17 años, y no lo sabía, y estaba metida un poquito, no estaba tan metida como ahora, pero estaba metida en lo de la contaminación, me importaba un montón, y no lo sabía, me parece algo muy importante.

Sara: ¿Alguien quiere decir algo más? ¿En general quieren añadir algo más que no se haya comentado o lo que sea?

Entrevistada 4: Yo creo que el número de vegetarianos y vegetarianas está creciendo exponencialmente.

Entrevistada 3: Total.

Entrevistado 1: Sí.

Entrevistada 3: Y que es muy guay que por ejemplo, la gente sea así, con ustedes por ejemplo... hay otro... ya no es solo ser vegetariano sino que hay otro nivel de deconstrucción y está bastante guay que se llegue a ese nivel, y que sea por gente tan joven además. Está muy guay.

Entrevistada 4: Y que, lo que decís y también salió en las preguntas... La gente vegetariana muchas veces comparte detrás ser quizás sensibles o empáticos o que te preocupen una serie de cosas que están relacionadas, o sea, que llevan detrás aspectos sociales sobre todo y muy diversas. Entonces quizás no es solo que el número de personas vegetarianas esté creciendo, sino el número de personas que se preocupan por muchas cosas que el resto de personas no se preocupaba antes.

Entrevistado 2: A mí me ha sorprendido un poco que no hablasen, o que no hablásemos de ecofeminismo concretamente como esa rama que aborda los roles de género y que al mismo tiempo comparte aspectos del ecologismo. Si estáis interesados o si alguna persona está interesada os ruego encarecidamente que os dirijáis al ecofeminismo porque es una de esas corrientes filosóficas, teóricas, académicas que congenian todos estos elementos en una misma bandera.

Entrevistada 3: No, sin duda el feminismo es una rama importante desde el punto de vista del vegetarianismo. Es más, yo a la par que me metí en el tema del feminismo también lo hice con el vegetarianismo.

Entrevistado 1: Yo iba a comentar que yo por ejemplo cuando empecé a estudiar sociología estaba un poco desvinculado de todo esto, pero he sufrido un proceso de deconstrucción brutal desde el primer año hasta ahora que he acabado de terminar la carrera y pues que para nada hubiese pensado en un principio que estos dos movimientos sociales por llamarlos de alguna manera estuviesen conectados. Y... nada, genial esta... este debate en el que hemos podido compartir distintas experiencias y percepciones.

Sara: Pues nada, ya acabamos, gracias a los cuatro y justito una hora y cinco minutos, así que genial. Gracias de nuevo por participar y ayudarme.