



REIVINDICACIÓN POR LA LIBERACIÓN ANIMAL: UN ACERCAMIENTO AL ACTIVISMO ANTIESPECISTA PLATENSE

TIF DE GRADO
MICAELA ECHEVERRIA
2021



Universidad Nacional de La Plata

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Sede La Plata

**Reivindicación por la liberación animal: un acercamiento al activismo
antiespecista platense**

Echeverria Micaela

27562/8

Licenciatura en Comunicación Social con Orientación en Planificación Comunicacional

Trabajo Integrador Final

La Plata, mayo de 2021

Dirección: Nancy Díaz Larrañaga

Mail de contacto: micaelaecheverria.13@hotmail.com / micaecheverria.13@gmail.com

Resumen

En esta investigación se exploran las estrategias comunicacionales que utilizaron en su activismo durante el año 2020 los grupos antiespecistas platenses: Anonymous for the Voiceless y Animal Save, así como también las representaciones sociales de activistas veganos y personas no veganas sobre: el veganismo, el consumo de animales, y el activismo vegano. A través de entrevistas semiestructuradas y encuestas se identificó que el discurso en torno al activismo vegano es unificado y que las dos partes lo ven como una instancia necesaria para lograr los objetivos del movimiento; así como también se registraron disonancias en cuanto a la definición de veganismo y en torno al consumo o no de animales. Por otro lado, se demostró que las estrategias comunicacionales que utilizan estos grupos resultan eficaces para sus activistas, así como también para las personas no veganas.

Palabras clave: Estrategias Comunicacionales – Representaciones Sociales – Activismo – Grupos – Antiespecismo

Aclaraciones

Este trabajo de investigación está redactado, en su totalidad, en lenguaje inclusivo, utilizado con el objetivo de promover una comunicación que evite expresiones sexistas.

En consonancia con las diversas instituciones estatales que eligieron adoptar un cambio en las concepciones lingüísticas (para nombrar algunas: ANSES, PAMI, Banco Central, INAES), resulta pertinente que, como comunicadores, formemos parte.

De esta manera, sin ánimos de discriminar ni ofender a ninguna persona por su identidad de género, el presente trabajo fue redactado en un lenguaje que realmente incluye a *todes*.

El lenguaje está cargado de sentido, construye realidades y está en permanente cambio porque es el reflejo de la sociedad del momento y, cuando las sociedades avanzan, su lengua y lenguaje se transforman. Por esto, es imprescindible utilizar uno que sea responsable al considerar, respetar y hacer visibles a todas las personas.

ÍNDICE

1. Capítulo I	6
1.1. Introducción	6
1.2. Preguntas problema de investigación y objetivos	7
2. Capítulo II: perspectivas y herramientas teórico-conceptuales ..	8
2.1. Introducción.....	8
2.2. Las estrategias comunicacionales dentro del activismo	8
2.3. El activismo vegano vs. el carnismo. Representaciones sociales	11
2.4. Antiespecismo vs. especismo. El activismo abolicionista....	16
3. Capítulo III: metodología, enfoques y técnicas	21
3.1. Introducción	21
3.2 Población y unidades de análisis	21
Unidades de análisis	22
3.3. Entrevistas y observación participante	23
3.4 Modelo de entrevistas	25
Modelo de entrevista: grupo A	25
Modelo de cuestionario: grupo B	28
3.5 Muestra conformada	32
3.6. Recolección, organización e interpretación de datos	33
3.7. Elaboración de conclusiones	34
4. Capítulo IV: sobre el objeto de estudio	35
4.1 Anonymous for the Voiceless	35
Anonymous en La Plata	37

ÍNDICE

4.2 Animal Save Movement	37
Animal Save Movement en La Plata	39
5. Capítulo V: sobre representaciones sociales	41
5.1. Historia del veganismo: sus inicios	41
5.2. Las representaciones sociales sobre la explotación animal..	42
5.2.1 ¿A qué nos referimos cuando hablamos de explotación animal?	42
5.2.2 La ética y moral versus los animales como objeto.....	43
5.2.3 El rol de los medios	45
5.3. Las representaciones sociales en torno al veganismo y carnismo	47
5.3.1 ¿Qué es el veganismo para los veganos?¿y para carnistas?.....	47
Análisis del discurso	49
La visión de no veganes y el veganismo como evolución ...	50
La otredad en el discurso	52
5.4. Las representaciones sociales en torno al activismo vegano	53
5.4.1 El activismo vegano para activistas y carnistas	53
La impronta del activismo	56
6. Capítulo VI: Sobre estrategias comunicacionales	60
6.1. Estrategias comunicacionales de Anonymous for the Voiceless	61

ÍNDICE

Cubo de la Verdad	61
Estrategias complementarias	64
Público deseado	65
6.1.1 Efectividad de las estrategias para les activistas.....	66
La efectividad de cada estrategia	67
6.2. Estrategias comunicacionales de Animal Save Movement.	69
Vigilias a mataderos	70
Estrategias complementarias	71
Público deseado	73
6.2.1 Efectividad del activismo para les activistas.....	74
Consideraciones finales	79
Recursos bibliográficos	82

1. Capítulo I

1.1 Introducción

A través de este Trabajo Integrador Final de Investigación se propone conocer las estrategias comunicacionales adoptadas por dos grupos antiespecistas platenses: La Plata Animal Save y Anonymous for the Voiceless.

De esta manera, se busca conocer y profundizar sobre las formas de violencia que les activistas de estos grupos evidencian, y, frente a ello, indagar acerca de cómo estas causas les movilizan y provocan que cambien hábitos culturales, desnaturalizando estos saberes compartidos dentro de una sociedad, y luchando para advertir a otros.

Le compete a esta investigación conocer cuáles son las formas de activismo que adopta cada grupo, el significado que le dan sus miembros al mismo, y cuáles son sus particularidades, similitudes y diferencias entre sí.

Al abordar este tema desde la comunicación, se abre un universo de prácticas nuevas que no han sido analizadas en profundidad dentro de este campo de estudio. Es así que un nuevo debate por la disputa de sentido y por deconstruir estas prácticas que se naturalizan en nuestro cotidiano, se origina.

Por otro lado, no se encuentra dentro del interés del trabajo realizar análisis sobre cuestiones alimenticias, dado que son aristas que se han trabajado y el presente se centra en el activismo en sí.

El estudio consta de cinco grandes bloques y en ellos se presentan: las perspectivas y herramientas teórico-conceptuales (capítulo II); los elementos metodológicos utilizados (capítulo III); el objeto empírico (capítulo IV); las representaciones sociales sobre el veganismo y el activismo de vegano de los activistas y carnistas (capítulo V); y, por último, las

estrategias comunicacionales que utilizan en su activismo los dos grupos, así como también un análisis sobre su eficacia (capítulo VI).

1.2 Preguntas problema de investigación y objetivos

¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que utilizan para realizar y difundir su activismo los grupos platenses Animal Save y Anonymous for the Voiceless? ¿Cuál es el objetivo del activismo que realizan? ¿Estas estrategias comunicacionales que emplean en su activismo les permite cumplir, en algún nivel, sus objetivos? ¿Cuáles son las representaciones sociales que les activistas tienen sobre su activismo y estilo de vida? ¿Y hacia la gente que no lo comparte? ¿Cómo repercuten estas representaciones sociales de les activistas con sus compañeres? ¿Cuáles son las representaciones sociales que tienen las personas carnistas entorno al veganismo y al activismo vegano?

Objetivo general:

- Conocer las estrategias comunicacionales que plantean en su activismo dos grupos antiespecistas platenses: Anonymous for the Voiceless y La Plata Animal Save, durante el año 2020.

Objetivos específicos:

- Interpretar las representaciones interpersonales que los grupos tienen sobre el tipo de activismo que realizan y las causas que lo mueven.
- Indagar las representaciones sociales sobre los hábitos relacionados con el consumo y el no consumo de animales.
- Contraponer las representaciones de les activistas con las de la sociedad en la que viven.

2. Capítulo II: Perspectivas y Herramientas Teórico-Conceptuales

2.1 Introducción

Como se mencionó en el apartado anterior, esta investigación se realizó con el objetivo de conocer las estrategias comunicacionales que plantearon dos grupos activistas antiespecistas platenses durante el año 2020 y, además, indagar acerca de las representaciones sociales que les activistas tenían sobre sus prácticas y las de la sociedad que les rodea. Los conceptos desarrollados en este apartado ayudaron a obtener una aproximación al objeto de estudio, y permitieron comprender las categorías iniciales principales que nuclea la pregunta problema de esta investigación: las estrategias comunicacionales, los grupos activistas veganos, el antiespecismo y las representaciones sociales. Cabe aclarar que esto no significa que la teoría se cerró en estas categorías, al contrario, ellas fueron complejizadas a lo largo del trabajo.

2.2 Las estrategias comunicacionales dentro del activismo

Debemos partir del hecho de que la comunicación es una producción social de sentido. Plantear la comunicación en clave de producción de sentido implica reconocer la inmensa variedad de procesos perceptivos, de memoria y de pensamiento que ocurren dentro de las personas. El sentido no es único, al contrario, la producción siempre es abierta para el pensamiento. Se deben comprender los procesos de producción de sentido que siempre son múltiples y diversos, ya que cada persona produce ese sentido de diferente manera y en función a diversas variables que tienen que ver con su propia vida y subjetividad. El sentido producido por una persona es parcialmente propio, porque al mismo tiempo puede ser compartido por muchas otras, ya que se origina en el encuentro con otros, en las historias compartidas, por esto se dice que es una construcción social.

A lo largo de nuestras vidas formamos parte de diferentes grupos sociales, donde compartimos nuestras experiencias y aprendemos de las experiencias de los demás. Estos grupos sociales son variados, siendo el primer espacio de socialización la familia, luego el jardín, la escuela, y a medida que vamos creciendo comienzan a interesarnos nuevas actividades, como aprender idiomas, realizar algún deporte o participar en algún grupo que lleva a cabo actividades que se encuentran en sintonía con nuestros pensamientos éticos, como grupos ecologistas por ejemplo, o grupos que luchan por temáticas que nos interpelan, como la liberación animal.

Se tomó el concepto de activismo de Rincón Mora, desarrollado en su trabajo de 2019: "La consideración hacia los animales no humanos: un recorrido por el activismo antiespecista en Bogotá", donde lo entiende como "aquellas acciones que hacen las personas para cambiar las cosas, para hacer un mundo mejor para sí mismos y los demás [...] (El activismo) es la materialización del compromiso que tienen ciertas personas con una causa, cómo se empoderan a partir de ella y cómo pueden ser creativos para hacerla posible" (Rincón Mora, 2019). Teniendo en cuenta esto, se puede decir que el activismo -que es llevado a cabo por grupos sociales- es una forma de accionar en pos de un determinado fin. Para esto, los grupos plantean objetivos, elaboran estrategias y realizan acciones para poder cumplir ese objetivo y llegar a ese fin. Los activistas comparten el objetivo del grupo, el cual les impulsa a seguir luchando por él.

En este trabajo se habló particularmente del activismo antiespecista y abolicionista, conceptos que fueron presentados en profundidad en el último apartado de este capítulo. Retomando lo anteriormente expuesto, todos los grupos activistas deben planificar estrategias comunicacionales para emplear en su activismo, ya que a través de ellas se transmite el mensaje que el grupo desea visibilizar. Miguel de Lorenzo Salvador realizó un

trabajo impecable para su tesis de grado titulada “Comunicación Estratégica VS. Estrategia de la Comunicación: Las dos caras de una misma moneda”. En este trabajo de 2014 el autor buscó discernir y delimitar las diferencias principales y los elementos en común de dos conceptos tan relacionados como son la comunicación estratégica y la estrategia de la comunicación. Para llevar a cabo su investigación utilizó método panorámico a través de la búsqueda de literatura sobre los conceptos de la Estrategia de Comunicación y de Comunicación Estratégica.

Lo que le compete del trabajo de De Lorenzo Salvador, a esta investigación, es su aporte a la definición de estrategias comunicacionales, o como las llama él, “estrategias de comunicación”. El autor planteó que cuando hablamos de las estrategias de comunicación hacemos referencia a “una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan en un espacio de interacción humana, en base a unos intereses y necesidades determinados, y, lo que no es menos importante, a lo largo de distintos tiempos” (De Lorenzo Salvador, 2014). Toda acción comunicativa llevada a cabo por un grupo activista con el objetivo de exponer ciertos ideales debe necesariamente transitar por una etapa de planificación de esas estrategias, para de esta manera poder garantizar la eficacia del esfuerzo invertido en el activismo. Por lo tanto, es correcto decir que las estrategias comunicacionales pueden ser entendidas como una forma de comunicación que tiene un objetivo determinado y, para llevarla a cabo, se utilizan ciertos recursos que favorecen al cumplimiento de ese objetivo. “La función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación, esto es entrar en un proceso de calibración donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre él o los que emiten un mensaje y entre él o los que lo reciben”(De Lorenzo Salvador, 2014), las

estrategias comunicacionales deben estar pensadas y elaboradas con una visión comunitaria, buscando compartir y construir con otros desde una visión humana.

El concepto de estrategias comunicacionales fue complejizado en el capítulo VI de este trabajo.

2.3 El activismo vegano vs. el carnismo. Representaciones sociales

Este trabajo se enfocó en el activismo vegano y antiespecista de dos grupos internacionales, pero con focos en La Plata: Animal Save y Anonymous for the Voiceless. Entendiendo al veganismo como una postura ética que busca el respeto de todos los animales no humanos, y que se los reconozca como sujetos de derechos, podemos decir que el activismo vegano tiene el propósito de lograr la liberación animal, con todo lo que ello implica. Esto es, que no se exploten más animales, que puedan vivir en libertad sin que los humanos se aprovechen de sus cuerpos como si fueran máquinas, y que se desarrollen leyes pertinentes que avalen esta visión.

Para llegar a este objetivo ambos grupos realizaron (y realizan) distintas acciones de concientización sobre la explotación animal. Si bien el veganismo está conectado con otras luchas, como la ecológica por ejemplo, se debe dejar en claro que el activismo vegano tiene el único fin de la liberación animal. Le interesó a este trabajo conocer las estrategias comunicacionales que estos dos grupos efectuaron para comunicar su mensaje, al mismo tiempo que indagar acerca de las representaciones sociales de los activistas para con ellos y su entorno, así como también de la sociedad hacia el activismo vegano.

Es importante hablar de un término poco conocido y utilizado, la contraposición del veganismo, el carnismo. Como sabemos el veganismo ha ganado suma popularidad en los últimos tiempos, incluso se lo ha llegado a considerar una moda, pero cuando nos referimos a las personas que consumen animales, se nos dificulta encontrar un término. A veces

pensamos en “personas que se alimentan con animales” o gente que lleva una alimentación “culturalmente normal”, cuando se habla de la cultura argentina. Al hablar de carnismo se hace referencia al término empleado por Melanie Joy en su libro de 2009 “Why we love dogs, eat pigs and wear cows”, donde hace una recopilación de su tesis doctoral realizada en 2003. La autora da origen a este término para demostrar que alimentarse de animales no está por fuera de un sistema de creencias y valores de una persona, un sistema que condiciona a comer unos animales y otros no. El término se crea a partir de la carencia de un concepto que identifique a los consumidores de carne, ya que esto da a entender que está exento de las elecciones. El “ismo” utilizado en los términos “vegetarianismo” o veganismo” hace referencia a una doctrina o sistema de creencias, de ahí la significación del término “carnismo”. Joy explica que “en la mayor parte del mundo actual las personas no comen carne porque lo necesitan, sino porque deciden hacerlo. Y las decisiones siempre se derivan de las creencias”(Joy, 2009).

Las creencias son conceptos que se originan y reproducen dentro de una determinada cultura. Por ejemplo, se habla de que el consumo de carne vacuna en Argentina es cultural porque se conoce que en otros países esto no se hace o incluso está mal visto, como en algunas regiones de India, donde se considera a la vaca como un animal sagrado. Esta cultura es la que origina los preconceptos que hacen que nos horricemos cuando vemos fotos y noticias sobre el festival de Yulin que se realiza todos los años en China, festival que tildamos de maltrato animal porque consumen carne de perro, mientras en Argentina se consume carne de otros animales, con la misma capacidad de sentir, a diario.

Para lograr comprender esta lógica es fundamental hablar de representaciones sociales, y para eso se recuperaron los conceptos de dos autores especializados en este tema:

Moscovici y Jodelet. Moscovici (1979) expuso que la representación social “es una

modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan parte de su imaginación”(citado en Navarro, 2016). Por otro lado Jodelet agrega: “Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos, y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo, este conocimiento es, en muchos aspectos, un conocimiento socialmente elaborado y compartido. [...] En otros términos, se trata de un conocimiento práctico” (citado en Moscovici, 1993). De esta manera, las representaciones sociales forman parte de la comunidad y tienen que ver con la manera en la que sienten, piensan y actúan los diferentes grupos sociales.

Resulta crucial el estudio de representaciones sociales en el ámbito social y cultural para identificar las concepciones e imaginarios existentes, en el caso de este trabajo, desde los activistas antiespecistas hacia sus propias prácticas y las de los carnistas, y también las representaciones de los carnistas para con el activismo antiespecista. Esto entendiendo que la construcción de las identidades de las personas se encuentran mediadas por agentes de socialización, en los que priman tradiciones verticales y hegemónicas sobre la alimentación y el trato que se supone que se debe dar a cada especie animal. El abordaje de las representaciones sociales nos permite comprender la dinámica de las interacciones sociales y aclarar los determinantes de las prácticas sociales. Así, resulta imprescindible describir desde la comunicación cómo las prácticas del veganismo rompen con esta lógica

normalizada culturalmente, al mismo tiempo que instauran nuevas lógicas dentro de un colectivo que no para de crecer.

Irene Vasilachis de Gialdino(2013) determinó en “Riesgos del trabajo: prevención y nueva ley”: “Se entendió por representaciones sociales a las construcciones simbólicas individuales y/o colectivas a las que los sujetos apelan o a las que crean para interpretar el mundo, para reflexionar sobre su propia situación y la de los demás y para determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica” (Vasilachis de Gialdino, 2013). Esta definición sirve para profundizar más el concepto de representaciones sociales y observar que son estas las que producen que les activistas antiespecistas reflexionen acerca de la situación de los animales no humanos, y, al entender la posibilidad de su acción y el alcance que pueden obtener, emprender la lucha con el fin de liberar una especie que no es la propia.

Un antecedente muy importante para este trabajo es la investigación de Navarro (2016), quien realizó “Representaciones e identidades del discurso especista: el caso de la carne vacuna y sus derivados en la Argentina (2000 - 2012)”. Para el desarrollo de este trabajo se realizaron más de 400 entrevistas a personas veganas, carnistas, ex veganes y vegetarianes, y se analizaron los principales medios gráficos de Argentina durante un período de diez años. El abordaje de esta tesis doctoral fue realizado desde una perspectiva comunicacional sobre las representaciones que poseen los argentinos sobre el consumo de carne vacuna, y se pretendió dar algunas respuestas a la pregunta sobre cómo se estructura el especismo antropocéntrico en Argentina y por qué atraviesa de manera tan trascendental a las personas, exponiendo, evidenciando y visibilizando los elementos que subyacen estas prácticas y los discursos que las sostienen.

En la investigación de Navarro se trabajaron los conceptos de especismo/ antiespecismo (desarrollados en el próximo apartado), representaciones sociales, e incluso se entrevista a activistas veganes, tal como en el presente trabajo.

La autora da cuenta del entramado que existe dentro de las representaciones sociales y cuáles son las cuestiones que fomentan el mantenimiento del especismo antropocéntrico e impiden cambios en el sistema. Para Moscovici (1961), las representaciones tienen una estructura específica que le es propia, y esta está organizada alrededor de un núcleo figurativo, o un núcleo central, como lo llama Abric (1976, 1987). Este núcleo es el que determina la organización y la significación de la representación. Navarro divide al núcleo entre interno y externo, y nombra al antropocentrismo y al especismo antropocéntrico respectivamente para cada uno de ellos. Este núcleo conformado, a su vez, está protegido por sistemas periféricos, los que desarrolló la autora son: el carnismo (Joy, 2013), la educación especista (Guerrero Azñedo, 2011), los macro-relatos sobre la carne y los lácteos, y las características propias de cierto modo de pensar y hacer activismo en el colectivo vegano que no contribuyen a sostener la imagen antiespecista del activismo. Cada uno de estos elementos periféricos está conformado por una importante y poderosa trama de categorías que lo constituye, y el elemento periférico posterior (el que lo rodea) lo invisibiliza, construye, sostiene, colabora en su actualización, y evita, en lo posible, que se transforme.

Si bien la investigación de Navarro se enfoca puntualmente sobre la arista de la alimentación, mientras que en el presente se tienen cuenta las cuestiones morales y filosóficas del asunto, es un trabajo que tiene muchas categorías en común con el presente.

2.4 Antiespecismo vs. especismo. El activismo abolicionista

Hasta ahora se desarrollaron algunos de los conceptos que se trabajan en esta investigación: las estrategias comunicacionales, las representaciones sociales y el activismo, más específicamente el activismo vegano. Pero hay una categoría -y su contraparte- que aún nos queda por analizar. Se trata del antiespecismo, una postura ética que llevan adelante -o al menos una parte- las personas que eligen el veganismo como estilo de vida. Y se dice “al menos una parte”, porque más adelante en este trabajo se expone la posibilidad de ser vegane y especista, que en muchas ocasiones sucede.

A continuación se hablará de la dicotomía especismo/ antiespecismo. Se debe entender a especismo como la discriminación de un ser hacia otro por el simple hecho de pertenecer a una determinada especie. Para entenderlo mejor, podemos poner el ejemplo del racismo, que se remite a la discriminación de un ser humano hacia otro por el hecho de tener un color de piel diferente. Para tener en cuenta, necesariamente la discriminación se produce desde un grupo privilegiado hacia otro menos privilegiado, en el racismo vemos que se produce necesariamente desde un grupo privilegiado: personas blancas, hacia un grupo menos privilegiado: personas negras, asiáticas, etc. El racismo nunca podría producirse desde una persona negra a una blanca porque lo blanco en nuestra sociedad y cultura no está visto como algo malo, mientras que lo negro sí, y es ahí donde se denota la diferencia y, por lo tanto, el privilegio.

Ahora, si se observa al especismo teniendo en cuenta lo que se mencionó anteriormente, se puede observar que los humanos de por sí ocupan un lugar de privilegio frente a los animales, y además, los separamos en categorías, como si unos valieran más que otros. Por ejemplo, un perro y un gato son más importantes para nuestra cultura que una vaca o un cerdo; mientras que los primeros son merecedores de amor y de un hogar donde conviven y,

muchas veces, hasta duermen con humanos, los segundos viven sus vidas hacinados esperando su destino fatal: el asesinato. Esta discriminación por especie es el especismo, y una persona es especista cuando cree que una vida vale más que otra por el hecho de pertenecer a una determinada especie.

Vale aclarar que esta comparación entre racismo y especismo se expuso con el objetivo de comprender con más claridad el significado del segundo término. De ninguna manera se intenta comparar las luchas, ya que este trabajo considera que no hay una lucha más importante y urgente que otra, y que todas van de la mano con los intereses de las personas que las lleven a cabo. Por lo tanto, no se debe invisibilizar una lucha ajena para visibilizar la propia, algo que, lamentablemente, se ve mucho en los activismos sociales.

En 2016 Luciana Carrera Aizpitarte, Micaela Anzoátegui y Agustina Domínguez realizaron un trabajo muy oportuno titulado “Inserte ‘Animal’ donde dice ‘Mujer’ y viceversa: analogías entre la dominación sobre las mujeres y la dominación sobre los animales en el sistema capitalista heteropatriarcal”. En él, las autoras indagaron la interseccionalidad entre feminismo y antiespecismo utilizando como recurso algunos pasajes de la literatura feminista/queer, centrándose en dos autoras en particular: Judith Butler y Monique Wittig. Las autoras tomaron los planteos de Butler y Wittig y los trasladaron al caso de la explotación animal en comparación con la humana.

Desde el ecofeminismo se proclama desde mediados del s. XX la conexión entre la dominación patriarcal sobre las mujeres, los animales no humanos y la naturaleza en general bajo una misma lógica, “si reemplazamos ahora ‘humano’ por ‘varón’ y ‘animal’ por ‘mujer’, damos cuenta del grotesco que representa una justificación biológica de esa superioridad” (Carrera Aizpitarte, Anzoátegui, Domínguez, 2016). Las autoras utilizaron los pasajes de la literatura feminista y queer como una estrategia heurística que les permitió pensar

analógicamente al animal en su carácter de explotado, de mercancía, de cuerpo deseado, publicitado e ideológicamente establecido como producto de consumo masivo, llegando a la conclusión de que “ todas [las] violencias forman parte de una misma trama cuyo eje es un sistema de dominación articulado como patriarcado y reproducido hoy por el sistema capitalista [...] decimos que hay una interseccionalidad de las luchas feministas con las luchas antiespecistas” (Carrera Aizpitarte, Anzoátegui, Domínguez, 2016).

El especismo, entonces, es definido por Horta (2010) como “la consideración o tratamiento desventajoso e injustificado de aquellos que no estén clasificados como pertenecientes a una o más especies particulares” (citado en Leyton, 2014). En su lado contrario, el antiespecismo es una ideología que repudia la discriminación por especies. Temporalmente, no existe una discriminación más extendida que la por especie: comienza desde el inicio de los tiempos en que los humanos caminaron por la Tierra y se extiende hasta la actualidad. Los animales no tienen voz para pedir por su propia liberación, para que cese su explotación, por lo que necesariamente se necesita de humanos que reclamen por esto.

Para Navarro, el antiespecismo es “una apuesta a considerar como iguales a todos los seres de la comunidad sintiente, lo que se traduce en la lucha por su liberación de la instrumentalización animal como objetos” (Navarro , 2016). Con la era de la globalización los actos de discriminación se hicieron (y hacen) más visibles y evidentes, lo que requiere una constante actualización de enfoques respecto a la violencia hacia los animales. La gente comienza a conocer la industria de la explotación animal y a cuestionar sus hábitos culturales y en algunos casos, optan por abandonar las prácticas que sostienen el sistema de la explotación animal, adoptando el veganismo como bandera. Son los grupos veganos los que ponen en práctica los postulados del antiespecismo, es decir, el veganismo es la praxis del antiespecismo.

El antiespecismo, al rechazar toda discriminación relacionada con la especie, pone en jaque la concepción histórica que se tiene sobre los animales: la de pensarlos como meros objetos o propiedades, “al proponer esta idea, se destituyen cinco posibilidades en relación con ellos (los animales), que son de las que se apropian los veganos en cuanto práctica antiespecista: los animales no deben utilizarse como alimento, ni como material o vestimenta, ni como entretenimiento, ni en experimentación científica, investigación o vivisección, ni como fuerza de trabajo” (Navarro, 2016). Entender esto requiere un arduo trabajo de desnaturalización de las concepciones que se tiene sobre los animales, revisando y actualizando los debates que se dan alrededor de la temática.

Finalmente, el último concepto pendiente es el abolicionismo. Existen diferentes miradas hacia la cuestión de la explotación animal: quienes piensan que los animales están para ser utilizados por los humanos, y aquellos que reconocen su capacidad de sintiencia pero aún así no se oponen a su explotación, exponiendo una mirada bienestarista acerca de la explotación y abogando por mejoras en su calidad de vida pero con el mismo final, explotación y muerte. Una tercera mirada es el abolicionismo, que se opone rotundamente a la explotación animal de cualquier tipo y que se opone, a su vez, al bienestarismo, ya que piensan que los animales deben ser considerados como sujetos propios y, por lo tanto, deben estar libres de explotación.

Estas diferentes perspectivas se ven reflejadas en distintos autores expuestos en el trabajo de Fabiola Leyton Donoso (2014) “Bioética frente a los derechos animales: tensión en las fronteras de la filosofía moral”:

1. La primera mirada, donde se encuentran quienes consideran que los animales carecen de estatus moral y, por lo tanto, los humanos no tienen ninguna obligación para con ellos. Dentro de esta mirada Descartes y Carruthers defienden la postura de que los

animales carecen de cualquier capacidad de sintiencia, mientras que Kant sí reconoce la sintiencia de los animales, pero descarta la posibilidad de que exista algún interés moral significativo.

2. La segunda mirada expone que, a pesar de que los animales tienen un interés moral, éste es inferior al de humanos. Es aquí donde se encuentran las miradas bienestaristas sobre la explotación animal: se considera que los animales tienen un interés de no sufrir ni ser lastimados, pero este interés se anula para satisfacer las “necesidades” de personas humanas. Este punto de vista es expuesto por la mayoría de los filósofos morales contemporáneos, como Singer con su filosofía utilitarista.

3. En el último grupo se encuentran los autores que “argumentan a favor de la considerabilidad moral de los animales no humanos” (Leyton Donoso, 2014). Los argumentos que destaca la autora son: el de Regan, quien considera que los animales tienen derechos basados en su valor inherente; el de Rollin y Ryder, que agregan el valor de sintiencia. Rowlands, quien ve a los animales como individuos moralmente considerables. Y, por último, aquellos que piensan en los animales desde una perspectiva igualitaria, reconociendo su validez moral, visión expuesta por Persson, Vallentyne y Horta.

El considerar a los animales como iguales conlleva a que se desee un trato igualitario también, es ahí donde denota la mirada abolicionista hacia el sistema que explota animales. Así como no se acepta que exploten a otros humanos, desde esta mirada tampoco se acepta que se explote a no humanos.

3. Capítulo III: metodología, enfoques y técnicas

3.1 Introducción

La presente investigación fue realizada con un método cualitativo, esto es, de descripción y entendimiento de los sujetos sociales que se estudiaron con el objetivo de definir las prácticas sociales que mantienen. “El método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados” (Método de Investigación Cualitativa, s.f.). Este método analiza el conjunto del discurso entre sujetos y la relación de significado para ellos, según contextos culturales, ideológicos y sociológicos. Además, el mismo construye el conocimiento gracias al comportamiento entre las personas implicadas y toda su conducta observable.

3.2 Población y unidades de análisis

En un principio, se planeó trabajar con una muestra de 15 activistas voluntarios de los dos grupos, quienes conformarán el “grupo A” en el trabajo. Las personas que consumen animales fueron entrevistadas por medio de cuestionarios online, y formarán el “grupo B”. Les entrevistadas de ambas muestras debieron residir específicamente en la ciudad de La Plata o alrededores, esto es, Berisso, Ensenada, Los Hornos, Tolosa, City Bell y San Carlos. Se incluyeron estas ciudades de los alrededores de La Plata debido al potencial de sus habitantes para el conocimiento del activismo vegano platense, ya que en La Plata existen diversas actividades que atraen a personas que viven en pueblos cercanos, e incluso dentro de los grupos estudiados se encontraron activistas de estas localidades vecinas. Mientras que el grupo A fue seleccionado utilizando el muestreo por conveniencia, una técnica del muestreo no probabilístico que consiste en “seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible”(Ochoa, 2015), para el grupo B se desarrolló un

cuestionario online que fue difundido entre personas que residen en las localidades mencionadas en el párrafo anterior. El formulario fue difundido, en un principio, entre estudiantes universitarias de la UNLP, a las cuales se les pidió que lo reenviaran a conocidas y, en un segundo momento, se compartió a través de redes sociales (Instagram y Facebook).

Unidades de Análisis

La información recolectada se utilizó para la creación de relatos entre los grupos estudiados. Entendiendo que cada una de las personas y sus palabras están posicionadas desde su subjetividad personal, el rol de la entrevistadora se dió desde un lugar de extrañamiento, un método muy utilizado por la antropología que consiste en que “el investigador vea e interprete todo lo que lo rodea en su contexto de trabajo desde una perspectiva distinta, ‘nueva’, como si fuese nuevo en ese lugar y no supiese nada acerca del mismo ni de las relaciones que lo rigen”(Dave, Cuello y Flores, 2010). El extrañamiento busca descotidianizar las prácticas propias del investigador cuando tienen como objeto de estudio a su propia cultura o un grupo del cual forma parte. De esta manera, al formar parte de los grupos estudiados, se ejerció el extrañamiento como un proceso de reflexividad siendo consciente del lugar como activista y de la posibilidad que se tuvo o no de separarse de esa concepción para, de esa manera, evaluar y analizar las acciones de estos grupos. Además, en la medida de lo posible, se intentó no influir demasiado en las respuestas de las entrevistadas, lo cual se logró creando preguntas que permitieron el desarrollo en las respuestas tanto del grupo A como del B. Tal como se mencionó antes, a partir de la interpretación posterior se crearon relaciones entre los relatos adquiridos en las entrevistas y cuestionarios.

Para la selección de entrevistadas se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

- Edad (entre 15 y 65 años). Considerando el gran rango etario que existe en los grupos a estudiar, afirmación que se confirmó a partir del análisis de datos.
- Localidad de residencia. Debido al recorte territorial las personas deberán residir permanente o parcialmente (como estudiantes por ejemplo) en las localidades de La Plata, Berisso, Ensenada, City Bell, Tolosa, Los Hornos o San Carlos.
- Consumo o no de animales y derivados.
- Personas de clase media (y alta). Ya que son las personas que, se considera, tienen la posibilidad de una elección alimentaria variada y los medios económicos para sustentar ese estilo de vida, así como también el acceso a la información necesaria.

Se podrá observar que se optó por dejar fuera una variable utilizada en la mayoría de los trabajos de investigación con personas: el género. Esto es, por un lado, porque no se considera que sea relevante si una persona se percibe de cual o tal género; y por otro lado debido a que no sería agradable proveer una lista con identidades de género (sobre todo en los cuestionarios online) y, sin querer, dejar afuera alguno, ya que la diversidad en las identidades de género es demasiado extensa y diversa como para limitarlas en una lista.

3.3 Entrevistas y observación participante

Se emplearon, para obtener la información necesaria, entrevistas semiestructuradas en profundidad para el grupo A y cuestionarios estructurados online para el grupo B.

Las entrevistas en profundidad, que en un principio estaban pensadas para realizarse de manera presencial, se realizaron de manera online dado el contexto en el que se efectuaron.

En medio de una pandemia y aislamiento social obligatorio por la amenaza del virus del Covid-19, no se pudo ejecutar el activismo presencial que se hizo hasta principios del 2020, por este motivo la metodología de este trabajo fue modificada.

Las entrevistas en profundidad siguieron su curso y se realizaron de manera virtual, por medio de videollamadas o mensajes de whatsapp (en caso de requerirlo). En tanto, la recolección de datos del grupo B, que en un principio se pensaba hacer de manera presencial, se materializó a través de un cuestionario en la plataforma Google Forms. Se recurrió a los autores Benney y Hughes (1970), quienes definieron la entrevista como una herramienta de excavar para adquirir los conocimientos necesarios sobre el objeto de estudio. Las entrevistas son conversaciones entre entrevistadores y entrevistados, son un método de recolección de datos o profundización sobre una determinada temática. Existen diferentes tipos de entrevistas: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas, en este trabajo se empleó el segundo tipo. Las entrevistas semiestructuradas son denominadas también como entrevistas etnográficas: "se puede definir como una 'conversación amistosa' entre informante y entrevistador, convirtiéndose este último en un oidor, alguien que escucha con atención, no impone ni interpretaciones ni respuestas, guiando el curso de la entrevista hacia los temas que a él le interesan. Su propósito es realizar un trabajo de campo para comprender la vida social y cultural de diversos grupos, a través de interpretaciones subjetivas para explicar la conducta del grupo" (Díaz-Bravo, 2013).

Además de las entrevistas se trabajó la observación participante, la cual permite a investigadores aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural, a través de la observación y participando en sus actividades. Schensul, Schensul y LeCOMPTE (1999) definieron la observación participante como "el proceso de aprendizaje a través de la exposición y el involucrarse en el día a día o las actividades de rutina de los participantes en el escenario del investigador" (p.91). Como complemento, el cuaderno de campo es una herramienta necesaria, en la cual se vuelca todo el proceso, ideas y sentimientos que surgen durante la investigación. Este es utilizado para llevar un registro

que, a la hora de escribir, aporta una mirada más puntual sobre ciertas temáticas; se trata simplemente de un cuaderno donde los investigadores hacen anotaciones durante su trabajo de campo.

Debido al contexto de pandemia y cuarentena, desde un lugar de activista y miembro de estos dos grupos estudiados, se trabajó con un cuaderno de campo personal, y con las experiencias que se han vivenciado durante 2 años de activismo.

3.4 Modelo de Entrevistas

Para elaborar los cuestionarios se utilizaron tanto las unidades de análisis mencionadas en apartados anteriores como la experiencia personal como persona vegana, antiespecista y activista. Las preguntas fueron elaboradas teniendo en cuenta las temáticas que atraviesan este trabajo y también poniendo en juego vivencias personales y situaciones transitadas en el activismo.

Como es de esperar, durante las entrevistas se modificaron preguntas y se realizaron otras, de acuerdo a cómo se desarrolló la misma.

Modelo de entrevista: grupo A

1° parte: datos.

1. Nombre y apellido. (Si no quieres dar tu nombre, está bien)
2. Edad
3. ¿Cuál es tu ocupación? ¿Estudiás? ¿Qué estudiás? ¿Trabajás? ¿De qué?
4. ¿En qué lugar vivís?

2° parte: sobre el veganismo.

1. ¿Te acordás dónde y cuándo escuchaste sobre el veganismo por primera vez? ¿Qué información sobre el veganismo circulaba en ese momento (pueden ser documentales, notas periodísticas, etc) que quedó resonando en tu mente?

2. ¿Qué es el veganismo para vos?
3. ¿Hace cuánto tiempo sos vegane? ¿Era común en ese momento serlo?
4. ¿Qué te impulsó a elegir este estilo de vida?
5. ¿Tu familia o amigos cercanos te hicieron comentarios por tu decisión? ¿Cuáles?
6. ¿Considerás que esta decisión te construye como persona? ¿De qué manera?
7. ¿Por qué pensás que la mayoría de las personas consumen explotación animal?

3ª parte: sobre el activismo antiespecista.

1. ¿Cómo crees que debe ser el activismo vegano?
2. ¿Por qué decidiste comenzar a activar por la liberación animal?
3. ¿En qué grupo/s de activismo antiespecista participás? ¿Qué actividades realizan?
4. ¿Alguna vez te sentiste mal frente al comentario de una persona carnista? ¿Te acordás de qué te dijeron? ¿Elegiste contestarles?
5. ¿Te cuestionaron alguna vez sobre la alimentación de los animales que conviven con nosotros (mal llamados “mascotas”)? ¿Qué opinás de esto? ¿Convivís con animales? ¿De qué manera los alimentas y por qué?
6. ¿Qué te conmueve o une a los animales?
7. Dentro del veganismo, hay muchas vertientes acerca de cómo hacer activismo vegano, e incluso sobre lo que significa ser un “buen vegano” ¿Qué pensás al respecto? ¿Qué es ser un “buen vegano” para vos? ¿Cómo lo vivís? ¿Alguna vez te sentiste juzgado dentro del propio colectivo vegano por tu forma de pensar? (Si podés, explayate)
8. ¿Qué manera de hacer activismo te parece la más eficaz? ¿Por qué?
9. ¿Qué tipo de mensajes considerás que llegan efectivamente a las personas especistas y pueden hacerlas reflexionar acerca de sus elecciones alimentarias? Estos mensajes pueden ser audiovisuales, gráficos, etc.

10. ¿Creés que el activismo vegano, y el veganismo en general, está bien reflejado en los medios de comunicación hegemónicos de Argentina?
11. ¿Qué importancia crees que tienen los medios de comunicación a la hora de comunicar el activismo vegano?
12. ¿Cómo crees que ven las personas especistas a les activistas?
13. ¿Considerás que el antiespecismo es una ideología en crecimiento? ¿En qué momentos ves reflejada tu respuesta? (Por ejemplo, si crees que sí es una ideología en crecimiento podría ser el desarrollo de nuevos documentales lo que te hace ver eso)
14. ¿Cuales pensas que son los principales obstáculos que impiden el desarrollo total del antiespecismo en nuestro país?
15. ¿Qué crees que debería acompañar un proceso de cambio, como lo es el antiespecismo, en nuestro país? (podrían ser por ejemplo el desarrollo de políticas públicas o difusión en los medios de comunicación, etc)

Para activistas de Anonymous for the Voiceless.

1. ¿Qué es el cubo de la verdad para vos?
2. ¿Por qué decidiste hacer este tipo de activismo? ¿De qué manera aporta este activismo a la lucha por la liberación animal?
3. ¿Cómo considerás que es la relación con tus compañeros de grupo? ¿Qué aspectos buenos y malos pensas que existen? ¿Cómo mejorarías los aspectos negativos?
4. Si realizas el outreach: ¿Cómo crees que es en general la reacción de las personas que se acercan al cubo? ¿Crees que se sensibilizan por las imágenes que se muestran? ¿Cómo son sus actitudes?
5. ¿Cuáles son las preguntas que más se repiten cuando haces el outreach? ¿Hay algunas que te causen molestias?

6. Mientras hacías tu activismo:¿Cuestionaron alguna vez la importancia del mismo?
Por ejemplo, comparándolo con otras luchas para restarle importancia. Contame sobre eso.
7. Entre las preguntas que te han hecho en el cubo, ¿alguna vez surgió la pregunta sobre tu opinión acerca de otras luchas, como la del aborto por ejemplo?¿Cómo reaccionas frente a esto?

Para activistas de Animal Save.

1. ¿Cómo te enteraste de este tipo de activismo?
2. ¿Hace cuánto tiempo lo realizas?
3. ¿Qué son las vigiliass para vos?
4. ¿Cómo te sentiste la primera vez que fuiste a una vigilia?¿Y el resto de las veces?
5. ¿Qué aspectos positivos considerarás que tiene este tipo de activismo?¿Y negativos?
6. ¿Cómo reaccionan los trabajadores del matadero de Gorina cuando el grupo hace las vigiliass?
7. Con lo visto en las vigiliass ¿cómo considerarás que es el trato de los trabajadores hacia los animales?¿Viste situaciones de violencia hacia los animales? Si podes, especificar cuáles y cómo te sentiste en ese momento.
8. Al ser un activismo que se concentra principalmente en la difusión en redes sociales, ¿has notado cambios en tu círculo desde que empezaste a realizar este activismo?¿Tu círculo se interesó más o intentan evadir el tema?
9. ¿Has recibido preguntas de interés sobre tu activismo?
10. ¿Algune de tus amigues decidió cambiar sus hábitos a partir de tu activismo?Si Sí, ¿cómo te hace sentir esto?

Modelo de cuestionario: grupo B

- 1) ***Edad (en años):***

- a) Adolescente ≤ 18
- b) Joven adulto 19 - 25
- c) Adulto 25 - 64
- d) Adulto mayor ≥ 65

2) Localidad:

- a) La Plata
- b) Berisso-Los Hornos-Ensenada
- c) City Bell -San Carlos-Tolosa
- d) Otro

3) Ocupación:

- a) Estudiante
- b) Desempleado
- c) Trabajo
- d) Otro:

4) ¿Escuchaste alguna vez sobre el veganismo?

- a) Sí
- b) No

5) ¿Qué es el veganismo para vos? Por favor contalo con tus palabras

- a) Respuesta:

6) ¿Qué pensás del veganismo?

- a) Respeto la postura y comparto
- b) Entiendo pero no comparto
- c) Entiendo lo que dicen pero creo que hay otras luchas más urgentes que la de los animales

d) Los animales son para comer

e) Otro:

7) *Si conocés la propuesta del veganismo ¿qué hace que no quieras adoptar este estilo de vida?*

a) Respuesta:

8) *¿Tenés alguna persona vegana dentro de tu círculo?*

a) No

b) Sí, un amigo (o varios)

c) Mi pareja

d) Otros:

9) *Si tiene, ¿Cómo es tu relación con esa persona?*

a) Buena, hay respeto

b) Chocamos mucho

c) No me gusta que hable todo el tiempo de la explotación animal

d) No entiendo por qué tanto problema

10) *¿Qué opción se acerca más a tu percepción sobre las personas veganas?*

a) Las respeto y admiro su lucha

b) Entiendo, pero yo no podría, me gusta mucho la carne/queso/productos animales.

c) No me gusta, siempre buscan el enfrentamiento

d) Otro:

11) *¿Escuchaste alguna vez sobre el activismo vegano?¿Lo viste alguna vez en La*

Plata?

a) Escuché y lo vi en La Plata

b) Escuché pero no lo vi

c) No escuché

d) Otro:

12) *¿Qué piensas sobre el activismo vegano?*

a) Respuesta:

13) *¿Piensas que consumir animales está mal?*

a) Sí

b) Sí, pero es necesario

c) No, necesitamos esos nutrientes

d) Otro:

14) *¿Crees que el consumo de animales es una decisión propia o algo cultural?*

a) Ambas

b) Creo que es una decisión propia

c) Creo que es algo cultural

d) Otro:

15) *¿Te preguntaste alguna vez si los animales sufren en la industria del*

alimento/entretenimiento y experimentación?

a) Sí, busqué información al respecto

b) Sí, pero no me informé

c) Nunca me lo pregunté

d) No me interesa

e) Otro:

16) *¿Alguna vez viste videos de la industria animal?*

a) Sí

b) No

17) Si vio ¿Cómo te hicieron sentir esos videos?

- a) Me hace sentir muy mal
- b) Me da pena
- c) No me gusta que sufran pero tenemos que comer
- d) No me interesan
- e) Otro:

18) ¿Qué sentís por los animales?

- a) Me gustan
- b) Los respeto
- c) No me gustan
- d) Desinterés
- e) Me gustan los perros y los gatos
- f) Los animales no son lo mismo que una persona
- g) Otro:

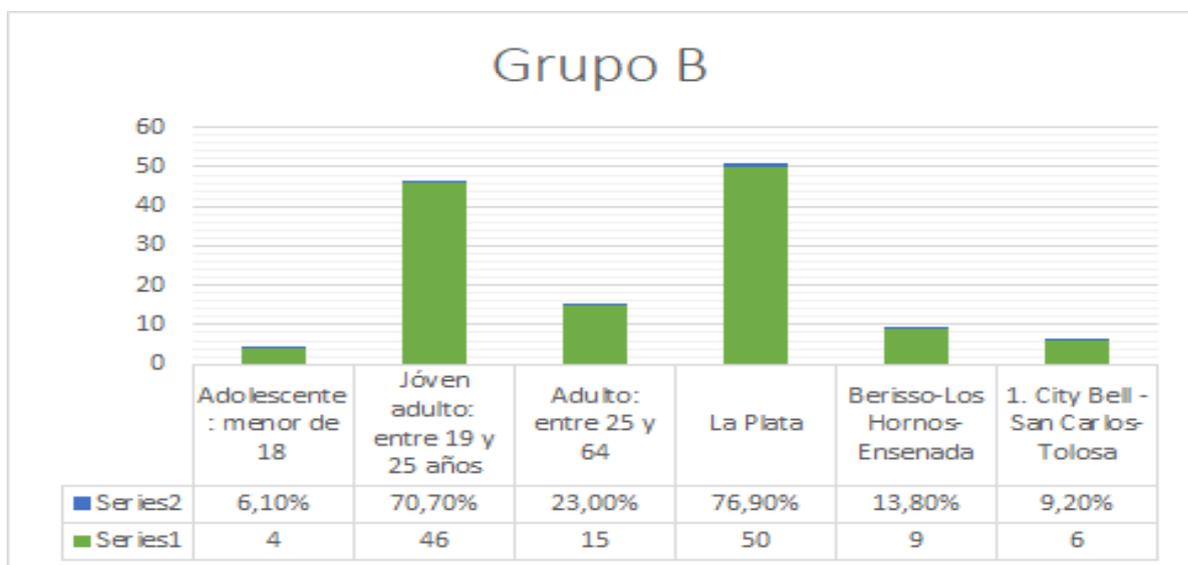
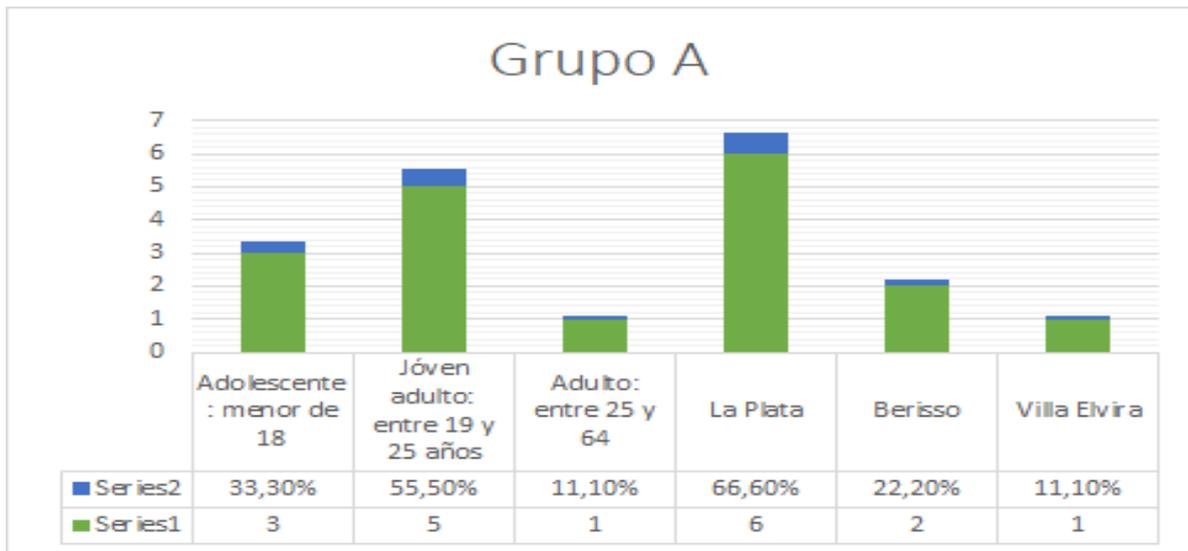
3.5 Muestra conformada

A pesar de que en un principio se buscó trabajar con los datos de 15 entrevistas en profundidad de activistas veganes (grupo A), en el transcurso del proceso de recolección de datos se notó que muchos relatos se repetían, por lo que finalmente la muestra de activistas quedó conformada por 9 personas.

Por otro lado, en cuanto a la muestra del grupo B, de las 79 respuestas registradas en los 3 días que el formulario estuvo abierto en línea, sólo 65 fueron consideradas aptas para el trabajo. El principal y único punto de descalificación fue la localidad en la que les encuestados residían, ya que surgieron respuestas de personas de todas partes del país, y

era un requerimiento para la investigación trabajar solo con residentes de La Plata y alrededores.

Las muestra de los grupos A y B, conformados por personas que voluntariamente participaron de esta investigación, quedó conformada de la siguiente manera:



3.6 Recolección, organización e interpretación de datos

Como se mencionó anteriormente, la recolección de datos se realizó a través de entrevistas en profundidad semi-estructuradas a les activistas veganes y con una encuesta de Google Forms a las personas no veganas. En ambos casos se priorizaron las preguntas que

respondían a los objetivos específicos del trabajo. En tanto, otro recurso que se utilizó en la recolección fue la observación participante.

Una vez realizado el proceso de recolección, se sistematizaron las experiencias de los actores, ya que, en palabras de Hleap (1998) en la sistematización de experiencias los relatos (o narrativas) se asumen como una totalidad significativa, coherente, que precisa de un orden en la exposición que haga legible el sentido de la experiencia. De esta manera, las declaraciones de los entrevistados y encuestados fueron seleccionadas y ordenadas para conformar el relato expuesto en el presente trabajo.

Luego de una lectura extensa y exhaustiva, se crearon categorías para cada apartado teniendo en cuenta los objetivos del trabajo. Inmediatamente, se ordenaron las declaraciones de entrevistados y encuestados en cada una de estas categorías para su posterior análisis.

En esa misma línea, el análisis de datos se construyó siguiendo las categorías y definiciones estipuladas en el marco teórico del trabajo.

3.7 Elaboración de Conclusiones

A partir de una interpretación crítica y exhaustiva, se elaboraron una serie de afirmaciones que dan respuesta a las preguntas-problema de investigación.

Lejos de ser un camino cerrado, las mismas fueron presentadas en forma de conclusiones provisionarias, al mismo tiempo que se presentaron otras posibles líneas de investigación futuras.

4. Capítulo IV: sobre el objeto de estudio

En la actualidad existen infinidad de movimientos por la liberación animal y cada grupo plantea diferentes estrategias comunicacionales para lograr su objetivo. En principio, se puede decir que todos estos tienen algo en común: militan por la defensa de los animales. Sin embargo, no todos luchan por la liberación en sí, sino que algunos de ellos plantean una mirada bienestarista, es decir, se lucha por mejoras de condiciones para los animales en la industria, pero no para que se los deje de explotar en su totalidad.

Dentro de este gran colectivo de activistas, le compete a este trabajo profundizar sobre las representaciones sociales y estrategias comunicacionales de los movimientos Anonymous for the Voiceless (AV) y Animal Save Movement (AS) en la ciudad de La Plata. En este apartado, se ahondará superficialmente sobre las dos principales estrategias que les activistas utilizan en su lucha con el objetivo de contextualizar al lector para lograr un mayor entendimiento de los capítulos siguientes. A partir de esto se hablará sobre la historia de estos dos movimientos, incluyendo tanto su dimensión internacional como local.

4.1 Anonymous for the Voiceless



Este movimiento se estableció en abril de 2016, en la ciudad de Melbourne, Australia, en manos de Paul Bashir, un nutricionista certificado en alimentación “plant based” (a base de plantas), y la artista Asal

Alamdari. El mismo nació luego de que los fundadores evaluaran los activismos que hasta

ese momento existían y que, según ellos, no parecían generar un gran impacto. En un principio realizaron demostraciones en Melbourne con el objetivos de salir a la calle y llegar a la mayor cantidad de gente posible, por este motivo crearon manuales para que otros activistas realicen el cubo de la verdad (la principal estrategia utilizada) en diferentes ciudades del mundo.

Rápidamente el movimiento se hizo global: el primer capítulo de AV se formó en noviembre de 2016 y para el final del mismo año ya existían 25 capítulos en el planeta. Cabe aclarar que se le llama “capítulo” a cada grupo que se conforma en una ciudad, así, por ejemplo, existe un capítulo en La Plata y otro en CABA.

“Pongámosle fin a la supremacía humana” es la primera frase que se lee al entrar en el sitio web de la agrupación y resume en pocas palabras la ideología abolicionista del grupo.

“Anonymous for the Voiceless es una organización por los derechos animales que se especializa en educar al público sobre el abuso animal y promueve un activismo altamente efectivo mundialmente. Mantenemos una postura abolicionista frente a todas las formas de explotación animal y fomentamos un mensaje claro sobre derechos animales” (Anonymous for the Voiceless, s.f.).

Según el movimiento, su activismo está enfocado pura y exclusivamente en los animales, y se reconocen como una “organización anti opresión[...] No toleramos discriminación, bullying o intimidaciones de ningún tipo dentro del movimiento, esperamos que todo individuo que nos represente sea respetuoso con las personas de cualquier raza, religión, cultura , partido político o cualquier otro grupo” (Anonymous for the Voiceless, s.f.).

Como se mencionó, los “Cubos de la Verdad” o “Cube of Truth”, como se llaman originalmente en inglés, son la estrategia principal del movimiento. En ellos, los activistas muestran a los transeúntes videos e imágenes de explotación animal con el objetivo de

hacerles comprender y recapacitar acerca del sufrimiento que viven los animales en las industrias que los explotan y, de esta manera, plantearles un conflicto moral.

Anonymous en La Plata

El movimiento llegó a la ciudad de La Plata en agosto de 2018. Actualmente, el grupo de Whatsapp AV La Plata tiene 39 participantes, pero solo una parte de ellos asisten realmente a los cubos físicamente. El activismo se realiza cada domingo en distintos puntos de la ciudad y estos se eligen teniendo en cuenta la cantidad de personas que transitan por el lugar, escogiendo principalmente espacios públicos donde se realizan ferias u otros eventos masivos.

4.2 Animal Save Movement

Este movimiento surgió en diciembre de 2010 en la ciudad canadiense de Toronto, bajo el nombre de “Toronto Pig Save”. En el sitio web oficial, Anita Krajnc, cofundadora del movimiento, explica que



todo empezó luego de la adopción de su perro, Mr Bean: “En nuestra caminata matutina fuimos testigos de un camión repleto de cerdos tristes y asustados de camino al matadero. Seis meses más tarde le hicimos una promesa a los cerdos de hacer al menos tres viglias por semana para ser testigos de los sucesos” (Krajnc, s.f.).

Además de explicar los inicios del movimiento, detallan que la aproximación que se hace hacia la comunidad es basada en el amor y con la finalidad de que los mataderos dejen de

existir: “El objetivo es realizar una vigilia para los animales en cada matadero a través del poder de las comunidades que no miran hacia un lado frente al sufrimiento animal, uniéndonos podemos hacer que se cierren todos los mataderos y construir un mundo vegano y amigable con el medio ambiente” (The Save Movement, s.f.).

En 2016 el movimiento realizó una serie de tours para conformar un movimiento global y, según especifican en su web, para 2019 existían 900 capítulos en más de 70 países. Inclusive, previo a esto, al principio de 2018 el movimiento se expandió abarcando tres marcas: Animal Save, Climate Save y Health Save, cubriendo, de esta manera, otras temáticas de interés asociadas al veganismo (la buena alimentación y mantenimiento de la salud, y el cuidado del medio ambiente).

En cuanto a los valores, el movimiento plantea una serie de ideas y acciones para las interacciones con otros miembros de la sociedad que deben ser compartidas por todos los activistas que deciden ser parte de AS: “Es esencial que los organizadores se adhieran a estos principios en interacciones tanto en redes sociales como en persona con otros veganos, personas que asistan a eventos, policías, guardias de seguridad, trabajadores de mataderos y todos los miembros de la sociedad” (The Save Movement, s.f.).

En ellos se estipula, en primer lugar, que todos los animales no humanos deben ser considerados moralmente como personas y no propiedad; que se debe usar un acercamiento desde el amor y sin juzgar al otro; mantener una estructura horizontal apoyada por un equipo de expertos a nivel global; construir un movimiento diverso, equitativo e inclusivo donde se opongan a todas las formas de discriminación y opresión.

Además, tomar una visión interseccional y crear equipos con otros grupos que luchan por la justicia social; y creer en la igualdad animal y la interconexión de la vida.

La principal estrategia de este movimiento son las vigiliias que, dependiendo de los capítulos y de los mataderos que existan en las ciudades en las que se centralizan, se realizan en las puertas de, valga la redundancia, mataderos de vacas, cerdos, gallinas u otros animales.

Animal Save Movement en La Plata

El movimiento llegó a La Plata en agosto de 2018 y, específicamente, la primera vigilia del grupo La Plata Animal Save se realizó el 7 de octubre de 2018. A partir de ese momento, las vigiliias del frigorífico “Gorina” se replicaron cada mes.

“Inauguramos un nuevo grupo en La Plata con el cual vamos a estar realizando vigiliias en mataderos para visibilizar la realidad que sufren los animales y, eventualmente, lograr que más gente tome conciencia”, publicaron el 31 de agosto en la página de Facebook, ahora inexistente. Por otro lado, la última vigilia realizada por el grupo bajo el nombre del movimiento “Save”, se concretó el sábado 7 de marzo de 2020 y fue la número 13.

Durante el 2020, el grupo de activistas decidió desligarse del movimiento Save luego de una serie de campañas con un tinte bienestarista. Y es que a mitad del año 2020, en plena pandemia por Covid-19, Save Movement lanzó una jornada de lucha en la que proponían la realización de una vigilia frente a los mataderos para pedir, entre otras cosas, mejoras en las condiciones laborales de los trabajadores de frigoríficos. Esto enfureció a los abolicionistas, entre ellos los activistas platenses, quienes tildaron la idea de tibia y especista, y decidieron abandonar el movimiento. A través del grupo de whatsapp, los coordinadores del grupo comunicaron al resto de los activistas que, luego de numerosas campañas especistas lanzadas por el movimiento, ya no iban a formar parte de él. De todas maneras, los activistas afirmaron que las vigiliias continuarían, pero ya no bajo el ala del Save Movement y, más tarde, publicaron la decisión en las redes sociales de Animal Save La Plata, las cuales fueron eliminadas posteriormente. En tanto, uno de los coordinadores del equipo publicó en su

cuenta de Instagram: “La Plata Animal Save no existe más porque nunca vamos a traicionar a nuestros hermanos no humanos haciendo una vigilia por sus asesinos. Las vigiliias van a seguir de forma independiente” (Rodriguez, 2020).

5. Capítulo V: sobre representaciones sociales

5.1. Historia del veganismo: sus inicios

Debemos retroceder hasta 1944, año en el que Donald Watson utilizó el término “vegano” por primera vez. En ese momento, Watson, junto a su mujer y algunos amigos seguían lo que hasta ese momento era una dieta “vegetariana estricta”, pero crearon un término que sirvió para diferenciarse de vegetarianos que consumían derivados animales, por lo que quiso abreviar la palabra “**vegetarianismo**” y crear “veganismo”, lo que para él significaba el principio y el fin del vegetarianismo.

En noviembre de ese año, Watson y sus conocidos crearon “The Vegan Society”, un grupo que contaba con pocos miembros y que transformó al veganismo en un movimiento político, ético y social que luchaba contra la utilización de animales. Pero recién en 1986 la definición de la palabra “vegan” (vegane) fue incluida en el suplemento IV del Oxford English Dictionary como “aquella persona que se abstiene de consumir cualquier producto de origen animal; vegetariano estricto”, lo cual marcó un hito para un veganismo que hasta el momento no había sido reconocido oficialmente.

En 1944, Watson publicó el primer número de “Vegan News” y la definió como “una revista trimestral para vegetarianos que no consumen derivados lácteos”. Allí, por primera vez hizo una distinción entre llevar una dieta vegetariana y seguir una filosofía vegana. En el primer número de “The Vegan News- Quarterly Magazine for the non-dairy vegetarians”, publicado el 24 de noviembre de 1944, Watson escribió: “La incuestionable crueldad implicada en la producción de leche hace evidente que el lacto-vegetariano se encuentra a medio camino entre el consumo de cadáveres y una dieta verdaderamente humanitaria civilizada, así que durante nuestra vida en esta tierra debemos intentar evolucionar lo suficiente como para recorrer por entero ese camino”(Watson, 1944). A lo largo del artículo, Watson enunció las

razones para adoptar una vida vegana y criticó la crueldad de la industria ovo-láctea de ese momento.

Una primera definición de veganismo es escrita por Leslie Cross, otro miembro de la Vegan Society, en 1951. Como vicepresidente del grupo, consolidó una definición precisa de qué es el veganismo y el objetivo del mismo; para él “la palabra ‘veganismo’ tiene un significado tan simple como preciso, significa la doctrina de que los humanos deben vivir sin explotar a los animales.[...] A esta doctrina le concierne una sola cuestión, un gran tema, es cierto, pero un tema claramente definido; la cuestión de la correcta relación entre humanos y animales” (Cross, 1955). De esta manera, Cross invitó a replantear la relación entre humanos y animales, algo fundamental para el colectivo vegano.

5.2. Las representaciones sociales sobre la explotación animal

5.2.1 ¿A qué nos referimos cuando hablamos de explotación animal?

Si buscamos en el diccionario la palabra “explotación”, encontraremos: “Acción y efecto de explotar. Abuso de alguien para beneficio personal” (Explotación. (n.d.)). Es decir, la explotación es el uso que se hace de alguien mediante acciones propias que benefician a le explotador de alguna manera. Siguiendo esta línea, el concepto de explotación animal hace referencia a “la acción de usar a los animales como recursos o bienes de manera que sus intereses inalienables (vida, libertad e integridad) quedan reducidos a los intereses de su explotador” (Galera, 2015). La autora hace una definición muy clara del concepto e, inclusive, habla sobre los intereses inalienables de los animales: vida, libertad e integridad, y es que los animales constantemente buscan preservar su vida, por eso huyen del peligro, resguardan su integridad para que su vida no se vea afectada, sin embargo, les humanos decidieron que hay animales que deben ser encerrados para poder explotarlos y que hay otros que no sirven, y, por lo tanto, están en libertad.

Es importante dejar claros estos conceptos desde un principio ya que el cese de la explotación animal es el principal pedido de los colectivos veganos y, por lo tanto, se hablará de esto en diversas ocasiones dentro de este trabajo.

5.2.2 La ética y moral versus los animales como objeto

Si se observa la relación entre humanos y animales “podremos ver que está casi enteramente -no del todo pero casi enteramente- basada en el interés humano sobre la idea de que tiene un derecho moral a usar a los animales para sus propios propósitos” (Cross, 1955). Con esta frase de Cross haremos unas preguntas: ¿Qué hace que las personas creen que pueden utilizar a los animales como objeto? ¿Qué instituciones avalan este pensamiento? ¿Por qué les veganos se cuestionan y abandonan este orden?. Para responder la última pregunta, y como veremos a continuación, los principales motivos que hacen que las personas adopten el veganismo tienen que ver con la sintiencia de los animales.

En Argentina, la Ley 14346/1954, sobre maltrato animal, reconoce la sintiencia de los mismos al establecer penas para “personas que maltraten o hagan víctimas de actos de crueldad a los animales”. En la misma línea, el Médico Veterinario Pablo Nejamkin (2014), escribió: “A diferencia de los seres humanos, los animales no poseen la capacidad de transmitir las sensaciones de dolor a través de la comunicación lingüística. Esta gran diferencia ha generado la gran confusión histórica de si los animales sienten o no sienten dolor y cuánto lo sufren.[...] En la actualidad es bien sabido que los mecanismos fisiológicos de la transmisión del dolor son compartidos entre humanos y animales” (Nejamkin, 2014).

Inclusive, en junio del 2012 se realizaron una serie de conferencias respecto de la conciencia en animales humanos y no humanos, más conocidas como la “Declaración de Cambridge sobre la conciencia”, llegando a la conclusión que los animales no humanos poseen conciencia y la capacidad de desarrollar sentimientos: “La ausencia de un neocórtex no

parece prevenir que un organismo experimente estados afectivos. Evidencia convergente indica que los animales no humanos poseen los substratos neuroanatómicos, neuroquímicos y neurofisiológicos de estados conscientes, así como la capacidad de exhibir comportamientos deliberados. Por consiguiente, el peso de la evidencia indica que los seres humanos no son los únicos que poseen los sustratos neurológicos necesarios para generar conciencia. Animales no humanos, incluyendo todos los mamíferos y pájaros, y muchas otras criaturas, incluyendo los pulpos, también poseen estos sustratos neurológicos” (Low, 2012). En las declaraciones de los veganos entrevistados se puede observar que están en contra del sufrimiento animal y que creen que quienes no eligen el veganismo son parte de ese problema y, por ende, explotadores:

Entrevista 1- “No quiero ser la razón por la que miles de animales sufran, sean asesinados, violados y explotados”.

Entrevista 3- “La reflexión constante de que si amaba a los animales ¿Cómo era posible que los estuviese comiendo? A su vez, al saber que el vegetarianismo tampoco salva a nadie, la empatía fue más fuerte que mis pretextos de "no podría dejar el queso" de ese momento”.

Entrevista 7: “Recuerdo el discurso de una activista en la última expo rural que me conmovió mucho, porque decía que tanto los animales no humanos como los humanos compartimos los mismos deseos básicos de calor, comida, estar en familia, relacionarnos, divertirnos, descansar, etc. "Ellos (los no humanos) no quieren tener autos, casas o cosas materiales, lo único que tienen es su vida y aun así se las quitamos, les quitamos todo”.

Si se piensa en la relación que los humanos tienen con los animales, siempre es de explotación. Algunas especies son utilizadas para alimento; otras para entretenimiento, las cuales son encerradas en diferentes lugares y exhibidas al público; y las últimas, aunque se crea que son las especies que deben ser amadas, como perros y gatos, también son

explotadas con fines económicos. Por esto, para comprender el veganismo es necesario reconocer y cuestionar esta relación que se tiene con otras especies.

Entre les entrevistades se encontraron contradicciones entre sus formas de pensar y actuar, y esto fue lo que hizo detonar el cuestionamiento de sus acciones. En la entrevista 3, Melina cuenta que su principal cuestionamiento fue que ella amaba a los animales pero se los comía. En su respuesta se notan las relaciones con otras especies: la entrevistada comenzó a cuestionarse qué tienen de diferente perros y gatos (los animales que conocía) con los utilizados para el consumo. Incapaces de encontrar diferencias entre especies, el sentimiento de culpa es compartido entre les entrevistades porque saben, por un lado, que en un momento fueron parte de eso que ahora quieren destruir, y que por otro, son sus mismos pares humanos les que reproducen y fomentan la explotación animal.

5.2.3 El rol de los medios

Los medios de comunicación son creadores de sentido y responden fielmente a intereses económicos, por este motivo, se les preguntó a les activistas si creen que el veganismo está, bajo su punto de vista, correctamente reflejado en los medios de comunicación hegemónicos de Argentina y todos coincidieron en que el mensaje es erróneo.

Entrevista 1- Muy pocas veces se presentaron activistas veganos que representen bien al veganismo antiespecista y sus valores. La idea que se transmite por los medios hegemónicos sobre veganismo está muy distorsionada y no coincide con la realidad. No me extraña igualmente, seguramente hay intereses más fuertes detrás de eso.

Entrevista 2- No creo que esté bien reflejado, para nada. Se habla poco y cuando lo hacen muchas veces desinforman y hasta critican.

Entrevista 3- Los medios de desinformación solo atrasan, dan conceptos erróneos, y hablan de veganismo solo cuando hay una disputa.

Entrevista 4- Yo creo que muchos medios de comunicación quieren dejar mal parado al veganismo. Invitan a hablar a nutricionistas que no están especializadas en el tema en vez de invitar a un nutricionista de veganos.

Entrevista 5- Creo que los medios de comunicación hegemónicos no representan bien al veganismo y a su activismo sino que sólo los expone para generar polémica y espectáculo sin ser tratado con la seriedad que requiere este tema.

Entrevista 7- Sería súper importante que los medios de comunicación tocaran mas el tema, así como hace algunos años se empezó a hablar de feminismo y se lo empezó a tratar con la seriedad que merece, creo que estamos esperando que llegue esa etapa.

Entrevista 9- Siempre se deforma la información y se deja mal parado al movimiento, acudiendo a personas que no saben mucho sobre el tema y profesionales que no se especializan. También hay que entender que los medios están manejados por muchas de estas industrias y no les conviene informar sobre la explotación animal.

Si algo hay en común en estas citas es que, en su totalidad, no creen que su colectivo este representado correctamente en los medios de comunicación, al contrario, todes expresan que el trato que se ha hecho sobre el tema en los medios -sobre todo desde los eventos de la rural¹- sumó aún más problemáticas para el movimiento. Y es que los medios tienen el poder de crear discursos para producir sentidos, y que el veganismo sea banalizado en estos no es nada de otro mundo, a continuación se verá por qué.

Los intereses económicos, como en toda empresa, son el principal motor de los medios y fue mencionado por los entrevistados. Si hay empresas que están pagando al medio, el discurso que este reproduce nunca puede ir en contra de los intereses de la empresa. Para dar un ejemplo, si se hace una rápida búsqueda sobre una empresa que apoye financieramente al

¹ En 2019, un grupo activista vegano fue desalojado violentamente por personas a caballo luego de que interrumpieron el desarrollo de un concurso en la Exposición Rural.

grupo Clarín, el grupo empresario de medios de comunicación más grande de la Argentina, encontramos a la Sociedad Rural Argentina. Inclusive, en la edición n° 113 de la Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria, el Grupo Clarín fue galardonado con 5 premios en distintas categorías; además, el grupo es dueño del canal rural del nacional.

Con lo visto en el párrafo anterior, no es sorpresa que los diferentes medios del Grupo Clarín hayan elegido ridiculizar al movimiento y utilizar los hechos para crear farándula creando una grieta entre veganos y gauchos². Todo esto con el objetivo de proteger los intereses de las empresas que los apoyan económicamente. Sin ir más lejos, en apartados próximos se retomará esta idea, profundizando en el poder de los medios y cómo estos crean sus “verdades”.

5.3. Las representaciones sociales en torno al veganismo y carnismo

5.3.1 ¿Qué es el veganismo para veganes?¿y para carnistas?

La intención de este apartado es construir, a partir de las representaciones de les activistas sobre el veganismo, una definición exacta sobre el concepto, y además conocer cuales son las representaciones sociales que existen en torno a la temática en personas que no pertenecen al colectivo. Para comenzar, se enumeran a continuación algunas citas de activistas que responden a la pregunta “¿qué es el veganismo?”.

Entrevista 1- Me gusta definirlo como un posicionamiento ético que rechaza cualquier forma de explotación o crueldad hacia animales no humanos.

Entrevista 2- Para mi el veganismo es una postura ética que rechaza todo y cualquier tipo de explotación hacia los animales no humanos.

Entrevista 3-Una filosofía de vida ética que se aleja de todo tipo de explotación animal,

²En el siguiente video se observa, sin profundizar demasiado, cómo el programa enfrenta a “gauchos” y “veganos” para que discutan y cómo el conductor toma posición defendiendo la postura carnista: https://www.clarin.com/videos/video-cruce-veganos-gauchos_3_2VgaPwxwO.html

desde el uso de cosméticos hasta alimentación y ropa.

Entrevista 4- Para mí el veganismo es un estilo de vida antiespecista en el que las personas que lo adoptan sobre la base de la empatía y el respeto hacia los animales no humanos dejan de explotarlos y consumirlos, para luchar por sus derechos y además elevar la voz por ellos, que son oprimidos y maltratados.

Entrevista 5- El veganismo para mí es una filosofía de vida que rechaza el uso de los animales no humanos independientemente de para que se los necesite. La cultura, la tradición nos impuso como dogma que los animales existen para nuestro servicio, que fueron creados para eso y el veganismo vendría a romper con toda esa falsa creencia.

Entrevista 7- El veganismo creo que además de que muchos lo resumamos en "un estilo de vida" donde tratamos de respetar a los demás animales y hacer que nuestra ética vaya de la mano con nuestras acciones, para mí es una lucha, fundamentalmente es una lucha.

Entrevista 8- El veganismo es una forma ética de convivir en un mismo espacio con los animales y respetarlos como seres capaces de sentir, es una postura más que nada.

Entrevista 9- Para mí el veganismo es más que un movimiento o un estilo de vida, es justicia por los animales no humanos, por los seres que han sido y son explotados desde hace años. Elegir el veganismo y dar un mensaje es lo mínimo que podemos hacer por ellos.

A partir de estas definiciones se podría decir que el veganismo es un posicionamiento ético que rechaza cualquier forma de explotación o crueldad hacia animales no humanos y que, por consiguiente y en alineación a esto, se transforman una serie de hábitos que producen un cambio en el estilo de vida de una persona, siendo uno de los más importantes el activismo por la liberación animal.

En consonancia a esto, Leslie Cross estableció que el veganismo es un principio del cual

fluyen lógicamente ciertas prácticas, es decir, ya que el veganismo es un principio ético -que les humanos no tienen derecho a explotar a los animales para sus propios fines y que no se producen variaciones, es decir, que es abolicionista- de él derivan ciertas prácticas y acciones, como el no consumo alimenticio de animales.

Análisis del discurso

Ahora bien, para pensar en las representaciones sociales, indudablemente se debe realizar un análisis del discurso y uno de los puntos más importantes es el contexto lingüístico, o cotexto. “El cotexto de un enunciado es, ante todo, el entorno físico, el momento y el lugar donde se produce” (Maingueneau, 1990). A pesar de que el autor plantea tres formas de analizar el cotexto, en este caso se utilizó la que refiere a los conocimientos que le enunciador tiene sobre el mundo, es decir, “los saberes compartidos anteriores a la enunciación”. Así, los enunciados hechos por los activistas veganos sobre el veganismo tienen un punto en común, y es que todos ellos parten de un saber compartido: matar animales está mal. Ahora, ¿desde qué lugar se paran para decirlo? y ¿por qué es necesario aclarar que está mal?.

Como argentinos, son parte de una cultura en la cual el asado representa unión, familiaridad y amistad. La gente se une todos los domingos a comer asado como una especie de ritual. Entonces, teniendo en cuenta esto, tiene sentido que el colectivo vegano repita que matar animales está mal cuando están insertos en una cultura que venera un alimento que produce la muerte de animales.

En la entrevista 5 se menciona que la cultura del país impone como dogma que los animales existen para servicio humano, y que el veganismo vendría a romper con toda esa “falsa creencia”. Pero, ¿para quién es falsa? ¿existe una creencia verdadera y totalitaria, o acaso las personas cambian continuamente? ¿las culturas son estáticas?. Y es que si esto fuera así las

personas negras seguirían siendo esclavizadas, por ejemplo. Si bien es cierto que la cultura impone ciertas creencias por medio de numerosas instituciones (como la escuela, familia, religión y medios de comunicación), estas pueden transformarse, como en este caso, en el que una persona que creció en una cultura que venera la carne, cambia radicalmente su postura.

La visión de no veganes y el veganismo como evolución

A pesar de que el veganismo es entendido como un principio entre la comunidad vegana estudiada, no pasa lo mismo con las personas encuestadas, que tendieron a reducirlo a una dieta alimenticia. Si bien el 100% aseguró haber escuchado sobre el veganismo, el 76,9% de las respuestas se remitieron a clasificarlo como una forma de abstenerse de consumir productos provenientes de animales, mientras que el 23,1% restante se acercó más a la definición planteada por los activistas. Sin embargo, a pesar de que el veganismo es un movimiento político y social que, en la teoría, se asienta en unos principios éticos que abogan por el antiespecismo, en la práctica esto a veces no sucede y se verá más adelante. En la misma línea, hablar del veganismo como una evolución personal es muy recurrente entre las entrevistas, los activistas toman al veganismo como un crecimiento. Aseguraron que al adoptarlo se volvieron más atentos a las problemáticas que les rodean, mostrándose más empáticos y respetuosos con los demás.

Entrevista 1- “Reconocer una injusticia y actuar contra ella, empatizar con animales no humanos y apartarme de ese sistema me ayudó mucho a mejorar a nivel de respeto.

Deconstruirnos para reflexionar acerca de nuestros pensamientos, de nuestras acciones y de nuestro lenguaje y cambiarlo, es crecer como personas.”

Entrevista 3- Siempre digo que desperté. Yo vivía en una burbuja sin mirar lo que pasaba a mi alrededor. Hoy en día decido cuestionarme todo gracias al veganismo, me siento mejor al

saber que no soy responsable por el sufrimiento de un animal. Me hace ver el mundo de otra forma y también de querer hacer de este un lugar un poquito mejor.

Entrevista 4- Creo que cambió mucho mi perspectiva de la vida, me hizo una persona más empática y menos hipócrita.

Entrevista 5- Considero que me construye como persona porque el hecho de no estar discriminando en base a la especie me lleva a ser mejor en todo sentido. Si no soy capaz de matar un insecto por ejemplo, de no consumir miel por respeto a las abejas, mucho menos lo sería con más personas, entonces siento que me mejoró en todo sentido y como que soy mucho más consciente de mis actos.

En esta última cita podemos ver uno de los prejuicios más difundidos sobre veganos: que se creen moralmente mejores. Esto sucede en todas las etapas de socialización, las personas constantemente se comparan con otros, ya que es así como se da el origen de las identidades, mediante la diferenciación.

Pérez-Cordón prestó atención a la dimensión socio-cultural cuando se habla de analizar discursos y afirmó que la dimensión sociocultural del contexto comunicativo es fundamental en los procesos comunicativos: “Los hablantes, como partes integrantes de la sociedad desde que nacemos, no somos realmente conscientes de cuáles son exactamente nuestros parámetros socioculturales ya que nunca nos hemos parado a pensar en ellos a la hora de establecer una comunicación, o al menos no lo hacemos con tanta frecuencia cuando hablamos con personas que suponemos que comparten nuestra cultura. En este sentido, hay que entender que compartir un mismo idioma no significa compartir los mismos componentes culturales” (Pérez Cordón, 2008).

Además, en sus estudios sobre la cortesía, escribió: “Resulta innegable que debemos aprender las normas que rigen el comportamiento en nuestra sociedad para relacionarnos

con el resto de la gente. Dentro de estas normas juegan un papel muy importante los patrones que rigen la cortesía. Como decíamos antes, lo que para unos es ‘normal, adecuado, educado’, para otros puede resultar desastrosamente inadecuado o maleducado” (Pérez Cordón, 2008). Por eso, si bien las personas tienden a seguir ciertas normas para una buena comunicación, también pueden utilizarlas para lo contrario: generar un malestar. Como se dijo previamente, en las citas se ve la idea de que los veganos son mejores personas que alguien que consume animales y, como tal, ese discurso resulta confrontativo, ya que no hay una manera de llegar a un acuerdo entre las dos partes, por lo que es un discurso innecesario que genera discusiones evitables. De todas maneras, la mayoría de los activistas afirmaron que es óptimo llevar un mensaje informativo y desde el respeto.

La otredad en el discurso

Por último, en todas estas citas se puede notar la otredad, y, para esto, se debe tratar brevemente la construcción de identidades: “La identidad no es sólo el resultado de una definición personal, sino que incluye, ya sea por aceptación o rechazo, una “carga” que las diferentes instituciones por las que transita el individuo a lo largo de su vida, depositan sobre él” (Falcón, 2008). Como explica la autora, mientras el individuo lucha para conservar la construcción que le identifica, surge la figura del otro, que cuestiona por similitud o diferencia esa construcción. “El diferente, extraño, ajeno, hace tambalear esa construcción precaria que es la identidad y, por esa razón, ese se convierte en un enemigo, un contrincante, un rival o un indeseable, según la posición en que se ubica o es ubicado” (Falcón, 2008).

Esta otredad es la que se ve en el discurso de los activistas: un “yo” despierte, empático, que alinea sus hábitos y creencias; y del otro lado un “otro” dormido, egoísta e hipócrita. Al hablar de sí mismos, los entrevistados dejan en claro en qué lugar creen que están y en cuál

están los demás, ya que, como se vio, es desde la diferencia con otros que se identifican y reconocen que y quién son, y qué y quién no.

5.4. Las representaciones sociales en torno al activismo vegano

5.4.1 El activismo vegano para activistas y carnistas

La intención de este apartado es desentramar las representaciones sociales que los carnistas y activistas veganos tienen sobre el activismo. De esta manera se busca conocer cómo lo ven, qué creen que aporta a la lucha de la liberación animal y cómo piensan que debe ser. Para comenzar, veremos algunas citas de veganos sobre los motivos que les llevaron al activismo:

Entrevista 1- Me motivó mucho ver personas que también eran veganas y tenían convicciones como las mías. Me llevó a aprender más sobre el tema. El descubrir todas esas cosas me llevó a querer ser parte de la solución para los animales no humanos. Por eso elijo dar mi voz por ellos.

Entrevista 2- Me di cuenta que se puede hacer más por los animales, no solo dejar de financiar a esa industria, sino llegar a más gente y poder hablar de alguna forma sobre el tema.

Entrevista 4- Decidí comenzar a activar porque de esa manera puedo darle un mensaje a las personas no veganas y mostrarles esta realidad que se oculta, tratando de hacerlas tomar conciencia y así ayudar a que los animales sean escuchados, ellos piden a gritos la liberación.

En estas citas se pueden observar varios puntos, en primer lugar y como en apartados anteriores, vemos la otredad: los veganos están informados y hacen de una especie de mesías para los demás. A partir de esto resulta imposible no preguntarse ¿qué es la verdad? y ¿por qué la suya es la verdadera?. Y, la realidad es que a pesar de que es una de las categorías claves dentro de la filosofía, no hay una definición unívoca. Una de las más

difundidas es la de Aristoteles, quien dijo que decir de lo que es, que es, y de lo que no es, que no es, es verdadero y, al contrario, decir de lo que es, que no es, y de lo que no es, que es, es falso. En la Teoría de la verdad como correspondencia, Aristoteles plantea, valga la redundancia, la correspondencia entre lo que alguien dice con lo que es, suponiendo que es posible comprobar que esto es así. Pero, del otro lado de la grieta, Nietzsche habló sobre la retórica al decir, entre muchas otras definiciones, que la verdad es la mentira más eficiente. Es decir, la verdad que más convence es la ganadora y no siempre una que pueda ser comprobable.

Por su parte, Foucault explicó la relación entre el poder y la verdad: el poder es la capacidad que tiene un determinado grupo de imponer su verdad como la única para todos y lo hace a través de los medios masivos de comunicación y, como vimos en apartados anteriores, esta verdad es la que le conviene a los medios para ganar dinero, que es, por supuesto, lo que hace funcionar al mundo. Así, el poder impone su verdad al mismo tiempo que sofoca las otras verdades para de esta manera, y como expresó Foucault, sujetar la subjetividad del sujeto. Es así que si tomamos como verdad lo que dice el poder sobre el veganismo, estaríamos hablando de algo totalmente diferente a lo que es para los veganos.

El otro punto que se observa es que se cree que el activismo es la única solución para la explotación animal. Se supone que al informar sobre la realidad, las personas harán un cambio y tomarán conciencia, pero por supuesto que el proceso de comunicación no es tan simple y en la práctica se demuestra. Existen infinitas razones por las que no todas las personas que conocen el activismo son veganas, ya que cada una está atravesada por subjetividades. Para enumerar algunas, en la encuesta realizada a personas no veganas se les consultó sobre por qué no son veganas a pesar de conocer la propuesta: un 39% aseguró que no lo adoptan por la comodidad y/o costumbre; el 25% mencionó que no cuentan con la

información suficiente para hacerlo y además, algunos mencionaron que creen que los alimentos veganos son caros. Otro 19% mencionó que no dejarían la carne porque les gusta como sabe, el 8% mencionó que está realizando una transición; y el 9 % restante optó por otras respuestas.

Con estos datos, se observa que el porcentaje más grande de encuestados respondió que la comodidad y costumbre impiden que adopten una dieta vegana, y es que desde el nacimiento la población es bombardeada con información sobre una dieta con animales, incluso las personas que cumplen el rol de madres y padres alimentan a sus hijos con animales antes de siquiera saber de dónde provienen esos alimentos. No hay elección y tampoco la tienen los niños que nacen de padres y madres veganes. Así, las personas se acostumbran a sus hábitos, creando una burbuja de comodidad, la cual es muy difícil de romper.

La falta de información, que incluye también la creencia de que la comida vegana es cara, es otro punto crucial. Sin el activismo, ya sea callejero, en redes o en medios, sería imposible conocer sobre estos temas. Los medios de comunicación, que reproducen mensajes erróneos sobre el colectivo, no son grandes aliados del movimiento, y, del otro lado, los activistas de todo el mundo pegan carteles en las calles, escriben notas en medios, libros, crean blogs, hacen videos en youtube, podcasts, hablan en radios e intentan todo para dar a conocer la propuesta.

En las entrevistas, los veganos dieron por hecho que el mensaje que transmiten llega tal cual es a sus destinatarios pero, para la comunicación, las personas no son una masa que recibe información y la acepta tal cual es, como se creía en la antigüedad en la Teoría de la comunicación de masas, o la Teoría de la aguja hipodérmica, elaborada por Harold Lasswell. Fue Raymond Bauer quien se encargó de demostrar que el público nunca puede ser pasivo,

sino que dentro de la sociedad hay una colectividad en la cual les individuos interactúan entre ellos y con otros factores externos.

Por último, los activistas sobreentendieron que todas las personas con las que interactúan en el activismo tienen la capacidad de volverse veganas, y es que se actúa bajo la idea de que cualquier persona de clase media puede serlo. Es decir, los activistas tienen claro que su activismo va dirigido a las personas que viven en ciudades y que tienen, al menos, el capital económico para dirigirse a un supermercado y elegir qué alimentos adquieren.

La impronta del activismo

Para finalizar el capítulo, se les preguntó a los activistas cómo debía ser este activismo:

Entrevista 1- Creo que debe ser antiespecista (en contra de actividades, acciones, actitudes y creencias que generen una desigualdad injustificable entre especies) y focalizado en los animales no humanos, que son las víctimas.

Entrevista 3- Respetuoso y desde el entendimiento de que todos estuvimos en su lugar alguna vez. Sin enfocarse en cuestiones sociales que no sean el fin por el que se activa.

Entrevista 4- Yo creo que el activismo en cualquiera de sus formas tiene que ser siempre desde el respeto y de una forma pacífica [...] y además dialogar con la gente o mostrarles el otro lado, cómo sería si esos animales no fueran explotados, explicarles que tienen sentimientos, mostrar por ejemplo como están en un santuario, que realmente también pueden amar y ser amados.

Entrevista 5- El activismo vegano creo que debe ser por y para los animales no humanos, este tipo de activismo es el menos respetado por tratarse de seres considerados inferiores y muchas veces genera burlas y es ridicularizado por los especistas o por otras luchas, por lo tanto dentro del activismo deberíamos funcionar como un bloque que apunte a la abolición de la esclavitud animal dejando de lado nuestras diferencias humanas que son infinitas, ya

que para los animales somos la única oportunidad que tienen de tener la justicia que merecen.

Entrevista 7- Abolicionista totalmente [...] (y) un activismo que sea informativo y por sobre todo directo, sin grises. Un activismo que sea pura y exclusivamente por los animales no humanos, ya que cuando mezclamos temas como el clima o la salud volvemos a correr a los animales y ponemos nuestras cuestiones humanas primero.[...] Todas las luchas están bien si no mezclamos, porque quizás sin querer invisibilizamos a las víctimas por las cuales estamos luchando.

Entrevista 9- Para mí debe llevarse a cabo enfocándose principalmente en los animales no humanos sin perder la atención en ellos, ya que es la única lucha en la cual los podemos representar. Esto no quiere decir que una persona vegana no pueda involucrarse en otras luchas como el feminismo, movimiento LGBT, movimientos anti-racistas entre muchos otros, sino que cada lucha debe llevarse a cabo individualmente porque sino se producen disturbios y se pierde el objetivo del activismo que es hacer justicia por los animales.

En estas citas, les entrevistades coinciden en tres puntos: el **abolicionismo**, ellos tienen claro que su mirada es cero bienestarista. La segunda es que se busca un **activismo pacífico**, que informe sobre lo que le sucede a los animales en la industria, que cuestione, algo con lo que estuvieron de acuerdo las encuestades: del 100% que aseguró conocer sobre el veganismo, el 43% afirmó que escucharon acerca del activismo vegano, un 34% más vio el activismo en La Plata y un 23% no conoce el tema. Además, el 71% dijo apoyar el activismo y coincidieron en plantear un activismo pacífico, respetuoso y con fines informativos.

Por último, el tercer punto que compartieron les activistas es la visión sobre un activismo **enfocado en la liberación animal**, que deje de lado otras causas que benefician a humanos.

Este punto es muy importante y hasta ahora no se ha tratado, y es que dentro del grupo

suelen entrecruzarse otras causas de liberación o bienestar humano, que, según los activistas, nublan el objetivo que quieren lograr. A partir del trabajo de campo, se notó que las problemáticas que surgieron dentro del grupo casi nunca tuvieron que ver con una discusión sobre diferentes puntos de vista en torno a la liberación animal, sino que generalmente ocurren cuando se interponen creencias y visiones personales sobre temáticas que interpelan a humanos y, de esta manera, se crean conflictos al momento de exponerlas frente a otros.

Un ejemplo claro es el del feminismo. El grupo utilizó (y algunas personas aún lo hacen) durante mucho tiempo asociaciones con el feminismo para explicar y lograr el entendimiento y una cierta empatía con las violencias que sufren los animales. Así, por ejemplo, se comparan las violaciones que sufren las mujeres a las que son sometidas las vacas en la industria, las cuales, a pesar de que son inseminadas artificialmente, algo que, definitivamente, es en contra de su voluntad, resultó chocante para algunos activistas que estuvieron en contra de realizar este tipo de comparaciones. Lo mismo sucedió cuando se comparó la explotación animal con el holocausto judío o la esclavitud negra. Algunas personas argumentaron que esto podría resultar extremadamente ofensivo para una persona que sufrió (y sufre) estas violencias y que, por ende, no era correcto utilizarlo. Por otro lado, las partes a favor de utilizar estos conceptos respondieron que este pensamiento era especista, porque se cree que los animales son inferiores y por eso sus violencias no pueden ser comparadas con las que sufren los humanos.

La solución que se trató de dar a estas discusiones fue establecer ciertas reglas para que en el grupo solo se pudiera hablar sobre temas referidos al veganismo y la liberación animal, sin embargo, esto no funcionó y varias activistas decidieron abandonarlo. Dentro de los espacios de socialización las personas comparten temáticas que las atraviesan para generar

debates constructivos, pero el problema comienza cuando las partes no logran aceptar del todo la visión del otro y recurren a mecanismo de defensa (como utilizar términos hirientes para con el otro) para desacreditar su visión, algo que, a la larga, debilita el activismo y la lucha.

6. Capítulo VI: sobre estrategias comunicacionales

En este último apartado se buscó enumerar las estrategias comunicacionales que utilizan los dos grupos activistas veganos presentados previamente para difundir su mensaje en la ciudad de La Plata, así como también evaluar la efectividad de cada una de estas al superponerlas con las declaraciones de los activistas.

Como se vio, esta investigación tomó como objeto empírico a los grupos Anonymous for the Voiceless (AV) y Animal Save Movement (AS). En el presente capítulo se profundizará sobre las estrategias comunicacionales que utilizan en el desarrollo de su activismo estos movimientos en la ciudad de La Plata, y cómo sus activistas perciben la eficacia de las mismas.

En su activismo, ambos grupos plantean y llevan a cabo un número considerable de estrategias comunicacionales para lograr difundir su mensaje y alcanzar sus objetivos. Sin embargo, los dos equipos tienen una estrategia principal marcada que es la más difundida, mientras que las otras se tomarán como estrategias complementarias.

En relación a lo mencionado en el capítulo IV, AV tiene como estrategia principal la realización del Cubo de la Verdad, o “Cube of Truth”, mientras que AS realiza vigiliadas en mataderos.

Como se mencionó en el capítulo II, este trabajo retoma la definición de De Lorenzo Salvador, quien plantea que cuando se habla de estrategias de comunicación, se hace referencia a “una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan en un espacio de interacción humana, en base a unos intereses y necesidades determinados, y, lo que no es menos importante, a lo largo de distintos tiempos” (De Lorenzo Salvador, 2014).

Para garantizar la eficacia del esfuerzo invertido en el activismo, Bashir y Alamdari, creadores de AV y Krajnc, de AS, planificaron meticulosamente cada estrategia comunicacional

ejecutada por los movimientos, las cuales tienen un objetivo determinado y, para llevarlas a cabo, se utilizan ciertos recursos que favorecen al cumplimiento de ese objetivo.

6.1. Estrategias comunicacionales de Anonymous for the Voiceless

Tal como lo define AV, el Cubo de la Verdad es un activismo callejero pacífico que implica una acción directa con el público. Los activistas siguen una estructura específica que ha sido cuidadosamente formulada por los creadores del movimiento, así como cada una de sus estrategias comunicacionales.

Cubo de la Verdad

“Organizamos con éxito cientos de capítulos de AV en el mundo, manteniendo regularmente las demostraciones. Todos los cubos están armados con la misma estructura, nos dividimos en dos equipos, los que permanecen en el cubo y los que hacen el outreach”. La primera estrategia es que se divide al grupo en dos partes, en una están los activistas que forman parte del cuadrado físico que forma el cubo, y en otra los que hacen el outreach, y con esto



Maria Laura Franceschi - 2020.

se refieren a las conversaciones que mantienen con las personas que se acercan al cubo.

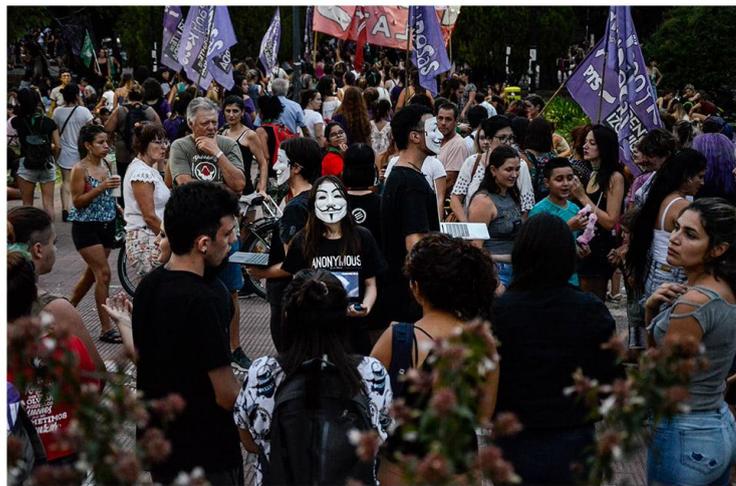
El “equipo cubo” es la parte no interactiva de la demostración: los activistas utilizan las famosas máscaras de

Anonymous y cada persona sostiene, o un cartel con la palabra “verdad”, o un dispositivo que reproduce videos gráficos de la explotación animal. Además, los voluntarios del cubo permanecen quietos y en silencio durante el tiempo que estén dentro de él: “Esto resulta en

una obra de arte paralizada que atrae a la gente. El público se aproxima para aprender la verdad sobre cómo los animales no humanos son esclavizados en manos de los humanos en todo el mundo” (Anonymous for the Voiceless, s.f.).

Por otro lado, el equipo que hace el outreach se involucra con el público, elaborando preguntas claves sobre el material visual. Según el movimiento, los videos que se muestran ayudan al público a simpatizar con el animal al mostrar la injusticia que viven. “Este equipo

fomenta que el público abra su mente y se cuestione sus comportamientos mostrando lo que fomentan con sus compras” (Anonymous for the Voiceless, s.f.). Sin embargo, antes de realizar el outreach,



Maria-Laura Franceschi - 2020.

les activistas deben informarse y leer guías que provee el mismo movimiento.

Como se mencionó, todos los activistas que forman parte del equipo cubo utilizan las máscaras de “anonymous” para cubrir sus rostros. Las mismas representan el conocido movimiento que se caracteriza por la lucha contra las injusticias que ocurren en el planeta.

“[la máscara] es un símbolo que unifica la lucha contra las fuerzas que todavía promueven la discriminación, corrupción, injusticia y opresión de cualquier forma en nuestra sociedad actual” (Anonymous for the Voiceless, s.f.). De ahí que se adoptan estas máscaras como un símbolo de lucha contra la explotación animal.

En 2016, cuando se establecieron las primeras acciones de AV en Australia, la elección de la máscara resultó obvia para Bashir y Alamdari, ya que la misma representa un movimiento global cuyos valores se alinean con los que los organizadores deseaban representar. “La

máscara es un símbolo de lucha contra la opresión, representa la lucha por la verdad y, al estar en contra de todas las formas de injusticia y discriminación, lucha contra el especismo también”.

“La función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación, esto es entrar en un proceso de calibración donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre él o los que emiten un mensaje y entre él o los que lo reciben”(De Lorenzo Salvador, 2014), de esta manera, las estrategias comunicacionales deben estar pensadas y elaboradas con una visión comunitaria, buscando compartir y construir con le otre desde una visión humana. Se observa, en primer lugar, que estas estrategias están pensadas para atraer al público a través de esta gran obra pública estática. Luego, una vez que el público se acerca, los videos crudos producen sensaciones en ellos. Inmediatamente, una activista entabla una conversación en la que buscará encontrar un acuerdo entre sus creencias y las de la otra persona, tal como menciona De Lorenzo Salvador. Una vez generado ese marco de referencias similares, que puede ser, por ejemplo, el dolor al ver el maltrato animal, le activista puede compartir más información. Pero, si lo contrario sucediera y no se originara esa referencia similar, le activista, al notar que la persona no simpatiza con la causa, lo deja ir, tal como lo estipula una de las reglas del outreach del movimiento: “No pierdas el tiempo con personas ignorantes o tercas”.



Maria-Laura Franceschi - 2020.



Maria-Laura Franceschi - 2020.

En cuanto a las reacciones de los transeúntes que se acercan a ver el activismo, las entrevistadas concordaron que, en general, las personas se impactan, horrorizan o reaccionan de mala manera ante los videos. La importancia de conocer estas reacciones radica en que se puede pensar y planificar una forma de outreach diferente para cada caso, es decir, cuando los activistas ven a una persona impactada saben que pueden acercarse porque quizás este interesada en la información que ellos pueden aportar, mientras que cuando alguien se ríe o reacciona violentamente, el acercamiento o es otro o directamente es nulo.

Estrategias complementarias

En redes sociales el activismo no cesa, el movimiento AV Australia cuenta con 325 mil seguidores en Instagram, mientras que el cubo de La Plata con 1035; a su vez, el movimiento cuenta con 662 capítulos a nivel mundial y está presente en todos los continentes.

Sin embargo el uso que se le da a las redes sociales del equipo a nivel local en La Plata e internacional en Australia es muy diferente. Mientras que en la dimensión local la cuenta de Instagram “@cubodelaverdad.lp” es utilizada principalmente para publicitar los cubos que se realizarán en la ciudad, la cuenta “@anonymousforthevoiceless”, con base en Australia, utiliza el espacio para compartir información sobre las industrias de explotación y el activismo.

En esta última se comparten videos de los creadores del movimiento hablando sobre tópicos relacionados al activismo principalmente, ya que es el bloque que funciona como “referente” para el resto de los capítulos del mundo. Es decir, este espacio es una fuente de información para los activistas de AV, allí se postean conversaciones de outreach y se muestran los principales argumentos que las personas utilizan en contra del veganismo y cómo refutarlos, razones para ser veganos, videos sobre problemáticas que interpelan a las

personas veganas ligadas a la carga moral y ética de ciertas prácticas, y demás. Inclusive, se comparten historias “positivas” sobre conversaciones que les activistas tienen en todo el mundo a través del outreach, donde se muestra principalmente a personas emocionadas al descubrir todo lo que viven los animales.

En la red social Facebook, el contenido que se comparte en la cuenta de AV “principal” es el mismo que en Instagram. Por su parte, el capítulo local de La Plata no cuenta con una página oficial, sino que comparten información y eventos a través de un grupo privado llamado “AV: La Plata, Argentina”.

Como es de esperar, la gama de colores que utiliza el movimiento en sus posteos es negro y blanco, de la misma manera que en el cubo de la verdad.

Por otro lado, la página web oficial del movimiento es utilizada para compartir información sobre el activismo. Allí se encuentran datos sobre su historia, los valores que intentan perpetuar, los motivos por los cuales luchan y las jornadas que realizan.

Público deseado

A partir de las estrategias y valores que plantea el equipo de activistas se puede armar una imagen del público que el movimiento desea tener.

En primer lugar, y a través de una de las reglas de estrategia de outreach, les activistas realizan una valoración muy importante sobre los valores e intereses que buscan en su público al afirmar que les activistas no deben perder el tiempo hablando con personas “ignorantes o tercas”. Por este lado, el público que busca el grupo es uno con el que se pueda hablar, que sea culto, informado y que, en cierta dimensión, comparta unos ciertos valores morales y éticos con respecto a la explotación animal. Les activistas no intentan investigar por qué algunas personas que se acercan al cubo son “cerradas”, o si deberían implementar otro tipo de estrategias para estas; al contrario, cuando una persona comienza

a plantear muchos interrogantes que dan cuenta de una contrapostura al veganismo, simplemente se la ignora.

Por lo tanto, se puede afirmar que AV busca un público atento que escuche a les activistas, que simpatice con los animales explotados y que, finalmente, se replantee sus hábitos.

Como se vio, el cubo con origen en Melbourne utiliza las conversaciones “negativas”, o donde una persona retruca mucho al movimiento, para postearlas en redes sociales y dar cuenta de que “no existen argumentos válidos en contra del veganismo”.

En segundo lugar y como la finalidad del movimiento lo explicita, se busca un público que esté abierto al cambio y que opte por el veganismo; pero incluso una vez dentro del colectivo vegano surgen valoraciones, como se vio en el capítulo anterior, sobre la imagen del “buen vegano”, por lo que el activismo pasa a ser condición esencial para que una persona vegana se piense como un buen vegano.

Con la frase “end human supremacy” o “terminemos con la supremacía humana” en su página web, el grupo se dirige a un público que piense o entienda a los animales no humanos como iguales y no inferiores, que es también uno de los valores principales del movimiento.

6.1.1 Efectividad de las estrategias para les activistas

Según AV, el Cubo de la Verdad es un activismo poderoso y efectivo: “Estar en el cubo usando la máscara y mirar las reacciones de la gente tiene un impacto emocional, al igual que participar directamente en el outreach. La simplicidad y efectividad de nuestras demostraciones convencieron con éxito a cientos de miles de personas de tomar la causa con seriedad” (Anonymous for the Voiceless, s.f.).

El movimiento cree que en el activismo callejero, hablar con la gente es la forma más poderosa de lograr un cambio de comportamientos: “A través de la conversación, la gente

aprende que no hay una manera humana de explotar y esclavizar un animal” (Anonymous for the Voiceless, s.f.). Al mismo tiempo, las preguntas que la gente hace en los cubos, generalmente argumentando a favor del consumo animal, son contestadas por les activistas, quienes entienden que no hay argumento que gane contra el veganismo y tienen respuestas estudiadas que, como se mencionó, son proporcionadas por el movimiento en formato audiovisual y gráfico.

La efectividad de cada estrategia

En primer lugar, y tal como lo plantea AV, el cubo de la verdad es una gran obra de arte estática, todo en él atrae al público: su forma cuadrada, la ropa oscura, la estaticidad, las máscaras, las pantallas. La gente ve este despliegue en lugares públicos y ante la curiosidad se acercan. Una vez ahí ven las crudas imágenes que generan sentimientos en ellos, siendo el más común el que les activistas quieren lograr: la sensibilidad.

Del porcentaje total de encuestados que afirmó haber visto videos de la industria animal, un 37,7% respondió que estos les hacen sentir mal. La segunda respuesta fue que les daba pena, con un 25%; en tercer lugar un 19,6% afirmaron que a pesar de que no les gusta que los animales sufran, los humanos deben alimentarse. El resto se dividió entre personas que no están interesadas y que vieron videos pero no tuvieron sentimientos al respecto, incluso un encuestado mencionó que lo tiene normalizado, así que de esta manera, como se sabe que en la industria alimentaria los animales mueren, no les sorprende que muestren videos de muertes.

En ese momento de sensibilidad, les activistas se acercan a hablar con el público para lograr hacerlos entender por qué la explotación de animales está mal. Esta estrategia es muy alabada por les activistas, que creen que hablar con la gente e informar es una de las formas de activismo más efectivas; incluso, el 63,1% de les encuestados aseguró haber investigado

sobre los maltratos que los animales sufren en la industria, por lo que denota un claro interés en la temática y que este activismo intenta resolver.

Asimismo, las máscaras son otro atractivo. A pesar de que en un principio representan la lucha contra la opresión y discriminación, cumple su función de atraer al público a que mire los videos.

En cuanto a les entrevistades, todes les activistas afirmaron que es el activismo más eficaz:

Entrevista 1- Creo que es uno de los activismos más eficaces, ya que expone la realidad y cuestiona a las personas y sus creencias.

Entrevista 2- Mucha gente se sensibiliza [...] Considero que es uno de los más eficaces . El mostrar el contenido audiovisual por medio de las pantallas y los activistas haciendo outreach ya de por sí aportan muchísimo a esta lucha, el llegar a personas por estos medios ya les permite el considerar esta postura a los especistas.

Entrevista 5- [...] me parece una estrategia bastante directa y sobre todo efectiva. En las charlas que tenemos con las personas que se acercan a mirar las llevamos a cuestionarse y despertar sobre el impacto que tienen sus hábitos en el resto de los seres vivos, por eso mantener siempre una postura abolicionista en las conversaciones me parece un buen tipo de activismo para la liberación animal. siempre después de cada cubo salen conversaciones positivas, así que sí es efectivo y aporta.

Entrevista 6- Pienso que es un gran aporte a la lucha, al tener contacto directo con las personas pueden armarse conversaciones muy positivas al respecto y además se muestra una realidad que no muchos conocen.

Entrevista 7- Creo que el cubo de la verdad es un activismo que ayuda mucho a informar, a mostrar la verdad, a conectar, le da una gran mano a la gente que quiere hacer el cambio ya que se los acompaña incluso luego de la charla dejándoles links que le van a servir de ayuda

por si deciden hacer el cambio. Creo que es súper directo, simple y eficaz. Son muchas las charlas positivas que se logran con este activismo.

Entrevista 8- El cubo fue el grupo que me abrió las puertas básicamente y me impulsaron a informarme en todos los aspectos que involucran al veganismo. Desde el primer día que presencié el cubo creí que era una forma bastante eficaz de hacer activismo porque muestran la realidad de las industrias tal como es y eso fue lo que me acerco a mi al veganismo, y confío que a mucha gente también lo va a hacer. Yo creo que el hecho de que activistas están ahí explicando los procesos y aclarando las dudas de la manera que lo hacen, ayuda a los no-veganos a tomar conciencia de una manera más efectiva y comprensiva.

La efectividad de este activismo se podía ver antes en otra estrategia ya no utilizada, pero que fue mencionada en las entrevistas 5, 6 y 7. Al final de cada cubo los organizadores junto a las voluntaries contaban las “conversaciones positivas”, esto es, las conversaciones en las que consideraban que la persona con la que hablaron entendió el mensaje y podría, en un futuro, elegir el veganismo. Esta estrategia le daba a los activistas esperanzas para continuar en el activismo, ya que cuanto más alto era el número, mayor eficacia. Sin embargo, dejaron de utilizarla argumentando que no eran números exactos y tampoco sabían si la persona había comprendido realmente el mensaje.

6.2. Estrategias comunicacionales de Animal Save Movement

Ante la pregunta “¿qué significan las vigiliass?”, les activistas entrevistades respondieron:

Entrevista 1- Significan mucho para mi. No es el mejor activismo porque encontrarte con las víctimas cara a cara que están a punto de entrar a su fin es horrible. Sin embargo, es uno de los activismos que más me da fuerzas y más me empuja a querer seguir luchando para que eso no pase más.

Entrevista 2- Darle el último adiós, acompañar, y activar por los animales no humanos por

redes sociales.

Entrevista 3- Un momento muy doloroso dónde estoy de luto.

Entrevista 5- Veo a las vigilias como un acercamiento directo a las víctimas del especismo, una forma de reforzar el por qué estamos luchando.

Entrevista 8- Es una forma de hacernos presentes ante esa injusticia y poder visibilizarla para que otros puedan ver a quienes está asesinando para consumir. Y aunque ya sepa el fin que van a tener esos animales los acompañamos.

A partir de estas citas, se puede decir que, a pesar de que el activismo de vigilias resulta muy doloroso, los activistas lo consideran necesario, eficaz y lo ven como una forma de no solo de acompañar a los animales en sus últimos momentos, sino como una oportunidad para difundir su realidad y reforzar los motivos por los cuales luchan por la causa.

Vigilias en mataderos

Animal Save Movement en La Plata realizaba vigilias mensuales con el objetivo de ser testigos de los hechos que viven los animales cada día y recaudar material para compartir en



redes con el objetivo de mostrar esa realidad, por lo que las principales estrategias son las vigilias en sí y, además, las redes sociales como un medio de difusión de su activismo.

En La Plata, las vigilias se materializaban durante un

domingo de cada mes, los activistas se reunían en el centro de la ciudad, en Plaza Moreno, y tomaban un micro hasta el Frigorífico Gorina, el principal exportador de carne vacuna del

país (Frigorífico Gorina, s.f.) ubicado en las afueras de la ciudad. Según informan en el sitio oficial de la empresa, Gorina tiene una capacidad de faena de 27.000 animales mensuales y asesinan 1400 animales diariamente.

Lo que busca este activismo es, en primer lugar, poder presenciar el momento en el que los camiones repletos de animales ingresan al matadero: al llegar estos al lugar, los activistas se colocan cerca de las puertas del establecimiento mientras sostienen carteles con diferentes frases de liberación animal e imágenes de la explotación. Allí recaudan material audiovisual y fotográfico, el cual es compartido a través de las redes sociales personales de los activistas, con el objetivo de visibilizar lo que está sucediendo en ese preciso momento a pocos kilómetros de la ciudad.

Según el movimiento, este activismo coloca a las personas que asisten a las vigilias frente a los animales y los hacen verlos como los individuos que son y no como los objetos o propiedades que ven las industrias.

Por otro lado, Save Movement asegura que es su deber informar al público sobre el sufrimiento animal. Inclusive, miles de animales son rescatados de los mataderos durante las vigilias en todo el planeta y, para lograr esto, algunos activistas negocian la liberación de animales que escapan de camiones o de las instalaciones con los trabajadores, al mismo tiempo que trabajan en red con santuarios para darles un hogar posteriormente.

Estrategias complementarias

En redes sociales, si bien la página de Animal Save La Plata fue eliminada, el perfil oficial del movimiento con base en Canadá cuenta con 199 mil seguidores en Instagram y el de Argentina con 47 mil. En estos perfiles se comparte información a diario sobre lo que viven los animales en la industria que los explota, así como también imágenes crudas y explícitas que generalmente son bloqueadas para que la gente escoja si quiere o no verlas.

Al igual que el capítulo de AV local, el Instagram de AS La Plata solía utilizarse con fines



publicitarios, compartiendo en este espacio información sobre las vigiliyas que se realizarían en la ciudad y cómo asistir a ellas.

De la misma manera, el instagram “@thesavemovement”, con base en Toronto, Canadá, utiliza esta red social para compartir información sobre veganismo y el activismo en general.

Como agregado, publicitan otras

acciones que el movimiento lleva a cabo, como firma de peticiones sobre cuestiones vinculadas al maltrato animal, comparten contenido informativo sobre las industrias de explotación animal, noticias y documentales.

En el mismo espacio se utiliza la imagen de algunos famosos veganos para publicitar el movimiento. El actor Joaquin Phoenix está vinculado con el movimiento, asiste a vigiliyas y ha participado en el rescate de animales, por lo que su imagen es muy recurrente en la cuenta,

ya que es entendible que su fama

internacional atrae gente al

movimiento.

De la misma manera se utiliza la imagen

de la activista Regan Russell, quien

murió durante una manifestación luego

de ser atropellada por un camión que



transportaba animales; el movimiento incluso lanzó un documental sobre su muerte titulado “There was a killing” (Hubo un Asesinato). Además se han organizado numerosas vigiliias por la memoria de Regan, todo esto con el objetivo de concientizar tanto a les activistas como al público en general no solamente sobre lo que viven los animales, sino a los peligros a los que se enfrentan les activistas.

En la red social Facebook el movimiento se dedica a compartir principalmente información sobre las industrias de explotación animal. Se publican videos explícitos que generalmente son acompañados por largos textos con información exacta y datos concretos.

De la misma forma, su página web es utilizada principalmente para compartir información sobre el activismo en sí y los motivos por el cual existe. Como complemento, publicitan vigiliias y otros tipos de manifestaciones, marchas y acciones que realizan en el cotidiano.

La gama cromática de AS es negro, blanco y naranja y en su logo está plasmada la imagen de la mirada de un animal.

Público deseado

A diferencia de AV, si bien el movimiento AS niega ser bienestarista, se debe admitir que en su discurso y sus acciones no lo mantiene (lo que causó que AS La Plata se disolviera), por lo que su público deseado es más amplio que el de sus compañeros activistas.

Las similitudes entre los dos grupos es que se dirigen a un público local que piense a los animales como seres sintientes y empatice con su dolor. Que se informe y opte por el veganismo como estilo de vida y que, posteriormente, se conviertan en activistas. Sin embargo, AS, al realizar acciones junto a grupos activistas de otras luchas, las cuales no siempre tienen que ver con la liberación animal, se dirige a un público más amplio que empatice no solo con el sufrimiento animal, sino que con problemáticas sociales en general.

A diferencia de AV, el público de AS se encuentra principalmente en redes sociales y es abordado por los activistas a través de sus posteos. Por este motivo, y como se vio en el capítulo IV, el movimiento posee una serie de reglas para el abordaje del público en redes sociales.

A través de videos explícitos de violencia hacia los animales, los activistas buscan que el público platense se sienta interpelado, y sobre todo hacer notar que el maltrato en las industrias no solo sucede en otros países, sino que está en la misma ciudad.

De esta manera, los activistas se dirigen a un público local -dejando de lado, por supuesto, al capítulo fundante, que se dirige a un público internacional de activistas- que empatice con esta lucha y que esté dispuesto a luchar por la liberación animal y difundir el mensaje.

6.2.1 Efectividad del activismo para los activistas

Lo primero a mencionar al tratar la efectividad del activismo que realiza este movimiento es el hecho de que los activistas de La Plata y alrededores decidieron, como se mencionó en apartados y capítulos anteriores, desligarse de Animal Save Movement, pero no de la estrategia de las vigilias.

Y es que a pesar de que el movimiento se describe a sí mismo como “una organización vegana, antiespecista y centrada en los animales que se opone a cualquier forma de opresión”, se entiende que, si bien cumplen con lo que dicen, existe una gran contradicción entre estos dichos, y también con sus acciones, lo que causó que los activistas dejen de representar y formar parte del movimiento.

Esta estrategia de estar contra todas las formas de opresión pero a su vez poner el foco en los animales dio como resultado el quiebre del grupo de La Plata, quienes se indignaron al ver una campaña a favor de mejoras laborales para trabajadores de mataderos, algo que,

ciertamente, es una forma de opresión humana, pero que no se condice con el activismo abolicionista que solo lucha por la liberación animal.

Al mismo tiempo que el movimiento lucha para que dejen de existir los mataderos en el mundo, organizan jornadas para que las personas a las cuales les pagan para asesinar a los animales que defienden, trabajen en mejores condiciones. Esta estrategia comunicacional carece de claridad y produce enfrentamientos entre los activistas, quienes sienten que es una burla hacia los animales y quienes, por cierto, presencian la violencia que ejercen los trabajadores del frigorífico

sobre ellos en cada vigilia. Por su parte, todes les activistas entrevistades confirmaron que si bien los trabajadores del lugar no les hablan, tienden a reírse y tomarles fotografías; y cuando se les consultó sobre



situaciones de violencia hacia los animales en Gorina, respondieron:

Entrevista 1- El trato es nefasto. Los animales vienen de un viaje que puede ser de horas hasta días sin comer, beber agua, sin la posibilidad de echarse a descansar, expuestos al ruido del tráfico, a la lluvia, calor, etc. En una vigilia vimos como un camionero comenzó a picanear a una vaca porque esta se había echado a descansar.

Entrevista 2- Vi situaciones de violencia hacia los animales, por ejemplo al sacarlos de los camiones muchas veces les pegan.

Entrevista 5- Desde afuera no podemos ver todo el sufrimiento que les infligen a los animales, pero sí he visto algunas situaciones de maltrato, como por ejemplo el uso de

picana para que se mantengan en pie, o mojarlas antes de bajar del camión o el simple hecho de estar horas bajo el sol esperando a entrar al matadero sin comer ni beber nada. También hubo una situación particular que me acuerdo sobre una vaca que estaba desplomada por el cansancio en la puerta de la sala donde las degollan y parecía muerta, y la mojaron con una manguera como si nada y del tobillo la engancharon a unas cadenas y la arrastraron para ser colgada y que la maten, eso me pareció horrendo.

Entrevista 7- El trato es horrible, estemos o no allí [...] Todo lo que rodea a este lugar es miedo, golpes, gritos y muerte. Incluso sangre, literal, charcos de sangre de caños rotos que pertenecen al lugar.

Si algo comparten los activistas entrevistados en este trabajo, es que creen firmemente que el activismo vegano-antiespecista debe ser única y exclusivamente para la liberación animal y, por lo tanto, las actividades que se planteen y realicen desde estos grupos debe ser con este fin.

La estrategia de las vigiliadas, aunque dolorosa, resulta efectiva para les activistas. Inclusive, el mismo movimiento asegura: “Todos tenemos el deber de ser testigos. Por más doloroso que parezca unirse a las vigiliadas, es poderoso si se hace en grupo” (The Save Movement, s.f.). Por su parte, les entrevistades coincidieron en que este tipo de activismo les genera tristeza, enojo e impotencia.

Entrevista 1- En todas me siento triste por lo que veo y con mucha bronca por no poder hacer nada para pararlo.

Entrevista 2- La primera vez que fui para mi fue algo súper duro de ver. Siempre que voy siento mucha impotencia al ver entrar los camiones llenos y no poder hacer nada.

Entrevista 3-La primera vez que fui vi una vaca con un ojo afuera lo que me impresionó muchísimo, lloré como en todas. Siempre es duro ver cómo llegan, cómo se les cae una

lágrima, sus heridas, verlas entrar y saber que no vuelven a salir.

Entrevista 5- Es triste ser testigos de la realidad que padecen y no disfruto para nada ir pero es importante estar y difundir para que llegue a otras personas.

Entonces, ¿por qué realizan las vigilias a pesar de que afirman que no les gusta presenciarlas? La respuesta: ven resultados positivos. Según afirma el movimiento en su sitio web, las personas que asisten a las vigilias aumentan su compromiso con el activismo por los animales e, incluso, quienes van aún consumiendo animales o derivados, se hacen veganes.

“Cuando somos testigos vemos que los animales son individuos como nosotros. Nuestros compañeros, los animales en los camiones, son iguales a nosotros en su capacidad de sentir dolor, miedo, ansiedad, amor y la forma en que valoran su familia y amistades. En las vigilias vemos, desde su perspectiva, la dura realidad del dolor, sufrimiento y la traición e injusticia provocada a estos seres inocentes” (The Save Movement, s.f.).

En cuanto a los beneficios del activismo, les entrevistades destacaron que la difusión en redes sociales es muy eficaz, que todes han recibido consultas de interés sobre la lucha y que, además, muchos de sus conocidos se han vuelto veganes desde que comenzaron a compartir su activismo en las redes. Inclusive, afirmaron que este tipo de activismo les ayuda reforzar los motivos por los que empezaron a luchar en primer lugar. Cuando se les consultó sobre los aspectos positivos y la eficacia del activismo, respondieron:

Entrevista 1- Positivos pueden ser recolectar nuevo material para poder difundir, llevar nuevas personas para que conecten con los animales y poder reunir nuevas fuerzas para estar siempre motivados y no olvidarnos de por quiénes luchamos.

Entrevista 2- Algunos amigos cambiaron sus hábitos pero no por completo. Creo que una persona con los medios y la información suficiente, si realmente esta interesado, cambia y esto es algo que depende muchísimo de uno mismo. De cierta forma, motiva el seguir

activando.

Entrevista 5- A algunas personas allegadas les genera más empatía ver algo que filmé yo misma ya que no es un video ni de otro país ni nada, si no que es algo que está cerca nuestro y que lo vi yo.

Entrevista 6- Con las vigilias realmente termine de entender lo que era la explotación animal, verlo en persona fue muy fuerte y con eso supe que nunca más volvería a financiar tales injusticias.

Entrevista 7- Lo positivo de este activismo es la respuesta de la gente, los mensajes en redes sociales de la gente que te dice que ver esas imágenes les ayudó a hacer el click, de hecho mi mamá dejó de consumir carne cuando yo empecé a ir a las vigilias.

Entrevista 8- Creo que todo tipo de difusión sirve por que es un movimiento del que no se suele hablar mucho (o por lo menos en mi círculo) y por ejemplo el hecho de que yo y mi amigo difundimos el mensaje interesó a 4 personas de nuestro círculo de amistad hasta el punto de que ya son veganas. También nos preguntaron mucho y generamos debates en ambientes que nunca hubiésemos imaginado como el colegio.

Por último, a pesar de que esto no es mencionado en las citas, en el trabajo de campo algunos activistas comentaron en repetidas ocasiones que luego de que empezaron a realizar vigilias en Gorina, la empresa realizó modificaciones estructurales que favorecieron, de cierto modo, los últimos momentos de los animales, como la construcción de un techo para los terneros que son obligados a esperar días a la intemperie para ser faenados.

7. Consideraciones Finales

Lo expuesto a lo largo del trabajo permite concluir que las estrategias comunicacionales utilizadas en el activismo de ambos movimientos resultan eficaces y necesarias para los activistas. Por lo tanto, en sintonía con lo expuesto por los actores, el activismo que estos dos movimientos plantean recibe no solo una respuesta positiva de parte del público, sino que también genera un reconocimiento para el movimiento de liberación animal y el veganismo.

Sin embargo, en las encuestas y citas de los entrevistados se da cuenta de que la estrategia de mostrar imágenes o videos explícitos de violencia y maltrato animal, algo que llevan a cabo ambos movimientos, solo funciona para una porción de la población pero no para todos, ya que muchas personas, a pesar de conocer lo que sucede en las industrias, prefieren no visualizarlo.

De esta manera, y entendiendo a las consideraciones finales como un camino abierto, se concluye:

1. A partir de la interpretación de las representaciones interpersonales que los grupos tienen sobre el tipo de activismo que realizan y las causas que lo mueven, se nota un discurso homogéneo. Los activistas coinciden en que, tanto el activismo que consideran eficaz como el que realizan, están en sintonía. Además, la causa que les mueve es la liberación animal, por lo tanto, practican un activismo abolicionista enfocado en los animales.
2. Mediante la indagación de las representaciones sociales sobre los hábitos relacionados con el consumo y el no consumo de animales se concluye que los discursos de activistas veganes y carnistas son contrarios. A pesar de que las encuestas dan cuenta de un entendimiento del discurso de los veganes por parte de los carnistas, la mayoría de estos

coinciden en que a pesar de que ven el consumo y explotación animal como algo negativo, resulta necesario para la supervivencia humana, al mismo tiempo que se aferran al consumo como algo culturalmente establecido y, por ende, difícil de cortar.

3. En la misma línea que el punto anterior, al contraponer las representaciones de los activistas con las de la sociedad en la que viven se ve un acuerdo sobre la importancia del activismo. Tanto el grupo A como el B coincidieron en que el activismo por la liberación animal, así como cualquier otro activismo, resulta necesario para lograr los objetivos del colectivo.

En síntesis, en el presente trabajo se exponen las estrategias comunicacionales utilizadas en su activismo por los dos grupos antiespecistas platenses: Anonymous for the Voiceless y La Plata Animal Save, durante el año 2020; así como también la valoración que los miembros hacen sobre las mismas.

Por otro lado, resulta necesario mencionar que la recolección de datos de este trabajo se realizó durante los meses de junio y julio del año 2020, cuando Argentina, y el mundo, se encontraban en una difícil situación por la pandemia de Covid-19, por lo que las entrevistas y encuestas, que en un principio se plantearon para la presencialidad, debieron ser volcadas a lo virtual. Esto tiene tanto un lado positivo, los entrevistados tuvieron más tiempo y predisposición del que se estipulaba en condiciones “normales”; y negativas, en la virtualidad se perdieron aspectos que solo se dan en las entrevistas presenciales y que podían, de muchas maneras, enriquecer el trabajo.

Por último, se considera que el análisis tanto de las estrategias comunicacionales como de las representaciones sociales en estos movimientos son categorías que tienen un gran potencial para estudios futuros. De este modo, deberá investigarse más para determinar, por ejemplo, de qué modo inciden las estrategias comunicacionales del activismo en las

personas carnistas; cómo se podrían modificar estas estrategias para lograr llegar a un público que les activistas consideran más negado a la temática; de qué manera se podría mejorar la relación entre les activistas para lograr un mejor entendimiento de posturas y, finalmente, un activismo más fuerte; y demás cuestiones sobre las que se deberá ahondar en este tema que posee muchos interrogantes por resolver y aspectos por descubrir.

Recursos bibliográficos

1. Anonymous for the Voiceless. (s.f.-a). *The cube of truth*.
<https://www.anonymousforthevoiceless.org/what-is-a-cube-of-truth>
2. Anonymous for the Voiceless. (s.f.-b). *The mask*.
<https://www.anonymousforthevoiceless.org/why-the-mask>
3. Anonymous for the Voiceless. (s.f.-c). *Who we are*.
<https://www.anonymousforthevoiceless.org/about-us>
4. Anonymous for the Voiceless. (s.f.-d). *Cube etiquette*.
<https://www.anonymousforthevoiceless.org/cube-etiquette>
5. A.V. 2018, 2 junio. Anonymous for the Voiceless en Basilea [Fotografía]. Facebook.
<https://www.facebook.com/anonymousforthevoiceless/photos/pcb.1744500965572126/1744499835572239/>
6. Ávila-Fuenmayor, F. 2006. *El concepto de poder en Michel Foucault*. Telos, 8(2),215-234.[fecha de Consulta 27 de Febrero de 2021]. ISSN: 1317-0570. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=993/99318557005>
7. Carrera Aizpitarte, L.; Anzoátegui, M.; Domínguez, A. 2016. "Inserte 'Animal' donde dice 'Mujer' y viceversa: analogías entre la dominación sobre las mujeres y la dominación sobre los animales en el sistema capitalista heteropatriarcal".
8. Cross, L.J. 1955. "The Vegan Story". *The Vegan: Journal of the Vegan Society*. (volume 9 number 7 pages 16-20). Printed by H.H Greaves Ltd. 106/110 Lordship Lane, East Ludwich, London.
9. Dave A.; Cuello M.; Flores A. 2010, 22 de Abril. Descotidianizar: Extrañamiento y conciencia práctica, un ensayo sobre la perspectiva antropológica. En <http://investigacion-educ-cerp.blogspot.com/>
10. De Lorenzo Salvador, M. 2014. "Comunicación Estratégica VS. Estrategia de la Comunicación: Las dos caras de una misma moneda". Universidad Rey Juan Carlos.
11. Díaz, D. 2019, 21 septiembre. *The Vegan News* (Donald Watson, noviembre 1944). Respuestas Veganas.
<https://respuestasveganass.org/the-vegan-news-donald-watson-veganismo/>

12. explotación. (n.d.) Gran Diccionario de la Lengua Española. (2016). Retrieved February 27 2021 from <https://es.thefreedictionary.com/explotaci%c3%b3n>
13. Franceschi, M. L. (2020). Anonymous for the Voiceless La Plata [Fotografía]. Facebook.
<https://www.facebook.com/photo?fbid=10158950988034793&set=pcb.1257462461314577>
14. Franceschi, M. L. (2020b). Anonymous for the Voiceless La Plata [Fotografía]. Facebook.
<https://www.facebook.com/photo?fbid=10158950986939793&set=pcb.1257462461314577>
15. Franceschi, M. L. (2020c). Anonymous for the Voiceless La Plata [Fotografía]. Facebook.
<https://www.facebook.com/photo?fbid=10158950985474793&set=pcb.1257462461314577>
16. Franceschi, M. L. (2020d). Anonymous for the Voiceless La Plata [Fotografía]. Facebook.
<https://www.facebook.com/photo?fbid=10158950986674793&set=pcb.1257462461314577>
17. Frigorífico Gorina. (s.f.-a). *Historia*. <https://www.friggorina.com/>
18. Frigorífico Gorina. (s.f.-b). *Gorina en números*. <https://www.friggorina.com/>
19. Galera, A. L. 2015, 13 septiembre. *¿Qué es la explotación animal? ¿Por qué es inmoral? ¡Derechos Animales ya!*
<https://derechosanimalesya.org/que-es-la-explotacion-animal-por-que-es-inmoral/>
20. Hleap Borrero, J. 1998. "Sistematizando experiencias educativas", ponencia presentada en el Seminario Latinoamericano: "Sistematización de prácticas de animación socio-cultural y participación ciudadana", Medellín, Fundación Universitaria Luis Amigó/CEAAL, 12-14 de agosto de 1998, en:
<http://www.cepalforja.org/sistem/bvirtual/?p=659> (consulta: 13 de marzo de 2021).
21. Joaquin Phoenix en Animal Save. (s. f.). [Fotografía]. The Save Movement.
<https://thesavemovement.org/>

22. Jodelet, D. "La representación social: fenómenos, concepto y teorías. En Serge Moscovici" (compilador). Psicología Social II. Barcelona: Paidós 1984.
23. Joy, M. 2009. "Why we love dogs, eat pigs and wear cows".
24. Krajnc (s.f.). *About us*. Animal Save Movement-Our Beginnings.
25. Leyton Donoso, F. 2014. Bioética frente a los derechos animales: tensión en las fronteras de la filosofía moral. Universitat de Barcelona Facultat de Filosofia.
26. Lorente Rivera, C.J. 2020. *Movimientos y activismo por los derechos animales*. <https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-animales/movimientos-y-activismo-por-los-derechos-animales/>
27. Low, Philip et al. 2012. The Cambridge Declaration on Consciousness Públicamente proclamada en Cambridge, Reino Unido, el 7 de julio de 2012, en la Francis Crick Memorial Conference on Consciousness in Human and non-Human Animals. Escrito por Philip Low y editado por Jaak Panksepp, Diana Reiss, David Edelman, Bruno Van Swinderen, Philip Low y Christof Koch. University of Cambridge.
28. Maingueneau, D. 1990. *Pragmatique pour le discours littéraire*. Paris, Bordas.
29. Moscovici, S. 1961. "El psicoanálisis, su imagen y su público". Buenos Aires: Huemul, 1979.
30. Navarro, A. 2012. Claves para reflexionar en clave de identidad/es en torno a las categorías especismo/antiespecismo. *Question/Cuestión*, 1(35), 42-55. Recuperado a partir de <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1555>
31. Navarro, A. 2016. "Representaciones e identidades del discurso especista: el caso de la carne vacuna y sus derivados en la Argentina (2000 - 2012)".
32. Nejamkin, P. 2014, 23 abril. El dolor en los animales | UNICEN. <https://www.unicen.edu.ar/>. <https://www.unicen.edu.ar/content/el-dolor-en-los-animales#:~:text=A%20diferencia%20de%20los%20seres,dolor%20y%20cu%C3%A1nto%20lo%20sufren>
33. Ochoa, C. 29 de Mayo de 2015. Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia. España: Netquest. Recuperado de <https://www.netquest.com/>
34. Pérez Cordón, C. 2008. *Un sencillo acercamiento a la pragmática*. redELE: Revista Electrónica de Didáctica ELE, 14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2801130>

35. Rincón Mora, N. L. 2019. "La consideración hacia los animales no humanos: un recorrido por el activismo antiespecista en Bogotá". Facultad de Ciencias Sociales Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
36. Rodriguez, M [manuevegano]. 2020. "La Plata Animal Save no existe más porque nunca vamos a traicionar a nuestros hermanos no humanos haciendo una vigilia por sus asesinos. Las vigilias van a seguir de forma independiente". [Historia de Instagram]. Recuperado de URL del recurso.
<https://instagram.com/manuevegano?igshid=r41uix85blv6>
37. Televisión Pública. 2018, 30 mayo. *¿Qué es la verdad?* - Todo tiene un porqué [Vídeo]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=DCxry5TPO1U&ab_channel=Televisi%C3%B3nP%C3%ABlica
38. The Save Movement. (s.f.-a). *About us*. <https://thesavemovement.org/about/>
39. The Save Movement. (s.f.-b). *Learn more*.
<https://thesavemovement.org/animal-save-movement/>
40. Universidad Nacional de San Luis ,Facultad de Cs. Humanas. Revista Electrónica de Psicología Política- Año 6 - Número 16 - Publicación cuatrimestral. Anotaciones sobre identidad y "otredad"- Mabel Inés Falcón. <http://www.psicopol.unsl.edu.ar/>
41. Vasilachis de Gialdino, I.; Capón Filas, R.; Neffa, J. C. 2013. "Riesgos del trabajo: Prevención y nueva ley". Ceil, Conicet
42. Vegan. (1986). En *Oxford English Dictionary*. Oxford English Dictionary Supplement IV.