

# Compasión y especismo

Núria Almiron  
Estela M. Díaz  
(eds.)



PROYECTO FINANCIADO POR:



MINISTERIO  
DE CIENCIA, INNOVACIÓN  
Y UNIVERSIDADES



AGENCIA  
ESTATAL DE  
INVESTIGACIÓN



# **Compasión y especismo**

## **Grupos de presión, discurso y lobby del complejo industrial animal en España**

NÚRIA ALMIRON  
ESTELA M. DÍAZ  
(EDS.)

Proyecto PID2020-118926RB-100 financiado por:



No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Dirijase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 917021970/932720407

Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial  
Para mayor información, véase [www.dykinson.com/quienes\\_somos](http://www.dykinson.com/quienes_somos)

©Copyright by los autores  
Madrid, 2025

Editorial DYKINSON, S.L.  
Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid  
Teléfono (+34) 915442846 - (+34) 915442869  
e-mail: [info@dykinson.com](mailto:info@dykinson.com)  
<http://www.dykinson.es>  
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 979-13-7006-649-9  
DOI: <https://doi.org/10.14679/4380>

*Preimpresión:*  
*New Garamond Diseño y Maquetación, S.L.*

# ÍNDICE

**Notas biográficas ..... 7**

**Introducción ..... 9**

*Núria Almiron y Estela M. Díaz*

## PRESENTACIÓN

**Capítulo 1. Lobby del sufrimiento: Relaciones públicas al servicio de la explotación animal ..... 27**

*Núria Almiron*

**Capítulo 2. Intereses en coalición: El mapa del complejo industrial animal español..... 43**

*Laura Fernández y Núria Almiron*

## DISCURSOS

**Capítulo 3. ¿Héroes altruistas? La instrumentalización de la compasión en el discurso de la experimentación animal..... 69**

*Núria Almiron y Laura Fernández*

**Capítulo 4. Silencios, amplificaciones y distorsiones: la retórica del lobby en defensa de la carne ..... 87**

*Amparo Merino, Estela M. Díaz y Antonio Nuñez*

**Capítulo 5. *El devoto, el desorientado y el delirante: imaginarios discursivos  
construidos por el lobby cárnico sobre la ciudadanía* ..... 101**

*Estela M. Díaz, Antonio Núñez y Amparo Merino*

**Capítulo 6. *¿Zoo moderno? El marketing de la compasión de la industria  
de zoológicos y acuarios*..... 121**

*Olatz Aranceta-Reboredo y Laura Fernández*

COALICIONES DISCURSIVAS

**Capítulo 7: *Intersecciones discursivas: androcentrismo, especismo y  
capitalismo* ..... 143**

*Laura Fernández, Núria Almiron, Estela M. Díaz y Olatz Aranceta-Reboredo*

**Capítulo 8. *Marcar la agenda mediática: aportaciones desde el estudio  
de las coaliciones discursivas en prensa española sobre tres industrias  
basadas en animales* ..... 163**

*Jose A. Moreno*

**Capítulo 9. *Antianimalismo: un estudio exploratorio de lobbies y discursos  
reaccionarios en el contexto español*..... 181**

*Olatz Aranceta-Reboredo*

REFLEXIONES FINALES

**Capítulo 10. *Entrevista: “Defender a los animales no es defender causas  
perdidas”* ..... 203**

*Estela M. Díaz y Núria Almiron*

**A modo de cierre: *poder, responsabilidad y compasión* ..... 217**

*Estela M. Díaz*

## NOTAS BIOGRÁFICAS

**Núria Almiron** (Universitat Pompeu Fabra). Catedrática de ética y economía de la comunicación en el departamento de comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Co-directora del UPF-Centre for Animal Ethics (UPF-CAE) y coordinadora del proyecto de investigación COMPASS (Lobby y Compasión. Grupos de interés, discurso y animales no humanos en España).

**Olatz Aranceta-Reboredo** (Universitat Pompeu Fabra). Project manager de COMPASS, con un contrato predoctoral FPI en el departamento de comunicación de la UPF. Olatz es miembro del grupo de investigación UNIC-CritiCC y del comité científico del UPF-Centre for Animal Ethics (UPF-CAE). Sus áreas de interés incluyen los estudios críticos animales, los grupos de interés y la representación de animales no humanos en los medios.

**Estela M. Díaz** (Universidad Pontificia Comillas). Profesora e investigadora senior en el Departamento de Gestión Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas. Coordina el grupo de investigación ANIMA: Estudios Críticos Multiespecies, es miembro del consejo asesor del UPF-Centre for Animal Ethics (UPF-CAE) y forma parte del equipo investigador del proyecto COMPASS.

**Laura Fernández** (Universitat de Barcelona). Investigadora postdoctoral Juan de la Cierva (FJC2021-04681-I) en el departamento de biblioteconomía, documentación y comunicación audiovisual de la Universitat de Barcelona (UB), miembro del Centre de Recerca en Informació, Comunicació i Cultura (CRICC). Forma parte del consejo científico del UPF-Centre for Animal Ethics (UPF-CAE) y es investigadora en el proyecto COMPASS.

**Amparo Merino** (Universidad Pontificia Comillas). Profesora e investigadora en el Departamento de Gestión Empresarial y el Programa de Doctorado de la Universidad Pontificia Comillas. Miembro de los grupos de investigación E-SOST (Sostenibilidad, Economía y Empresa) y ANIMA: Estudios Críticos Multiespecies. Forma parte del equipo investigador del proyecto COMPASS.

**Jose A. Moreno** (Universidad de Extremadura). Docente en el Departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura. Doctor en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra. Investigador en comunicación medioambiental y en estudios críticos animales, con énfasis en los grupos de interés. Investigador en el proyecto COMPASS.

**Antonio Núñez** (Universidad Pontificia Comillas). Doctor en Psicología, con especialización en Psicología Clínica, Industrial y Educativa. Profesor y director del Departamento de Gestión Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas, con experiencia investigadora en las áreas de comunicación y sostenibilidad. Forma parte del equipo investigador en el proyecto COMPASS.

# INTRODUCCIÓN

Núria Almiron y Estela M. Díaz

En España, decenas de miles de animales viven encerrados permanentemente en zoos y parques acuáticos, más de un millón de animales fueron utilizados en experimentación en 2022 y, literalmente, cientos de millones son criados y matados cada año para consumo humano (incluidos más de 700 millones de pollos solo en 2023). Por más avances en la regulación del bienestar animal que se hayan producido en los últimos años, lo cierto es que seguimos enfrentándonos a una escala industrial de confinamiento, manipulación, violencia y muerte que afecta a una inmensa diversidad de animales no humanos.<sup>1</sup> Esta violencia, profundamente normalizada, se justifica aún hoy con argumentos que la presentan como inevitable o natural. Lejos de ser una excepción o una necesidad, lo que esto revela es un sistema estructural de explotación, sostenido por instituciones, prácticas cotidianas y discursos que ocultan e invisibilizan el sufrimiento de quienes no pertenecen a nuestra especie.

Considerar la explotación animal como algo inevitable y natural es, no obstante, una construcción social. Las razones por las que adoptamos determinadas narrativas sobre el trato y el uso de los animales no humanos son múltiples y complejas, y están influidas tanto por la cultura heredada como por los hábitos y experiencias personales. La educación, las tradiciones familiares, las creencias religiosas y la ideología dominante moldean profundamente nuestra percepción sobre los animales. Todo ello, además, se ve fuertemente condicionado por las narrativas promovidas por las industrias que los explotan. Como es lógico, esta cultura empresarial también se ve influida, a su vez, por el contexto social en el que se inscribe.

A pesar de esta multiplicidad de razones, no puede negarse que la actividad económica constituye una motivación especialmente poderosa para perpetuar la justificación de la explotación animal. Toda industria construye un discurso para

---

<sup>1</sup> Este libro adopta una postura ética no especista, que rechaza el uso del término *animal* como categoría opuesta o inferior a la de *humano*, y reconoce que los seres humanos también somos animales. No obstante, en aras de la concisión, en esta introducción —y en el resto del volumen— se utilizan de forma intercambiable los términos *animales* y *animales no humanos* para referirse a los individuos de especies distintas de la humana.

presentar sus productos como beneficiosos y necesarios, minimizando o directamente ocultando los problemas asociados a su producción. En el caso de las industrias que explotan animales, los problemas son diversos —medioambientales, sociales y sanitarios— pero el más relevante es, sin duda, de naturaleza ética, pues implica la instrumentalización de los cuerpos y las vidas de seres vivos, reduciéndolos a meros recursos en función de intereses económicos y comerciales. La industria es plenamente consciente de este conflicto ético y actúa como una generadora activa de discursos destinados a justificar y sostener su modelo de negocio y sus actividades.

A pesar de lo que pueda parecer, la industria con intereses económicos en la explotación animal no construye su narrativa únicamente a través de la publicidad de sus productos. Su estrategia más eficaz se despliega, en realidad, a través de las relaciones públicas. Estas operan, además, en múltiples ámbitos, influyendo directamente en la política, los medios de comunicación y la formación de la opinión pública. Lo hacen mediante las relaciones institucionales, es decir, el ejercicio de presión o lobby clásico, así como a través de una multitud de tácticas de influencia. Sin embargo, las relaciones públicas de los lobbies de la explotación animal casi siempre operan con escasa transparencia, cuando no en total invisibilidad para el público.

Como mostramos en este libro, esta influencia discursiva encubierta de la industria ayuda a generar una percepción social de normalidad y aceptación, dificultando que el público cuestione la violencia estructural detrás de estas prácticas y anulando o atenuando la respuesta ético-compasiva natural de las personas —es decir, bloqueando la capacidad de reconocer el sufrimiento de los animales como algo moralmente problemático, así como la voluntad de reaccionar contra el mismo.

Pese a la notable capacidad de la industria para crear una narrativa favorable a sus intereses a través de las relaciones públicas, el estudio de esta influencia sigue siendo limitado debido al carácter opaco de buena parte de la comunicación persuasiva corporativa. En el caso del complejo industrial animal —el conjunto de industrias que hacen negocio a partir del uso de animales—, el análisis del discurso promovido por estas estrategias comunicativas ha sido prácticamente inexistente hasta hace bien poco. Este libro viene a cubrir ese vacío para el contexto español, ofreciendo un análisis detallado de los discursos de los principales grupos de interés de tres de las industrias más relevantes dentro del complejo industrial animal: las de la alimentación, experimentación y entretenimiento. En esta introducción presentamos el marco general de la investigación que sustenta este volumen, así como su estructura y contenidos.

## LA BRÚJULA MORAL DE LA COMPASIÓN

La discusión y reflexión que presentamos en este libro forma parte de los resultados del proyecto de investigación COMPASS (Lobby y compasión. Grupos de interés, discurso y animales no humanos en España).<sup>2</sup> Este proyecto ha estudiado cómo nuestra brújula moral interna —la compasión— puede verse obstaculizada en la sociedad moderna por la acción discursiva de un actor clave en las relaciones públicas: los grupos de interés (a partir de aquí también grupos de presión o lobbies). En nuestro caso, estos grupos representan los intereses de industrias cuyo modelo de negocio depende de la explotación de los animales para uso alimentario, entretenimiento y experimentación.

Abordar los grupos de interés que explotan a los animales no humanos desde el eje de la compasión ha sido un enfoque inexplorado hasta hoy. En realidad, el mismo concepto de compasión todavía es visto por ciertos sectores como controvertido. Durante más de dos milenios, la compasión ha tenido tanto defensores como detractores. Mientras que los primeros la han considerado un componente esencial de la vida ética, los segundos la han descalificado por considerarla irracional y una guía poco fiable para la acción. Desafortunadamente, sus detractores han ejercido una notable influencia en la retórica de los debates contemporáneos en las sociedades occidentales desde la antigua Grecia hasta la actualidad. No obstante, la compasión ha contado desde siempre con apoyos muy sólidos a su favor.

Martha Nussbaum es quien ha desarrollado lo que probablemente es, hasta la fecha, el argumento más convincente en la filosofía occidental contra la idea de que la compasión es una emoción irracional. Partiendo y actualizando la ética aristotélica, Nussbaum sostiene que las emociones nos ayudan a diferenciar aquello que es valioso e importante de lo que no lo es y que, por tanto, están impregnadas de inteligencia y discernimiento (1996, 2001). La compasión es, según esta visión, una emoción que surge cuando percibimos que una situación tiene un peso significativo para el bienestar o el desarrollo de la persona afectada. Esto resulta bastante evidente de forma intuitiva: no sentimos compasión por alguien que pierde algo insignificante, como un cepillo de dientes o un bolígrafo. En cambio, sí desarrollamos compasión cuando valoramos emocionalmente que lo que está en juego es algo verdaderamente relevante y serio (Nussbaum, 2001, 316).

---

<sup>2</sup> COMPASS (2021-2025) es un proyecto en el marco de los programas estatales de generación de conocimiento y fortalecimiento científico y tecnológico del sistema de I+D+I y de I+D+I orientada a los retos de la sociedad del Ministerio de Ciencia e Innovación, financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el European Regional Development Fund (ERDF) (MICIU/AEI/10.13039/501100011033 - Referencia PID2020-118926RB-I00).

Desde esta perspectiva, la compasión no basta por sí sola, pero constituye una condición necesaria para que la ciudadanía distinga entre conductas justas e injustas. Para Nussbaum, no puede haber una teoría ética sólida sin una comprensión rigurosa de la experiencia emocional y de su significado, en la que la compasión desempeña un papel muy relevante, al ser una de las emociones más estrechamente vinculadas a la dimensión moral.

La concepción de la compasión como brújula moral que propone Martha Nussbaum resulta especialmente iluminadora en el contexto occidental, históricamente marcado por una división binaria entre emoción y razón. En esta tradición, por un lado, las emociones han sido relegadas al ámbito de lo irracional, frente a una razón concebida como cualidad sólida, madura y deseable. No obstante, desde el siglo XIX, también dentro de esta tradición, surgieron corrientes que reivindicaron la emoción y lo irracional como respuesta crítica a la hegemonía de la razón.

En particular, el postmodernismo ha defendido la emoción frente a la razón desde la crítica a la racionalidad moderna ilustrada, cuestionando la supuesta objetividad y universalidad del conocimiento racional. Esta visión sostiene que las emociones son formas legítimas y auténticas de comprensión del mundo, resaltando su valor subjetivo, diverso, experiencial y contextual frente a una razón que percibe como fría, abstracta, patriarcal y opresiva. En este sentido, la emoción es valorada como una vía para recuperar las vivencias individuales o comunitarias marginadas por el discurso racional dominante. Sin embargo, del mismo modo que la razón ilustrada llevó a un absolutismo de la razón, ciertas lecturas postmodernas han acabado articulando un absolutismo de la emoción, en el que a veces no se diferencia entre emociones beneficiosas y perjudiciales.

Frente a estas posturas excluyentes, han surgido enfoques que buscan superar el binarismo razón/emoción sin reproducir nuevas dicotomías, entre ellos propuestas como la ética del cuidado y la ética de la virtud, que integran dimensiones racionales y emocionales de manera complementaria. Este es el caso de la propuesta de Martha Nussbaum, quien articula una visión integradora en la que razón y emoción no se oponen, sino que se enriquecen mutuamente. En concreto, la autora sostiene que ciertas emociones —como la compasión, el amor, la gratitud o la indignación justa— no son estados irracionales, sino formas de juicio valorativo sobre lo que consideramos esencial para nuestro bienestar.

Nussbaum ha sido una de las pensadoras contemporáneas que más profundamente ha desarrollado esta concepción de la compasión como brújula moral, pero no la única. Antes que ella, Arthur Schopenhauer ([1841] 1995) ya había basado toda su teoría moral en la compasión, al entender que toda acción ética auténtica sólo puede surgir del reconocimiento directo del sufrimiento ajeno; la compasión se

constituye pues en el núcleo y el único fundamento legítimo de la moralidad. Más recientemente, el filósofo sueco Ingmar Persson (2021) ha hecho una revisión de las ideas de Schopenhauer con respecto a este rol central de la compasión en la moralidad mientras que diversas autoras feministas han abundado en la necesidad de considerar el papel de las emociones, y muy especialmente de la compasión, en una teoría de la justicia moral interespecie (por ejemplo, Gruen, 2015, y Puleo, 2019, 2023).

Aquí entendemos estas posiciones no como críticas a la razón en sí, sino a una razón desprovista de compasión. Se trata de superar la oposición entre razón y emoción, reconociendo su profunda interdependencia. Esto es, no puede haber ética ni justicia sin una base compasiva, del mismo modo que una emoción sin fundamento racional no puede asegurar una conducta ética o justa.

Quizás este debate sería más fácil si dejáramos de etiquetar la compasión como una emoción, tal como propone el pensamiento oriental que más la ha promovido desde hace 2.500 años. En la tradición budista, que de hecho inspiró a Schopenhauer, la compasión es entendida no como una emoción sino como una cualidad mental que debe ser cultivada, además de como una actitud activa hacia los demás. Aunque puede implicar sentimientos, su esencia trasciende lo afectivo inmediato: se considera una virtud fundamental que se cultiva mediante la práctica y la adquisición progresiva de una comprensión profunda de la ética.

El proyecto COMPASS, en el que se enmarca este volumen, parte de esta visión afirmativa y ética de la compasión: no como una emoción irracional sino como una actitud activa y moral, un comportamiento prosocial, una respuesta al sufrimiento ajeno que nace de una voluntad sincera y profunda de aliviarlo. Entendida así, cultivar una compasión genuina, es decir, sin discriminar por ningún motivo —tampoco por especie—, puede considerarse un paso hacia una sociedad más ética. Por lo tanto, bloquear o inhibir la compasión resulta, cuanto menos, problemático y merece la pena estudiar a quienes actúan deliberadamente para neutralizarla mediante estrategias discursivas y comunicativas.

## **EL CONCEPTO DE COMPLEJO INDUSTRIAL ANIMAL**

En este libro abordamos el papel de los grupos de presión del complejo industrial animal en relación con la compasión. En concreto, analizamos la capacidad de los lobbies corporativos para anular o debilitar la compasión de la ciudadanía ante el sufrimiento que causamos a los animales a través de diversas actividades económicas.

El término *complejo industrial* resulta adecuado aquí por diversos motivos. En primer lugar, porque muestra cómo el poder de la industria se amplifica mediante

coaliciones discursivas; es decir, con la difusión de mensajes que, sin necesidad de estar previamente coordinados, generan una narrativa interconectada y homogénea que impacta como tal en la audiencia. En el caso que nos ocupa, se trata de un discurso que, pese a su diversidad de orígenes, coincide en presentar como esencial el uso de animales para satisfacer los intereses humanos.

El concepto de *complejo industrial* es, además, útil porque permite identificar de forma más ajustada y realista la compleja red de actores implicados en la difusión de esta narrativa. No se trata únicamente de los intereses de un sector industrial concreto, sino del entramado que se configura entre múltiples sectores industriales y diversas instituciones sociales y políticas para reforzar el estatus de los animales y los seres humanos.

Por último, la expresión *complejo industrial* tiene una carga política transversal. Aunque a menudo se asocia con posiciones progresistas por su carácter sistémico, su origen no está limitado a esa esfera ideológica. De hecho, fue acuñado por Dwight D. Eisenhower —militar, político conservador y presidente republicano de los Estados Unidos entre 1953 y 1961— para alertar sobre los peligros del *complejo militar industrial*. En concreto, con ese término, Eisenhower denunciaba la confluencia de intereses entre la industria armamentística, el Pentágono, el Congreso y el gobierno, que incentivaba una carrera armamentista durante la Guerra Fría por motivos económicos. Actualmente, en Estados Unidos el término abarca también la amplia red de contratos, flujos de dinero y recursos que circulan entre contratistas privados de defensa, el Pentágono, el Congreso y el gobierno. Esta red de intereses es lo que se conoce como el lobby de la industria militar y está presente —aunque en menor medida— en todos los países que cuentan con una industria armamentística.

La frase de Eisenhower ha inspirado y sido aplicada desde entonces a otros ámbitos, incluyendo aquellos críticos con la explotación animal. La antropóloga neerlandesa Barbara Noske (1989) fue la primera en mencionar el *complejo industrial animal*, un concepto que Richard Twine (2012) desarrolló posteriormente. La frase de Noske se refería principalmente a la explotación animal en el sistema alimentario y abordaba la economía política de esta explotación, es decir, los distintos intereses entrelazados dentro de ella que no pueden comprenderse adecuadamente fuera del proceso de acumulación del capital corporativo. Por su parte, Twine produjo una definición aplicable no solo a la explotación animal para la alimentación humana, sino a todos los demás tipos de explotación animal. Definió el complejo industrial animal como: “Un conjunto parcialmente opaco y múltiple de redes y relaciones entre el sector corporativo, gobiernos, y la ciencia pública y privada. Con dimensiones económicas, culturales, sociales y afectivas, abarca una extensa gama de prácticas, tecnologías, imágenes, identidades y mercados (Twine, 2012, 23).

Estos y otros complejos industriales, no solo el militar, sino también el complejo industrial penitenciario, el complejo industrial del entretenimiento y el complejo industrial farmacéutico, por citar los más estudiados, son fuerzas antidemocráticas —el propio Eisenhower describió al complejo industrial-militar como una “amenaza para el gobierno democrático” (NPR, 2011). Esto se debe a que estos entramados pueden ejercer un control de facto sobre la sociedad sin estar democráticamente facultados para ello. Es decir, tienen la capacidad de condicionar —e incluso determinar— la regulación; establecer la agenda de los medios de comunicación; encuadrar los temas de discusión en la esfera pública; y modelar la opinión pública. Y lo que es más importante, este poder político-social no le ha sido otorgado mediante elección democrática representativa, sino que ha sido asumido por la industria debido a su fortaleza económica y a su capacidad para imponer un discurso dominante en su favor.

Inspirándonos en Noske y Twine, el complejo industrial animal se define en este volumen como *un conjunto parcialmente opaco y múltiple de redes y relaciones entre las élites económicas, políticas, mediáticas, académicas y sociales orientadas a producir, promover y perpetuar la explotación sistemática e institucionalizada de animales no humanos en todos los ámbitos empresariales*. Esta red tiene como resultado el convertir a los animales no humanos en esclavos, trabajadores o participantes forzados, meras unidades dentro de la cadena de producción. Este enfoque permite dimensionar la capacidad real de influencia discursiva de las relaciones públicas —especialmente institucionales— ejercidas por los lobbies que promueven, sostienen y se benefician de la explotación animal.

## EL PAPEL DE LOS GRUPOS DE PRESIÓN

Los grupos de presión han sido ampliamente estudiados como actores institucionales con incidencia política, pero solo en mucha menor medida como actores comunicativos, es decir, como engendrados y diseminados de discurso. En el ejercicio de lo que habitualmente se denominan relaciones públicas, incluidas las de carácter institucional, esta capacidad discursiva tiene un potencial de influencia muy relevante. En este apartado revisamos cómo se articulan estos intereses y de qué manera ejercen su poder mediante estrategias discursivas.

En primer lugar, conviene recordar que los intereses corporativos organizados siempre han influido en la toma de decisiones, los medios de comunicación y la opinión pública. No obstante, tanto el alcance como la sofisticación de sus estrategias comunicativas han evolucionado con el tiempo, aumentando de forma constante. Entre los motivos de este crecimiento se encuentran, por un lado, el despliegue de los medios digitales, que ha multiplicado los canales y estrategias de persuasión; y por otro, el aumento de la competitividad económica y política, que ha intensificado

la necesidad de controlar el relato público y proteger los intereses propios en un entorno cada vez más disputado.

Esta defensa de intereses se lleva a cabo principalmente de dos maneras. En primer lugar, de forma individual por las propias organizaciones —a través de sus gabinetes de comunicación o mediante la contratación de agencias especializadas en relaciones públicas e institucionales—. En segundo lugar, de forma colectiva, mediante grupos de presión sectoriales que agrupan a organizaciones con intereses comunes, o incluso a través de plataformas más amplias que reúnen a diversos grupos de interés. Según la envergadura de cada empresa, estas opciones pueden utilizarse de forma más o menos intensiva. Por ejemplo, una multinacional como la suiza Nestlé hace un uso extensivo de todas las fórmulas anteriores: dispone de profesionales de relaciones públicas y lobby en plantilla; contrata servicios externos especializados, incluyendo agencias de comunicación, despachos jurídicos y lobistas profesionales; y participa activamente en los principales grupos de presión nacionales e internacionales del sector lácteo, así como en plataformas que agrupan a los lobbies estatales ante organismos como la Comisión Europea.

En cambio, en el caso de una explotación animal mediana, como la de un productor que gestiona unas pocas centenas de vacas, el acceso a estos mecanismos es mucho más limitado, aunque no inexistente. Estas pequeñas y medianas empresas pueden afiliarse a asociaciones sectoriales que representan sus intereses y que, a su vez, forman parte de federaciones o grupos de presión de ámbito nacional o europeo. De este modo, incluso los actores de menor tamaño participan indirectamente en estrategias de lobby coordinadas que buscan influir en la legislación y las políticas públicas —por ejemplo, en Bruselas— para defender los intereses comunes del sector.

Habitualmente, a este ejercicio de presión se le denomina relaciones institucionales o lobby, una modalidad de relaciones públicas especializadas en la interacción con el entorno político e institucional, con el fin de influir en políticas públicas, regulaciones y decisiones gubernamentales que afecten a empresas y sectores industriales concretos. Sin embargo, en la práctica, esta influencia no se limita al contacto directo con representantes políticos —como reuniones, misivas o intercambios epistolares—, sino que se extiende a su entorno más amplio, especialmente a los medios de comunicación y a la opinión pública. Es más, cuando los lobbies pretenden evitar, fomentar o sostener determinados marcos político-legales, recurren a múltiples herramientas comunicativas. Así, la acción de los grupos de presión abarca desde la difusión directa de mensajes en diversos formatos (notas de prensa, informes, artículos, redes sociales, etc.) hasta la publicidad tradicional, la financiación de investigaciones, el patrocinio de centros de estudio, el respaldo a *think tanks* y a institutos de políticas públicas, las campañas de sensibilización, la

inserción de expertos afines en los medios, la colaboración con organismos públicos y privados, y la organización de seminarios o foros de debate, entre otras estrategias.

## REDES Y COALICIONES DISCURSIVAS

Un amplio y diverso grupo de teóricos críticos de la comunicación, la sociología y las ciencias políticas, provenientes de distintas tradiciones, ha enfatizado cómo determinados actores, especialmente aquellos con mayor capacidad económica e institucional, logran imponer marcos interpretativos que configuran la percepción pública sobre lo que es legítimo, necesario o deseable. Lo más interesante de estos análisis es que, si bien existen redes y coaliciones de organizaciones que intentan influir con discursos coordinados —como ocurre en el caso de los grupos de presión de industrias y sectores concretos—, también se da la capacidad de generar una influencia transversal, sin necesidad de una coordinación explícita, entre grupos diversos que comparten intereses, aunque no participen en la misma actividad económica o sector.

Probablemente dos de los autores que más han influido en la comprensión sobre cómo se gestan estas redes y coaliciones discursivas sean C. Wright Mills y Maarten A. Hajer. Mills ([1956] 2000) fue el primero en aportar la dimensión del papel de las élites. Así, las redes discursivas se configuran no solo por el entrelazamiento de intereses económicos, políticos y sociales —donde la comunicación persuasiva desempeña un papel clave al generar una narrativa homogénea que los medios contribuyen a naturalizar y normalizar—, sino también por su carácter elitista, en línea con la noción de “élite del poder” formulada por este autor ([1956] 2000, 277). Mills ya señaló que los integrantes de esta élite del poder no necesitan conformar un bloque homogéneo; pueden competir o incluso entrar en conflicto entre sí, aunque actúan de manera coordinada cuando sus intereses convergen.

Pero ha sido Hajer (1995) quien más ha influido al respecto. Hajer no inventa el concepto de coalición discursiva (*discourse-coalition*), pero es quien lo desarrolla y populariza de manera más profunda y sistemática, especialmente en el campo de las ciencias políticas y el análisis de políticas públicas. La teoría de las coaliciones discursivas propuesta por Hajer (1995) explica cómo actores diversos se unen alrededor de marcos interpretativos comunes para influir en las políticas públicas. Estos marcos, o *storylines*, simplifican problemas complejos, generando consenso y legitimidad entre grupos con intereses diversos. A través de prácticas discursivas, estas coaliciones logran configurar agendas y decisiones.

Además de Mills y Hajer, otros autores han contribuido a completar esta visión sobre cómo actores con poder económico e institucional configuran la percepción pública mediante coaliciones discursivas, aunque no todos empleen exactamente esta

denominación. Ya a mediados del siglo XX, Gramsci, con su concepto de hegemonía (2005), explica cómo las ideas dominantes llegan a convertirse en sentido común mediante alianzas culturales e ideológicas que neutralizan la disidencia. Igualmente, Foucault, por su parte, desde la perspectiva del poder/saber (2022), muestra cómo el poder produce verdades que estructuran la realidad social, legitimando ciertas prácticas a través de redes institucionales. En el Reino Unido, Fairclough, desde el análisis crítico del discurso (1992), detalla cómo el lenguaje en medios e instituciones reproduce relaciones de poder, articulando narrativas que consolidan ideologías dominantes. En un ámbito similar, Van Dijk (2008), también desde el análisis crítico del discurso, destaca cómo las élites manipulan el discurso para controlar ideologías mediante estrategias lingüísticas que marginan alternativas. Finalmente, aunque no exclusivamente, Castells (2009), centrado en las redes digitales, analiza cómo el poder se ejerce mediante flujos globales de información que facilitan la creación de coaliciones discursivas a gran escala.

Todo ello nos ayuda a comprender mucho mejor cómo los intereses económicos consiguen mantener o fabricar consensos de forma mayoritariamente opaca pero muy efectiva. De hecho, como veremos en este libro, las tres industrias del complejo industrial animal estudiadas envían mensajes muy similares a través de sus relaciones públicas e institucionales. Esta similitud construye un marco discursivo cohesionado que no solo presenta las prácticas industriales como inevitables o incluso beneficiosas, sino que también condiciona de forma homogénea la forma en que las personas interpretan y procesan la información sobre el trato a los animales.

En el caso del complejo industrial animal, el estudio de esta capacidad de influencia permite arrojar luz sobre una contradicción fundamental: la coexistencia entre el rechazo mayoritario al sufrimiento animal por parte de la sociedad y, simultáneamente, la persistencia de hábitos y prácticas que lo provocan. Al definir qué relatos obtienen legitimidad y cuáles quedan marginados, estas industrias moldean las bases culturales y éticas sobre las que se construyen las decisiones políticas y sociales, reforzando así la aceptación social de la violencia estructural contra los animales. En definitiva, este análisis nos ayuda a comprender mejor cómo se debilita o incluso se anula la brújula moral de la compasión de la ciudadanía.

## **LA PERSPECTIVA CRÍTICA DE ESTE VOLUMEN**

El estudio del discurso de los grupos de interés del complejo industrial animal español que se presenta en este volumen se realiza desde una doble perspectiva crítica: la de las relaciones públicas críticas y la de los estudios críticos animales.

Las relaciones públicas críticas son una perspectiva nacida a finales de la década de 1990, apoyándose en las mismas fuentes teóricas que sustentan gran parte de los

estudios críticos de la comunicación: la teoría crítica de la Escuela de Fráncfort y la necesidad de cuestionar los supuestos dominantes, alterar los límites establecidos y promover cambios de paradigma que permitan una crítica profunda de las teorías, políticas y prácticas hegemónicas (L'Etang, 2005). En este marco, las relaciones públicas críticas se enfocan fundamentalmente en el análisis del poder, investigando cómo la comunicación persuasiva utiliza estrategias discursivas específicas para reforzar la hegemonía de determinados grupos, así como en examinar cómo dichos grupos intentan obtener el consentimiento público para legitimar y desarrollar su actividad.

Este volumen se inspira en esta visión, especialmente en su invitación a cuestionar el paradigma dominante en las relaciones públicas desde los márgenes, “geográfica, ideológica y metodológicamente” (L'Etang, 2005, 523), y a ir más allá de la simple crítica de la disciplina para aspirar “a una crítica social que conduzca a la emancipación humana y social” (Heath y Xifra, 2016, 200). De hecho, este volumen no solo retoma esa perspectiva, sino que la lleva a la práctica plenamente, al desafiar uno de los sesgos más persistentes en las ciencias sociales y las humanidades —incluidas las propias relaciones públicas críticas—: el posicionamiento del ser humano en el centro del significado, el valor, el conocimiento y la acción, y la consecuente devaluación, o incluso olvido, de los efectos de nuestras acciones sobre el resto de formas de vida del planeta, fruto de esa supuesta superioridad humana.

La perspectiva de las relaciones públicas críticas ofrece un espacio fértil para abordar este desafío, especialmente cuando se articula con los estudios críticos animales, un campo interdisciplinario que examina las relaciones entre humanos y animales desde enfoques éticos, políticos, económicos y sociales, y que cuestiona activamente las estructuras de poder que legitiman su explotación.

Surgido en las últimas décadas y formalizado por primera vez en 2007 (Best et al., 2007), este campo ha evolucionado en distintas direcciones, pero toda la investigación que se enmarca en él comparte una serie de rasgos distintivos que la diferencian de los enfoques previos de los que, en parte, se nutre: los estudios culturales, la filosofía, la sociología o el feminismo, entre otros.

Estos rasgos comunes derivan, sobre todo, de la aplicación de la teoría crítica a la ética animal y al estudio tradicional de las relaciones humano-animal. Al igual que la ética animal, los estudios críticos animales denuncian el especismo —la ideología que justifica la devaluación de los animales no humanos por el simple hecho de no pertenecer a la especie humana— y abogan por su reconocimiento como sujetos con agencia, intereses propios y derechos inherentes. Como los estudios humano-animal, los estudios críticos animales analizan cómo se construyen estas relaciones y cómo se expresan en lo social, lo económico, lo político y lo cultural. Sin embargo, los

estudios críticos animales van un paso más allá que ambos enfoques: se comprometen explícitamente con una praxis liberacionista, basada en una ética no especista, una crítica al antropocentrismo y una visión interseccional de las opresiones. Por un lado, no solo reconocen la afinidad del especismo con otras formas de injusticia, como el racismo o el sexismo, sino que profundizan en sus interconexiones, defendiendo que la erradicación de toda forma de violencia contra los animales es condición indispensable para reducir también la violencia entre seres humanos. Por otro lado, incorporan una crítica estructural al capitalismo —ausente tanto en la ética animal como en los estudios humano-animal— al identificarlo como uno de los pilares fundamentales que sostienen y amplifican la explotación sistemática de los animales no humanos en la actualidad.

La combinación de las relaciones públicas críticas y los estudios críticos animales se enmarca dentro de lo que se ha venido en llamar estudios críticos animales y de comunicación (Almiron, Cole y Freeman, 2016). En el marco concreto de las relaciones públicas críticas, los estudios críticos animales aportan una perspectiva imprescindible para comprender las estructuras persuasivas que sostienen el especismo (Almiron y Fernández, 2021). Este enfoque, fundamentado en una ética no especista y en el reconocimiento del sufrimiento animal como una injusticia a erradicar, amplía el campo de las relaciones públicas críticas al incorporar a los animales no humanos como sujetos morales junto a los humanos. Como muestra este volumen, esta confluencia de perspectivas pone de relieve, a través del análisis ético, discursivo y de la economía política, las estrategias comunicativas que perpetúan la explotación animal y reivindica la necesidad de un lenguaje, una práctica profesional y una investigación comprometidas con el reconocimiento del sufrimiento y la emancipación de todas las formas de vida.

## **EL LIBRO QUE TIENES EN TUS MANOS**

Este libro ofrece una mirada crítica e interdisciplinaria sobre el papel de la comunicación estratégica en la perpetuación de la explotación animal en España, a partir de los resultados obtenidos en el proyecto de investigación COMPASS (2021–2025). Los capítulos incluidos se dividen en dos tipos: algunos presentan resultados completamente inéditos, mientras que otros desarrollan, amplían y profundizan investigaciones previamente publicadas por el equipo del proyecto.

Los capítulos que discuten y amplían resultados ya publicados en revistas académicas internacionales tienen como objetivo principal acercar dichos hallazgos a una audiencia castellanohablante. Por esta razón, no incluyen descripciones metodológicas detalladas, sino que remiten a las publicaciones originales donde pueden consultarse todos los aspectos técnicos de la investigación. Así, estos capítulos se centran en la discusión y evitan repetir información ya disponible. En cambio, los

capítulos completamente nuevos —cuyos resultados no han sido aún publicados en revistas académicas— incluyen, cuando presentan investigaciones empíricas, una breve nota metodológica junto con la presentación completa de los resultados, dado que esta información no se encuentra disponible en ningún otro medio.

El libro comienza con un primer bloque introductorio que incluye, en el capítulo 1 (Núria Almiron), un análisis ético sobre la legitimidad del lobby del complejo industrial animal. Le sigue, en el capítulo 2 (Laura Fernández y Núria Almiron), un mapeo detallado de los principales grupos de interés que operan en España en los sectores de la alimentación, la experimentación y el entretenimiento con animales.

A continuación, un segundo bloque con cuatro capítulos se dedica a analizar los discursos específicos de las tres industrias estudiadas —con dos textos dedicados a la industria cárnica que es, con diferencia, la de mayor envergadura económica—. Así, el capítulo 3 (Núria Almiron y Laura Fernández) examina al discurso de la experimentación animal; el capítulo 4 (Amparo Merino, Estela M. Díaz y Antonio Núñez) y el capítulo 5 (Estela M. Díaz, Antonio Núñez y Amparo Merino) estudian el discurso de la industria cárnica; finalmente, el capítulo 6 (Olatz Aranceta-Reboredo y Laura Fernández) analizan el discurso del *zoo moderno*.

El tercer bloque de capítulos se focaliza en las coaliciones discursivas que se producen entre estas tres industrias. En el capítulo 7 (Laura Fernández, Núria Almiron, Estela M. Díaz y Olatz Aranceta-Reboredo) se exploran las intersecciones discursivas entre especismo, androcentrismo y capitalismo en los mensajes de estos grupos de interés. En el capítulo 8 (Jose A. Moreno) se analiza cómo ciertas coaliciones discursivas lograron posicionar en la agenda mediática temas relacionados con la explotación animal en contextos específicos de debate público. En el capítulo 9 (Olatz Aranceta-Reboredo) se ofrece un análisis del discurso antianimalista en España, sus estrategias populistas y reaccionarias y sus intersecciones.

El libro finaliza con un apartado de reflexiones finales que incluye, capítulo 10, una entrevista realizada a una abogada experta en derecho animal que reflexiona sobre los desafíos jurídicos y el poder del lobby corporativo (Estela M. Díaz y Núria Almiron) y un capítulo final de cierre (Estela M. Díaz).

En conjunto, esta obra pretende trazar un mapa riguroso de los discursos, actores e intereses que, desde las relaciones públicas, sostienen y legitiman la explotación de los animales no humanos en el contexto español, visibilizando sus estrategias y tácticas, y ofreciendo herramientas analíticas clave para el estudio crítico de la comunicación persuasiva desde una perspectiva no antropocéntrica y no especista. Esperamos que sea de utilidad para estudiantes, equipos de investigación, activistas y cualquier persona preocupada por el sufrimiento animal y guiada por la compasión,

así como para quienes deseen comprender con mayor profundidad los mecanismos de legitimación del poder en nuestra sociedad.

## REFERENCIAS

- Almiron, Núria y Laura Fernández. 2021. "Including the animal standpoint in critical public relations research". *Public Relations Inquiry* 10, no. 2: 139–161. <https://doi.org/10.1177/2046147X211005368>
- Almiron, Núria, Matthew Cole y Carrie P. Freeman. 2016. *Critical Animal and Media Studies. Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. New York: Routledge.
- Best, Steve, Anthony J. Nocella, Richard Kahn, Carol Gigliotti y Lisa Kemmerer. 2007. "Introducing Critical Animal Studies". *Journal for Critical Animal Studies* 5, no. 1.
- Castells, Manuel. 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Foucault, Michel. 2022. *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores. Publicado por primera vez en 1975.
- Gramsci, Antonio. 2005. *Selections from the Prison Notebooks*. Dagenham: Lawrence & Wishart Ltd.
- Gruen Lori. 2015. *Entangled Empathy. An Alternative Ethic for our Relationships with Animals*. Nueva York: Lantern Books.
- Hajer, Maarten A. 1995. *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford: Clarendon Press.
- Heath, Bob y Jordi Xifra. 2016. "What is Critical about Relations Theory?" En *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*, editado por Jacquie L'Etang, David McKie, Nancy Snow y Jordi Xifra, 200–210. Londres: Routledge.
- L'Etang, Jacquie. 2005. "Critical Public Relations: Some Reflections." *Public Relations Review* 31, no. 4: 521–526. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.08.011>.

- Mills, C. Wright. 2000. *The Power Elite*. Oxford: Oxford University Press. Publicado originalmente en 1956.
- Noske, Barbara. 1989. *Human and Other Animals*. London: Pluto Press.
- NPR. 2011. "Ike's Warning of Military Expansion, 50 Years Later." *NPR*, 17 de enero. <https://www.npr.org/2011/01/17/132942244/ikes-warning-of-military-expansion-50-years-later>.
- Nussbaum, Martha. 1996. "Compassion: The basic social emotion". *Social Philosophy and Policy* 13, no. 1: 27–58.
- Nussbaum, Martha. 2001. *Upheavals of thought: The intelligence of emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Persson, Ingmar. 2021. *Morality from Compassion*. Oxford: Oxford University Press.
- Puleo, Alicia H. 2019. *Claves ecofeministas: Para rebeldes que aman a la Tierra y a los animales*. Madrid: Plaza y Valdés Editores.
- Puleo, Alicia H. 2023. *Ideales ilustrados: La Encyclopédie de Diderot, D'Alembert y Jaucourt. Un legado emancipatorio para el siglo XXI*. Madrid: Plaza y Valdés Editores.
- Schopenhauer, Arthur. 1995. *On the Basis of Morality*. Providence, RI: Berghahn Books. Publicado originalmente en 1841.
- Twine, Richard. 2012. "Revealing the 'Animal-Industrial Complex' – A Concept & Method for Critical Animal Studies?", *Journal for Critical Animal Studies* 10, no. 1: 12–39.
- Van Dijk, Teun. 2008. *Discourse and Power*. New York: Palgrave.



# PRESENTACIÓN

---



# CAPÍTULO 1

## Lobby del sufrimiento: Relaciones públicas al servicio de la explotación animal

Núria Almiron

**Resumen:** Este capítulo analiza la legitimidad de las relaciones públicas utilizadas por las industrias que explotan animales no humanos (el complejo industrial animal). Se argumenta que el ejercicio de lobby de estas industrias no constituye una expresión legítima de intereses dentro de una democracia. Por el contrario, la práctica se alinea con la manipulación y la propaganda, al ocultar las consecuencias de tales actividades y neutralizar la compasión natural de la población hacia los animales explotados. Se trata de industrias que hacen presión para mantener y justificar el sufrimiento que causan. Desde un enfoque basado en la teoría de la libertad de expresión de John Stuart Mill, el capítulo sostiene que la persuasión solo es ética cuando no causa daño directo. Se observa que la comunicación estratégica del complejo industrial animal vulnera este principio al promover la explotación de seres sintientes. Desde el punto de vista de la teoría de las relaciones públicas y la ética de la persuasión, se observa que no se cumple con el principio de transparencia y veracidad, entre otras cuestiones. Además, se examina el papel de la compasión como elemento central de una comunicación ética. Se concluye que una comunicación ética no solo debe evitar la manipulación, sino también fomentar la compasión como brújula moral para la toma de decisiones informadas y justas en la sociedad.

## INTRODUCCIÓN

INTERPORC, una de las principales organizaciones interprofesionales cárnicas de España, es decir, uno de los lobbies más influyentes del sector, afirma en su página web (<https://interporc.com>) que su producto es ideal para la nutrición de toda la familia y que no hay motivo de preocupación por cuestiones éticas, ya que las empresas garantizan el bienestar de los animales. Similares afirmaciones encontramos en los principales lobbies de la experimentación animal y el entretenimiento basado en animales, si bien adaptadas a sus respectivas actividades. En estos últimos

casos, en lugar del argumento sobre nutrición se proporcionan, entre otros, razones relacionadas con la salud humana y la protección de la biodiversidad. Pero todos comparten la insistencia en asegurar que *sus* animales están bien tratados. En algunos casos incluso se proporcionan “sellos de calidad”. En el caso de la cárnica mencionada, uno de estos sellos garantiza que los animales están libres de hambre, sed y desnutrición, libres de miedo y angustia, libres de incomodidades físicas o térmicas, libres de dolor, lesiones o enfermedades y libres para expresar las pautas propias de comportamiento.

No me detendré aquí a discutir en qué medida todo lo anterior es imposible cuando se está confinado en una granja, laboratorio o zoo, ya que el resto de artículos de este libro se ocupan de analizar esta contradicción entre discurso y realidad. Pero este punto de partida es necesario para recordar que, aunque todas estas libertades fueran una realidad para los animales, seguiríamos estando ante industrias que instrumentalizan la vida y muerte de seres vivos. Por este motivo, este capítulo sostiene que las relaciones públicas de estas industrias van más allá de lo que debería considerarse una expresión legítima de intereses en una democracia y vulneran los principios que la ética de la persuasión establece como parte de una comunicación no manipuladora, es decir, ética.

Para desarrollar esta argumentación, primero analizaré el concepto de la expresión de intereses en democracia. Luego, explicaré por qué la expresión de intereses de la industria basada en la explotación animal —el lobby del sufrimiento— no puede considerarse parte de la libertad de expresión.

## LA EXPRESIÓN DE INTERÉS LEGÍTIMA

El derecho a defender los propios intereses e influir en la toma de decisiones públicas a través de instrumentos como las relaciones públicas y, más en concreto, las relaciones institucionales,<sup>1</sup> es un pilar legítimo y fundamental de la democracia. Este derecho permite a individuos, colectivos, empresas y organizaciones participar activamente en los procesos de deliberación política, promoviendo y defendiendo sus perspectivas y preocupaciones ante los tomadores de decisiones y la opinión pública en general. Todo lo cual, en teoría, debería fortalecer el pluralismo y garantizar que las políticas públicas reflejen una diversidad de opiniones y necesidades. Lo que

---

<sup>1</sup> Las relaciones institucionales es la rama de las relaciones públicas encargada de la gestión estratégica de la comunicación y el posicionamiento de una organización ante actores clave del ámbito institucional, incluyendo administraciones públicas, organismos reguladores y entidades sectoriales. Es decir, es la actividad de presionar e intentar influir en la toma de decisiones de instituciones y reguladores para defender los intereses de una organización (o un conjunto de ellas), lo que comúnmente se conoce como hacer lobby.

a su vez debería contribuir a un sistema más representativo y equitativo y a una ciudadanía con capacidad de tomar decisiones independientes de forma informada —es decir, libremente, sin manipulación ni coacción—.

Obviamente, esto es solo la teoría; en la práctica, la cuestión es mucho más compleja. En primer lugar, existe un enorme desequilibrio entre los recursos y la capacidad de acceso al poder de los diferentes actores sociales. Es evidente que las grandes empresas, y especialmente los complejos industriales, tienen una capacidad para defender sus intereses que supera con creces la de pequeñas empresas, asociaciones ciudadanas u organizaciones activistas. Esta desigualdad es todavía más acusada en el caso de aquellos actores que no pueden expresar directamente sus intereses, como los animales no humanos, que solo pueden reflejarse en las sociedades humanas a través de representantes humanos.

En segundo lugar, los mecanismos que podrían ayudar a limitar la influencia desproporcionada de algunos actores sobre otros se aplican de manera muy restringida. Por ejemplo, medidas como aumentar la transparencia sobre quién ejerce presión, a quién y con qué objetivos en el ámbito público (mediante registros de grupos de interés y sus actividades de lobby), así como promover espacios de participación accesibles y diversos, son herramientas clave para reducir el desequilibrio en el acceso al poder y los recursos. Sin embargo, estas herramientas solo se han implementado en cierta medida en países con una larga tradición de lobby en democracia, como Estados Unidos o el Reino Unido. En el estado español, los intentos por regular y hacer más transparente el ejercicio de lobby han sido mínimos. A nivel de la Unión Europea, Bruselas ha impulsado esfuerzos en materia de transparencia y regulación, pero estos no han evitado que las organizaciones con más recursos sigan teniendo mayor acceso e influencia.

Esta realidad conduce a que, con frecuencia, actividades de presión impulsadas por intereses económicos que producen daños directos puedan quedar camufladas o incluso se presenten como un beneficio para el bien común. Un ejemplo de ello es la presión que las industrias que explotan animales ejercen para evitar aumentos en los costes asociados al llamado bienestar animal. Estas industrias justifican esta postura como una forma de responsabilidad social, argumentando, por ejemplo, que así evitan encarecer alimentos básicos (el caso de la industria cárnica) o frenar el desarrollo de nuevas medicinas (en el caso de la industria farmacéutica). La falta de transparencia impide, en estos y muchos otros casos, que la ciudadanía comprenda en qué ha consistido la presión y cuáles han sido sus motivaciones reales, permitiendo que mensajes oportunistas, disfrazados de interés general, adquieran credibilidad.

En tercer lugar, la cuestión es aún más compleja porque, incluso si todos los mecanismos funcionaran a la perfección, seguirían siendo insuficientes, ya que

no abordan las profundas desigualdades estructurales ni las lógicas culturales y psicológicas que subyacen en las dinámicas de influencia. Estas dinámicas no pueden explicarse únicamente por factores económicos, pero tampoco exclusivamente en términos ideológicos. Por ejemplo, asumir que los intereses tradicionales o conservadores siempre tienen más éxito que los disruptivos o progresistas no refleja la realidad. Un pequeño centro de estudios, por ejemplo, puede tener un impacto significativo si logra influir en el ala dominante del partido en el poder en un momento determinado, independientemente de la ideología. Del mismo modo, la influencia de un actor puede amplificarse cuando su discurso se alinea con valores, tradiciones o narrativas profundamente arraigadas en la sociedad, sea cual sea su orientación ideológica.

La capacidad de influencia no es exclusiva de ninguna ideología ni tampoco depende solo de los recursos económicos, aunque estos puedan tener un peso determinante. Son cuestiones importantes también el acceso a redes de poder, la capacidad para construir narrativas dominantes y la legitimidad que ciertos actores tienen sobre otros en la esfera pública, según el contexto y el momento.

En síntesis, abordar los problemas relacionados con el uso desigual o el abuso de las relaciones públicas en general, y las institucionales en particular, requiere una perspectiva multidimensional. En el caso de la influencia del complejo industrial animal<sup>2</sup> que aquí nos ocupa, esta es enorme por su envergadura económica, pero también está profundamente condicionada por otros elementos, como las identidades culturales, los paradigmas dominantes y los hábitos y tradiciones más arraigados en la sociedad.

Este uso desigual o abusivo de las relaciones públicas dista mucho del ideal democrático que plantean la teoría liberal de los grupos de interés y las relaciones públicas. Sin embargo, esto no debe llevarnos a descartar dicho ideal como inútil. A pesar de todos estos problemas, hoy en día existe un consenso generalizado sobre la importancia de proteger la capacidad de expresar intereses, ya que es la única forma de garantizar que todas las voces, al menos en teoría, tengan la oportunidad de ser escuchadas. Aunque esta garantía sea un principio que no siempre se materializa en la práctica, sigue siendo un pilar fundamental para aspirar a una toma de decisiones verdaderamente plural.

Ahora bien, y aquí llegamos al objeto de este capítulo, sostengo que la expresión de intereses que facilitan las relaciones institucionales no puede equipararse a una legítima expresión de ideas si causa daño a terceros, especialmente cuando este

---

<sup>2</sup> Ver la Introducción para la definición de *complejo industrial animal* en este volumen.

daño es directo. Hay quienes defienden que forma parte de nuestra libertad decidir qué comemos, cómo nos vestimos y cómo nos divertimos. Sin embargo, todos entendemos que esta libertad no puede utilizarse para justificar la violencia contra otros seres humanos. Del mismo modo, argumentaré, la libertad de expresión no debería ser utilizada para legitimar la violencia contra los animales no humanos.

## **LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN NO SUPONE DERECHO A DAÑAR**

El concepto de libertad de expresión ha sido tan vapuleado por intereses de todo tipo que su comprensión ha terminado convertida en un pasatiempo postmoderno, donde cada cual la define a su conveniencia. Así, hay quien cree que la libertad de expresión necesita de la censura para defenderse (Allen, 2024; Comisión Europea, 2024). Otros solo conciben esta libertad como un derecho aplicable a los valores que les son afines, descartando el resto de ideas como ajenas a dicho principio o incluso acosándolas legalmente (Greenpeace España, 2023). Otros afirman que la libertad de expresión debe estar subordinada a cuestiones consideradas más importantes, como la seguridad nacional, el orden público o la protección de determinados colectivos (ARTICLE 19, 2020).

Todo ello, en la práctica, convierte la libertad de expresión en un concepto condicionado y sujeto a interpretaciones interesadas. Estas posturas ignoran o eluden la concepción defendida por John Stuart Mill (2003) hace más de un siglo, considerada la versión clásica de este derecho y la base de prácticamente todas las discusiones posteriores al respecto (Haworth, 1998; O'Rourke, 2001). Para Mill, la libertad de expresión es un pilar fundamental para el progreso individual y social. Por este motivo, todas las ideas, incluso las erróneas u ofensivas, deben poder expresarse sin restricciones, ya que el debate abierto es la única vía para acercarse a la verdad. Según esta perspectiva, silenciar una opinión no solo priva a quien la sostiene, sino también a la sociedad de la oportunidad de refutarla o de descubrir si contiene, al menos en parte, algún elemento de verdad.

Esta concepción de la libertad de expresión defiende, casi sin excepciones, el derecho a expresar cualquier idea. Sin embargo, lejos de ser extrema, se basa en el sentido común: evitar el dogmatismo y la censura, tanto por una cuestión de principio (el derecho a expresarse) como por una razón práctica (nadie posee toda la verdad). Además, no es una concepción dogmática en sí misma, es decir, absoluta. Mill establecía un límite a esta libertad: el principio del daño, según el cual la expresión solo debía restringirse si causa un daño directo a otros. Así, es posible distinguir entre la simple ofensa, que no justificaría la censura, y el daño real, entendido como un perjuicio tangible que afecta los derechos o la seguridad de otros individuos. Un reflejo de ello aplicado a la explotación de los animales por los humanos sería

la diferencia entre discutir la consideración moral que merecen los animales no humanos y promover activamente su consumo.

Por ejemplo, afirmar en un debate, en una columna de opinión o en un libro que “los animales no merecen igual consideración moral que los humanos” puede resultar ofensivo para quienes opinan lo contrario, pero forma parte de la libertad de expresión en la medida que solo defiende una postura filosófica, cuyas consecuencias pueden variar según las interpretaciones y su aplicación en la práctica. Por el contrario, incitar activamente al consumo de animales y hacer presión para continuar con este consumo, como hacen la publicidad y las relaciones públicas de la industria, supone un daño directo a los animales consumidos.

Podría argumentarse que la primera aseveración, es decir, la postura filosófica, puede generar un daño indirecto al contribuir a la desensibilización de potenciales consumidores y, por lo tanto, contribuir al consumo. Sin embargo, determinar qué constituye un daño indirecto es una tarea compleja, si no imposible de consensuar. Esa misma aseveración, en abstracto, puede no causar ningún efecto en algunas personas. Incluso puede haber quienes, a pesar de creer que los animales merecen una menor consideración moral, les causen menos daño por razones religiosas, espirituales o medioambientales que algunas personas que afirman lo contrario. En cambio, el daño directo es incuestionable: incitar al consumo de animales implica, de manera inevitable, su confinamiento, manipulación, explotación y muerte.

Por otro lado, podría argumentarse que el principio de no dañar de Mill no aplicaría en este caso, precisamente porque hay quienes consideran que los intereses de los animales no merecen la misma consideración moral que los de los humanos, o incluso que merecen muy poca o ninguna en comparación con estos. Es decir, dicho principio debería aplicarse solo a la especie humana. Sin embargo, hay dos razones que invalidan este argumento.

En primer lugar, el principio del daño no se basa en la percepción subjetiva de qué seres merecen consideración, sino en el impacto real y objetivo de una acción sobre otros. Si bien Mill se refería principalmente a los seres humanos en sus ejemplos, sus reflexiones muestran una clara preocupación por el daño causado a individuos de otras especies (Casal, 2024, 88).

En la actualidad hay distintas sugerencias para incorporar a los animales no humanos en esta consideración de daños. Por ejemplo, algunos autores han argumentado que, dado que los animales tienen intereses en las decisiones que les afectan, deberían incluirse en el conjunto de partes interesadas o *stakeholders*. En este sentido, Elizabeth Clancy los define como “partes interesadas de la comunidad” (2014), Lucy Connolly y John G. Cullen los denominan “parte(s) interesada(s)

silenciosa(s)” (2018, 410) mientras que Debra Merskin (2021) añade que “no solo son silenciosos, sino también silenciados, como lo han sido los grupos humanos marginados” (103). Para esta última autora, si las relaciones públicas han de ser éticas, inclusivas y socialmente responsables, los animales no humanos deben ser reconocidos dentro del círculo de responsabilidad de la teoría y la práctica de la comunicación. Los animales no humanos son partes interesadas porque son “agentes morales con un interés en lo que les ocurre” (107).

En segundo lugar, y precisamente por esto último, la falta de consideración moral hacia los animales no se sostiene ni desde la ética ni desde la ciencia. Desde una perspectiva científica, hoy sabemos, sin lugar a duda, que la inmensa mayoría de los animales explotados para consumo, experimentación o entretenimiento poseen la capacidad de sufrir, lo que implica que son afectados de manera directa por nuestras acciones. Desde el punto de vista ético, incluso desde una perspectiva utilitarista, no existe justificación moral para infligir sufrimiento a otros si dicho sufrimiento puede evitarse. Y, sin duda, en las industrias aquí analizadas, este sufrimiento puede evitarse, ya que existen alternativas viables para casi todas las prácticas que implican explotación animal y, en los casos en los que aún no las hay, la única razón es que no se ha invertido suficiente esfuerzo en encontrarlas. El principio utilitarista del beneficio mayor tiene, además, un saldo negativo, ya que explotarlos conlleva consecuencias perjudiciales para los propios humanos, como el impacto en la salud (Ferrari et al., 2022), el medioambiente (Erickson et al., 2021) y el nivel de violencia en la sociedad (Nibert, 2013)

Por tanto, la libertad de expresión puede admitir afirmaciones de todo tipo, excepto aquellas que contengan o se produzcan en un entorno que incite directamente a causar daño a terceros o se produzcan en un contexto que lo favorezca. Y estos terceros, si tomamos en serio el principio del daño, deben incluir a todos los seres con capacidad de sufrir.

En síntesis, la libertad de expresión, en su concepción más genuina, tal y como la define Mill, no ampara en ningún caso el derecho a causar daño a otros. En consecuencia, las relaciones públicas que el complejo industrial animal ejerce para influir en las instituciones políticas y sociales no pueden considerarse un ejercicio legítimo de la libertad de expresión —en este caso, de la expresión de intereses—, ya que su finalidad implica causar un daño directo y evitable a seres sintientes.

## **RELACIONES PÚBLICAS Y MANIPULACIÓN**

He defendido en el apartado anterior que las relaciones públicas del complejo industrial animal no pueden considerarse un ejercicio legítimo de libertad de expresión desde la filosofía política, porque implican e incitan un daño directo a los animales

no humanos. En este apartado veremos cómo estas estrategias de comunicación tampoco se ajustan a los principios éticos ni a los criterios de legitimidad establecidos en la teoría de las relaciones públicas.

Según la definición de Richard M. Perloff (2017), la persuasión es un intento por parte de un individuo o un grupo de individuos de moldear, alterar y reforzar la percepción, la cognición, el afecto y el comportamiento de otro. Naturalmente, esto puede hacerse con muy diversas intenciones y propósitos, y surgen dificultades cuando se intenta llegar a un acuerdo sobre lo que es aceptable y lo que no. Sin embargo, como nos recuerda Seow Ting Lee (2016), la persuasión puede entrar en conflicto “con ciertos valores humanos, como la verdad, la autonomía, el libre albedrío y la intención” (225).

Este conflicto con determinados valores esenciales implica, en definitiva, un riesgo tan real de incurrir en la manipulación o la propaganda que muchos profesionales de las relaciones públicas se ven obligados a definir su trabajo marcando constantemente distancia respecto a estos términos. Uno de los principales intentos en este sentido se ha convertido en una referencia clásica de las relaciones públicas: el modelo de James E. Grunig y Todd T. Hunt (1984), paradigma de la teoría clásica de las relaciones públicas. Este modelo propone que existen cuatro tipos de relaciones públicas: (1) el modelo unidireccional sin preocupación ni interés por la veracidad; (2) el modelo unidireccional con preocupación por la veracidad; (3) el modelo bidireccional asimétrico, donde se simula atender a los intereses del público; (4) y el modelo bidireccional simétrico, en el que la comunicación realmente escucha al público y busca un equilibrio de intereses entre la organización y su audiencia.

El primer modelo es meramente propaganda: el envío de mensajes de forma unidireccional, sin atender a los intereses del receptor ni respetarlo, considerando la falsedad como una estrategia legítima. Los dos siguientes modelos mezclan distintas dosis de manipulación. Por un lado, el modelo unidireccional con preocupación por la veracidad, no considera legítima la falsedad, pero ello no significa que no la use ni que se preocupe por los intereses del receptor. Por otro, el modelo bidireccional simétrico aparenta preocuparse por los intereses del público, pero no es una preocupación genuina. Solo el último modelo constituye una forma legítima de comunicación persuasiva, ya que respeta al público (nunca miente ni confunde) y en él el emisor valora los intereses del receptor tanto como los propios.

Con este modelo, Grunig y Todd pretendían diferenciar la propaganda, que solo beneficia al emisor, de una comunicación que favorezca tanto a las organizaciones como a sus públicos. Sin embargo, en la práctica, resulta difícil encontrar organizaciones que realmente apliquen el modelo segundo, tercero y, sobre todo, cuarto. Definitivamente, el cuarto modelo idealizado por Grunig y Hunt está ausente

en la mayoría de las relaciones públicas corporativas. Como señala Kevin Moloney (2006), la mayoría de las relaciones públicas son, en realidad, comunicación pública diseñada para manipular o persuadir, lo que él define como “propaganda débil”. Moloney se refiere al Reino Unido, pero la afirmación es válida para cualquier otro país occidental.

Los esfuerzos por definir y promocionar una persuasión ética, no manipuladora, no se limitan, no obstante, al modelo de Grunig y Hunt. En 2001, Sherry Baker y David L. Martinson elaboraron un modelo de comunicación persuasiva —el marco TARES— que representa un interesante intento normativo de relacionar la comunicación persuasiva con los deberes y la responsabilidad —es decir, la ética— del profesional de las relaciones públicas. El modelo TARES establece los límites éticos de la comunicación persuasiva a través de cinco principios: la veracidad del mensaje; la autenticidad del persuasor; el respeto a la persona persuadida; la equidad de la apelación persuasiva; y la responsabilidad social por el bien común.

Vemos en ambos modelos (Grunig y Hunt y TARES) la importancia de la veracidad. Decir la verdad es tan importante en las relaciones públicas como en cualquier otro tipo de comunicación. Independientemente de quien la proponga, toda intención persuasiva debe estar en consonancia con la verdad o, al menos, con el compromiso de evitar el engaño. Lee (2016) define decir la verdad como “presentar hechos que concuerdan con la realidad” (227). Sin embargo, como bien saben los expertos en discurso, no decir la verdad de los hechos no es la única falsedad que se puede promover; omitir hechos también es una forma significativa de sesgo. Es decir, la difusión de una verdad selectiva también puede constituir fabricación, tergiversación o falsedad.

Atendiendo a estos dos modelos podemos realizar algunas reflexiones sobre la ética persuasiva de las relaciones públicas del complejo industrial animal. En primer lugar, la presión política y social destinada a mantener y proteger un negocio basado en la explotación y muerte de animales difícilmente pueden evaluarse como beneficiosas para nadie más que para la industria. Por supuesto no es beneficiosa para los animales explotados, pero tampoco puede considerarse beneficiosa para los humanos influidos. La información que la industria proporciona a sus públicos es, como mínimo, incompleta y, en muchos casos, inexacta y engañosa, ya que nunca refleja la violencia inherente a la explotación

Incluso si una dieta basada en productos de origen animal fuera saludable, la ocultación del daño causado a los animales y al medio ambiente seguiría siendo un acto de manipulación. Para que el ejercicio persuasivo de la industria pudiera considerarse legítimo y beneficioso para el público, debería incluir de manera transparente toda la información relevante para una toma de decisiones informada e

independiente. Sin embargo, este nivel de transparencia es intrínsecamente imposible para la industria alimentaria basada en la explotación animal, ya que revelar la verdad sobre sus prácticas supondría socavar su propia legitimidad y, probablemente, su aceptación social.

Por ejemplo, si aplicáramos este principio de transparencia a la industria alimentaria, podríamos imaginar que los huevos se vendieran con imágenes del llamado “prolapso cloacal”,<sup>3</sup> una dolorosa condición que sufren las gallinas debido al esfuerzo constante de poner huevos de gran tamaño con alta frecuencia, lo que provoca infecciones y hemorragias. Pero mostrar esta realidad de forma explícita haría insostenible el mito del “bienestar animal” con el que estas empresas justifican su actividad.

Lo cierto es que este nivel de transparencia no lo ejerce prácticamente nadie en ninguna industria. Por ejemplo, los fabricantes de tabaco están obligados a incluir advertencias sanitarias con imágenes impactantes, como pulmones con cáncer, para informar a los consumidores sobre los riesgos de su consumo. Sin embargo, esta transparencia se limita a los efectos del tabaco sobre quienes lo consumen, sin tener en cuenta el impacto en terceros afectados por su producción, como los animales utilizados durante años en experimentos para testar su toxicidad o los humanos expuestos a condiciones laborales precarias en las fases de cultivo y fabricación.

La transparencia es un elemento básico de la veracidad en los mensajes de la industria y, sin embargo, es inviable para las industrias que explotan animales. En realidad, las relaciones públicas del complejo industrial animal están obligadas a hacer el ejercicio contrario: deben minimizar, cuando no omitir por completo, el daño que causan para poder seguir en el negocio. Este esfuerzo se manifiesta de forma especialmente clara en tres tácticas clave identificadas en estos discursos (Almiron, 2024): (1) ocultar la realidad de la situación en la que se encuentran los animales; (2) difundir la idea de que quienes los explotan en realidad se preocupan por su bienestar; y (3) sembrar dudas sobre las afirmaciones de quienes los defienden. En

---

<sup>3</sup> El cuerpo de las gallinas tiene un único orificio que cumple funciones digestivas (expulsión de heces), urinarias (expulsión de orina) y reproductivas (expulsión de huevos). Es, por lo tanto, al mismo tiempo un ano, una uretra y parte del aparato reproductor. En algún momento, los humanos decidieron denominar estos orificios multifuncionales—presentes en aves, anfibios, reptiles y algunos mamíferos—con el mismo término, *cloaca*, con el que se refieren al conducto por donde circulan las aguas residuales y los desechos de las poblaciones humanas. Esta elección terminológica no es casual, sino que refleja una tendencia recurrente en la nomenclatura zoológica: la asociación de los cuerpos animales con lo impuro o lo abyecto desde una perspectiva antropocéntrica.

definitiva, la transparencia que haría posible una comunicación ética es incompatible con una industria cuya existencia depende de la explotación y la violencia.

Por todo lo anterior, no es difícil concluir que la actividad persuasiva del complejo industrial animal no respeta los principios básicos que distinguen la persuasión ética de la propaganda, esta última basada en mantener al público alejado de hechos relevantes que le permitirían tomar decisiones autónomas y fundamentadas (Marlin, 2013; Soules, 2015). Las relaciones institucionales de este complejo, en particular, y sus relaciones públicas, en general, no cumplen con los estándares mínimos de ética persuasiva establecidos por la propia teoría de las relaciones públicas.

## ÉTICA DE LA PERSUASIÓN Y COMPASIÓN

Este capítulo parte de la premisa de que es posible ejercer una comunicación persuasiva legítima, es decir, ética. Esto se debe a la convicción de que es difícil sostener una división clara entre la persuasión y lo que comúnmente se considera su opuesto: la información. Para muchos investigadores del ámbito de la comunicación persuasiva, entre los que me incluyo, toda comunicación es persuasiva (Duffy, Thorson y Vultee, 2016).

Basta con leer la prensa o ver un telediario, la selección de los temas a cubrir, el enfoque que se da a los mismos, las voces que se representan en ellos responden todos a criterios editoriales, ideológicos y estratégicos que, de manera implícita o explícita, influyen en la percepción y en la interpretación de la realidad por parte del público. El periodismo, incluso cuando pretende ser objetivo, está inevitablemente mediado por decisiones que moldean una determinada interpretación de la realidad y buscan persuadir de que esa interpretación es la correcta. Se trata por lo tanto también de un ejercicio de influencia que, al presentarse como información, puede considerarse incluso más problemático que las relaciones públicas tradicionales.

De modo que la cuestión de si la persuasión debe o no existir no conduce a ningún sitio. La estamos ejerciendo constantemente. Es más útil preocuparnos por cómo ejercer persuasión de manera legítima y ética, lo que implica considerar los principios de transparencia, equidad y ausencia de manipulación, asegurando que los receptores tengan acceso a información suficiente y veraz para formarse su propio juicio. Margaret Duffy y Esther Thorson (2016) definen la ética de la comunicación estratégica como “lo que es correcto o bueno en la práctica” de los comunicadores y lo que se ocupa “de cuestiones sobre lo que se debería hacer, y no solo sobre lo que legalmente debe hacerse” (Duffy y Thorson, 2016, 7). En el ámbito de las relaciones públicas y la comunicación estratégica, podríamos resumir que esto debe implicar (1) evitar tácticas engañosas; (2) evitar la ocultación de datos

clave; (3) evitar la explotación de sesgos cognitivos para inducir comportamientos en contra de los propios intereses de la audiencia; y (4) no implicar daños a nadie, y, mucho menos, daños evitables.

En el ámbito de las relaciones públicas del complejo industrial animal, nos encontramos con la imposibilidad de cumplir con todos estos principios éticos. La esencia misma de estas industrias radica en la explotación y matanza de seres sintientes, lo que no solo impide la transparencia sobre sus actividades, sino que las obliga a intensificar sus esfuerzos promocionales para maquillar sus actividades como algo normal e incluso esencial. Y, muy especialmente, obliga a las industrias a hacer presión para contrarrestar la compasión espontánea de la opinión pública ante el sufrimiento infligido a los animales (Almiron, 2024).

Esta compasión es, al fin y al cabo, el principal escollo con el que se enfrenta este complejo industrial. Y no se trata esta de una simple emoción. Como ha descrito Lori Gruen (2015), si bien ella le llama empatía, esta emoción, que quizás sería mejor llamar virtud, es fundamental para la justicia, ya que, sin la capacidad de reconocer y responder al sufrimiento del otro, la justicia se reduce a una abstracción fría y descontextualizada. Los enfoques tradicionales, centrados exclusivamente en marcos normativos y principios racionales, ocultan que la justicia solo cobra sentido cuando está guiada por una preocupación genuina por los demás. Como describe Martha Nussbaum (2001), la compasión no es una emoción secundaria ni un complemento a la justicia, sino su núcleo (una brújula moral), ya que permite entender las experiencias y vulnerabilidades de quienes son afectados por las decisiones y estructuras de poder.

Como hemos descrito en otro sitio (Aranceta-Reboredo y Almiron, 2024), las industrias que explotan animales han adoptado, por un lado, una retórica de bienestar animal mientras, en paralelo, bloquean el desarrollo de la compasión mediante estrategias como la falsa compasión, la neutralización de la empatía y la normalización del daño. En síntesis, la explotación animal no solo se sostiene a través de estrategias de persuasión engañosas —basta con leer los capítulos siguientes de este libro—, sino que también genera un perjuicio con graves repercusiones a nivel social, al bloquear una brújula moral tan importante como es la compasión.

De hecho, la compasión ha sido un concepto central en muchas tradiciones filosóficas orientales mucho antes de que la filosofía occidental la considerara una emoción moral. En el budismo Mahayana, por ejemplo, la compasión (*karunā*) y la sabiduría (*prajñā*) son las dos virtudes fundamentales para alcanzar la iluminación, ya que el sufrimiento solo puede reducirse si se reconoce la interconexión de todos los seres sintientes. Desde esta perspectiva, la compasión no es solo un sentimiento

altruista, sino un imperativo ético que guía la conducta moral. En contraste, la tradición filosófica occidental ha abordado la compasión de distintas formas según la disciplina, pero en general la define como una emoción reactiva que surge ante el sufrimiento ajeno. Autores como Persson (2021) y Nussbaum (2001) la definen como esencial para la formación de la moralidad y esta última la caracteriza además como una emoción dolorosa que surge al ser conscientes del infortunio inmerecido de otros seres. Desde la ética animal, la compasión se considera una emoción clave para fortalecer los lazos éticos con los animales y superar barreras como el especismo (especialmente por parte de filósofas, además de Nussbaum, por ejemplo, Donovan y Adams, 2007; Gruen, 2015; Puleo, 2019).

Aunque el papel de la compasión en la moralidad ha sido históricamente relegado a un segundo plano debido a la primacía de la razón en la filosofía occidental (Puleo, 2011), es preciso reivindicarla como un componente esencial de la ética, especialmente para la inclusión de los animales en nuestro círculo moral. Esta reivindicación no solo está presente en la ética animal, sino también en enfoques más amplios sobre la educación moral y la justicia. En este sentido, Nussbaum y otros filósofos argumentan que la compasión puede entrenarse y debe ser parte de una educación que supere dualismos jerárquicos, como la supuesta superioridad humana sobre los animales. Así, teorías contemporáneas de la ética del cuidado y la virtud sostienen que la separación entre razón y emoción es artificial y contraproducente para el desarrollo de la justicia y la no violencia.

Desde una perspectiva psicológica (Aranceta-Reboredo y Almiron, 2024), se reconoce que la compasión fomenta comportamientos prosociales, es decir, conductas que promueven el bienestar de otros. Sin embargo, las visiones androcéntricas han tendido a marginar las emociones en la ética y la ciencia, incluso aquellas que son fundamentales para la virtud moral.

En conclusión, la comunicación no solo no debe obstaculizar la compasión, sino que debe cultivarla, ya que una práctica ética no puede excluir a la mayor parte de los seres sintientes del planeta. Por este motivo, las relaciones institucionales del complejo animal industrial, al intentar preservar un negocio que causa daños directos, no pueden considerarse legítimas dentro de una comunicación ética. El objetivo de estas relaciones públicas no es informar ni beneficiar a la ciudadanía, sino manipular la percepción pública para neutralizar la compasión y justificar una industria basada en la explotación, el sufrimiento y la muerte.

## REFERENCIAS

- Allen, Seamus. 2024. *The Digital Services Act: Censorship Risks for Europe*. Dublin: Institute of International and European Affairs. <https://www.iiea.com/publications/the-digital-services-act-censorship-risks-for-europe>
- Almiron, Núria, ed. 2024. *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*. Londres: Routledge.
- Aranceta-Reboredo, Olatz y Núria Almiron. 2024. “On compassion, animal suffering, and persuasión”. En *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*, editado por Núria Almiron, 34–50. Londres: Routledge.
- ARTICLE 19. 2020. “Freedom of Expression and National Security: A Summary”. ARTICLE 19. <https://www.article19.org/resources/foe-and-national-security-a-summary/>
- Baker, Sherry y David L. Martinson. 2001. “The TARES Test: Five Principles for Ethical Persuasion”. *Journal of Mass Media Ethics* 16, no. 2/3: 148–175. <https://doi.org/10.1080/08900523.2001.9679610>
- Casal, Paula. 2024. “Sufficiency, Nature, and the Future”. *Political Philosophy* 1, no. 1: 72–104. <https://doi.org/10.16995/pp.15252>
- Clancy, Elizabeth A. 2014. “Animals as Community Stakeholders: Inclusion of Pets in Social Policy and Practice”. *Families in Society* 95, no. 4: 285–289. <https://doi.org/10.1606/1044-3894.2014.95.33>
- Comisión Europea. 2024. *The Digital Services Act*. Bruselas: Comisión Europea. [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en)
- Connolly, Lucy y John G. Cullen. 2018. “Animals and Organisations: An Ethic of Care Framework”. *Organization & Environment* 31, no. 4: 406–424. <https://doi.org/10.1177/1086026617712975>
- Cunningham, Anne. 1999. “Responsible Advertisers. A Contractualist Approach to Ethical Power”. *Journal of Mass Media Ethics* 14, no. 2: 82–94. [https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1402\\_2](https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1402_2)
- Donovan, Josephine y Carol Adams. 2007. *The Feminist Care Tradition in Animal Ethics*. Nueva York: Columbia University Press.
- Duffy, Margaret y Esther Thorson, eds. 2016. *Persuasion Ethics Today*. Londres: Routledge.

- Duffy, Margaret, Esther Thorson, y Fred Vultee. 2016. "All Communication Is Persuasive: Exploding the Myth of Objectivity". En *Persuasion Ethics Today*, editado por Margaret Duffy y Esther Thorson, 14–28. Londres: Routledge.
- Errickson, Frank, Kevin Kuruc y Jonathan McFadden. 2021. "Animal-based foods have high social and climate costs". *Nature Food* 2: 274–281. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00265-1>
- Ferrari, Luca, Stefan-Alexandru Panaite, Antonella Bertazzo, y Francesco Visioli. 2022. "Animal- and Plant-Based Protein Sources: A Scoping Review of Human Health Outcomes and Environmental Impact". *Nutrients* 14, no. 23: 5115. <https://doi.org/10.3390/nu14235115>.
- Greenpeace España. 2023. "Las SLAPP o cómo silenciar a la población," *Greenpeace España*, 22 de febrero, <https://es.greenpeace.org/es/noticias/las-slapp-o-como-silenciar-a-la-poblacion/>
- Gruen, Lori. 2015. *Entangled Empathy: An Alternative Ethic for Our Relationships with Animals*. Nueva York: Lantern Books.
- Grunig, James E. y Todd T. Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Haworth, Alan. 1998. *Free Speech*. Londres: Routledge.
- Lee, Seow Ting. 2016. "Ethics Theory and Application in Public Relations, Advertising, and Health Communication". En *Persuasion Ethics Today*, editado por Margaret Duffy y Esther Thorson, 224–242. Nueva York: Routledge.
- Marlin, Randal. 2013. *Propaganda and the Ethics of Persuasion*. Peterborough, ON: Broad-view Press.
- Merskin, Debra. 2021. "Circle of Responsibility: Animals as Stakeholders". En *Public Relations for Social Responsibility: Affirming DEI Commitment with Action*, editado por Donnalyn Pompper, 135–149. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Mill, John Stuart. 2003. *Sobre la libertad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Moloney, Kevin. 2006. *Rethinking Public Relations. PR Propaganda and Democracy*. Londres: Routledge.
- Nibert, David. 2013. *Animal Oppression and Human Violence: Domesecration, Capitalism, and Global Conflict*. Nueva York: Columbia University Press.
- Noske, Barbara. 1989. *Human and Other Animals*. Londres: Pluto Press.

- Nussbaum, Martha C. 2001. *Upheavals of Thought. The Intelligence of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O'Rourke, K.C. 2001. *John Stuart Mill and Freedom of Expression. The Genesis of a Theory*. Londres: Routledge.
- Perloff, Richard M. 2017. *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Nueva York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429196959>
- Persson, Ingmar. 2021. *Morality from Compassion*. Oxford: Oxford University Press.
- Puleo, Alicia H. 2011. *Ecofeminismo para otro mundo posible*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Puleo, Alicia H. 2019. *Claves ecofeministas Para rebeldes que aman a la Tierra y a los animales*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Soules, Marshall. 2015. *Media, Persuasion, and Propaganda*. Edinburgo: Edinburgh University Press.
- Twine, Richard. 2012. "Revealing the 'Animal-Industrial Complex' – A Concept & Method for Critical Animal Studies?", *Journal for Critical Animal Studies* 10, no. 1: 12–39.

## CAPÍTULO 2

### Intereses en coalición: El mapa del complejo industrial animal español

Laura Fernández y Núria Almiron

**Resumen:** Este capítulo recopila los grupos de interés más relevantes del Estado español en los ámbitos de la alimentación animal, la experimentación animal y el entretenimiento con animales, con el objetivo de ofrecer un mapa de esta fuerza persuasiva en defensa de la explotación animal, prácticamente invisible para la opinión pública. El análisis incluye a cualquier organización que actúe como grupo de presión o lobby o que funcione como un altavoz de relaciones públicas para la industria. En el ámbito de la alimentación, se han identificado 106 grupos de presión, 13 asociaciones gastronómicas y 41 institutos de investigación y plataformas promocionales que contribuyen a influir a favor de esta industria. En el ámbito de la experimentación, se han identificado 8 grupos de presión, 39 asociaciones que apoyan la experimentación en animales y 42 empresas privadas dedicadas a la cría, experimentación, distribución o formación en el sector. En el ámbito del entretenimiento, se han identificado 84 grupos de presión y 28 institutos, organizaciones y plataformas promocionales creadas para promover alguno de los sectores de esta industria. El mapa del complejo industrial animal español refleja no solo una capacidad de influencia de enorme magnitud por parte de cada industria, sino también la configuración tácita de una coalición de intereses, basada en negocios compartidos y en una alineación ideológica esencial: el antropocentrismo especista que legitima la explotación animal.

### INTRODUCCIÓN

La capacidad de influencia de un sector industrial en la sociedad depende en gran medida de su envergadura económica. Dicha magnitud determina, en última instancia, su capacidad organizativa para defender sus intereses ante las autoridades, lograr que los medios de comunicación promuevan —o al menos no perjudiquen— dichos intereses y persuadir a la opinión pública de que se trata de intereses legítimos.

Este capítulo recopila los grupos de interés más relevantes en el Estado español en los ámbitos de la obtención de productos alimentarios de origen animal, así como la experimentación y el entretenimiento con animales. El objetivo es ofrecer un mapa de esta fuerza persuasiva en defensa de la explotación animal, prácticamente invisible para la opinión pública. Estos ámbitos constituyen tres grandes complejos industriales que componen, a su vez, el complejo industrial animal —que incluye también otros ámbitos, como los grupos de interés de la industria de la moda (textil y complementos obtenidos a través de la explotación animal), el sector de la compraventa de animales de compañía o la explotación y gestión de los animales que viven en la naturaleza—.

En este análisis hemos considerado como grupos de presión a todas aquellas organizaciones que actúan como lobbies o altavoces de relaciones públicas para la industria. Esto incluye asociaciones empresariales, federaciones, coaliciones, plataformas web creadas por grupos de interés corporativos, publicaciones vinculadas a la industria, fundaciones, institutos de investigación —tanto públicos (patrocinados por el gobierno) como privados (financiados por empresas)— y diversas plataformas promocionales.<sup>1</sup>

En concreto, en el ámbito de la alimentación, hemos identificado 106 grupos de presión, 13 asociaciones gastronómicas y 41 institutos de investigación y plataformas promocionales que contribuyen a influir a favor de esta industria. En el ámbito de la experimentación, se han identificado 8 grupos de presión, 39 asociaciones que apoyan la experimentación en animales y 42 empresas privadas dedicadas a la cría, experimentación, distribución o formación en el sector. También se han detectado más de 200 centros/institutos de investigación y organizaciones/instituciones académicas vinculadas a la experimentación con animales. En el ámbito del entretenimiento, se han identificado 84 grupos de presión y 28 institutos, organizaciones y plataformas promocionales creadas para promover alguno de los sectores de esta industria. En total, se trata de cientos de organizaciones que, en conjunto, ejercen una considerable capacidad de influencia, sin duda exponencialmente superior a la de las organizaciones contrarias a la explotación animal. Además, como veremos, los intereses de los lobbies

---

<sup>1</sup> Para la recopilación de los grupos de interés de los tres complejos animales aquí estudiados nos hemos basado en una revisión de literatura, búsquedas en internet e información relacionada en línea, consultas a personas expertas y apariciones mediáticas de los principales agentes del complejo industrial animal en el Estado español. En el caso del complejo industrial de alimentación de origen animal, el punto de partida ha sido del listado de organizaciones interprofesionales agroalimentarias del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2024). En el ámbito del entretenimiento y la experimentación animal hemos partido de búsquedas en internet y en la prensa digital. En todos los casos nos hemos referido a organizaciones españolas y se han incluido unas pocas organizaciones internacionales, únicamente las que cumplían con los criterios de tener una sede en el país o centrar una parte importante de su actividad en el contexto español.

de explotación animal confluyen en aspectos clave, lo que convierte a este complejo industrial en un entramado ideológicamente alineado, con múltiples conexiones entre sí y con capacidad de formar coaliciones de intereses (Almiron, 2016).

## **EL COMPLEJO INDUSTRIAL DE LA ALIMENTACIÓN DE ORIGEN ANIMAL**

La industria alimentaria basada en animales (Tabla 1) es uno de los mayores sectores económicos, lo cual queda reflejado en el mapa de grupos de presión y plataformas promocionales que le dan apoyo en el contexto español. La lista de grupos de presión de esta industria que hemos identificado en el Estado español incluye 106 organizaciones que ejercen presión en favor del negocio de la carne, los productos lácteos, la pesca y las granjas de peces y otros animales marinos, crustáceos y moluscos, los huevos, la miel, los insectos, los alimentos para animales de compañía o explotados y las asociaciones agrícolas de carácter general. En este gran mapa de lobbies, destaca el nuevo sector de los insectos para alimentación humana y no humana, que en 2024 ya contaba con una asociación profesional nacional (APROINSECTA) con 36 socios productores de insectos asociados en defensa de estos intereses empresariales.

Además de dichas instituciones, se han identificado 13 asociaciones gastronómicas y 41 organizaciones constituidas como plataformas promocionales e institutos de investigación vinculadas tanto a iniciativas públicas como privadas. Los centros de investigación incluidos en nuestro análisis destacan por su claro enfoque en la promoción de las actividades de la industria, más que por una labor científico-académica. Esto no implica que no realicen investigación, pero su actividad está dominada por estrategias de marketing y difusión, que en muchos casos constituyen su razón principal de existencia.

Por otro lado, las plataformas promocionales incluyen medios de comunicación especializados como el Grupo Agrinews, que proporciona información y servicios de comunicación a profesionales y empresas del sector, además de servir como foro público de su actividad. Aunque este grupo no está corporativamente integrado en la industria, sí depende económicamente de ella, por lo que en la práctica funciona como una herramienta de difusión de sus intereses. Nacido en 2013, año en que apenas facturó 58.000 euros, en 2023 Agrinews superó los 1,6 millones de euros de ingresos (más de un 900% de incremento en una década). En este periodo la empresa ha pasado de uno a 19 empleados y ha incorporado una agencia de marketing ganadero a la larga lista de servicios que proporciona al sector (Informa, 2024).

A la influencia ejercida por los grupos de presión que representan los intereses de cada sector, hay que sumar, por supuesto, el lobby ejercido directamente por

las empresas a título individual. Estas no están incluidas en la Tabla 1, ya que no constituyen estrictamente grupos de interés, pero, especialmente en el caso de las de mayor envergadura, pueden alcanzar una considerable influencia pública, ya sea actuando de manera individual o formando coaliciones puntuales con otras grandes compañías del sector.

**Tabla 1. Grupos de interés españoles de la industria alimentaria basada en animales**

<b>1.1. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR CÁRNICO</b>
AECERIBER (Asociación Española de Criadores de Ganado Porcino Selecto Ibérico Puro y Tronco Ibérico)
AGAVEPOR (Asociación Gallega de Veterinarios de Porcino)
AGEU (Asociación Ganaderos Españoles Unidos)
ANAFRIC (Asociación Empresarial Cárnica)
ANAVEPOR (Asociación Nacional de veterinarios de porcino)
ANCOPOR (Asociación Nacional Comerciantes de Ganado Porcino)
ANICE (Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España)
ANPROGAPOR (Asociación Nacional de Productores de Ganado Porcino)
ANPS (Asociación Nacional de Criadores de Ganado Porcino Selecto)
ANVEPI (Asociación Nacional de Veterinarios del Porcino Ibérico)
ARAPORC (Asociación Regional Andaluza de Productores de Ganado Porcino y de la Dehesa Española)
ASACRIBER (Asociación Salmantina de Criadores de Ganado Porcino Selecto de Tronco Ibérico)
ASICCAZA (Asociación Interprofesional de la Carne de Caza Silvestre)
ASICI (Asociación Interprofesional de Cerdo Ibérico)
APCVA (Asociación de Productores de Carne de Vacuno de Aragón)
APPLE (Asociación de Productores de Leite Ecológico de Galicia)
AVEPOMUR (Asociación de Veterinarios de Porcino de la Región de Murcia)
AVEPORCYL (Asociación de veterinarios de porcino de Castilla y León)
AVIANSO (Avicultores Andaluces Asociados)
AVIANZA (Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola)
AVPA (Asociación de veterinarios de porcino de Aragón)
AVPC (Associació de veterinaris de porcí de Catalunya)
FAC (Federació Avícola Catalana)
FEP (Federación Estatal de Pastores)
Foro Ganadero-Cárnico
INTERCUN (Organización Interprofesional para impulsar el Sector Cunicola)
INTEROVIC (Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne)
INTERPALM (Asociación Interprofesional de las Palmípedas Grasas)
INTERPORC (Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca)
INVAC (Organización Interprofesional de la Carne del Vacuno Autóctono de Calidad)
OVICA (Asociación de Criadores de Ovino y Caprino de Galicia)
OVIGEN (Centro de Selección y Mejora Genética de Ovino y Caprino de Castilla y León)
PORCAT (Associació Catalana de Productes del Porcí)
PROVACUNO (Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno)
Red Municipal Ganadero-Cárnica
RFEAGAS (Real Federación Española de Asociaciones de Ganado Selecto)

**1.2. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR LÁCTEO**

AEFY (Asociación Española de Fabricantes de Yogur)  
 AFA (Asociación Frisona Andaluza)  
 AFB (Asociación Frisona Balear)  
 AFCA (Asociación Frisona de Cantabria)  
 AFEX (Asociación Frisona Extremeña)  
 AFNA (Asociación Frisona de Navarra)  
 AFRIARA (Asociación Frisona de Aragón)  
 AFRICAMA (Asociación Frisona de Castilla-La Mancha)  
 AFRIDEMA (Asociación Frisona de Madrid)  
 AFRIVAL (Asociación Frisona Valenciana)  
 AGAPROL (Asociación de Ganaderos Productores de Leche)  
 ALLIC (Associació Interprofesional lletera de Catalunya)  
 AQA (Asociación de Queseros Artesanos)  
 AILA (Asociación Interprofesional lechera de Aragón)  
 ASCOLAF (Asturiana de Control Lechero – Asociación Frisona)  
 Asociación Quesos de Málaga  
 Asociación Ruta Europea del Queso  
 CONAFE (Confederación de Asociaciones de Frisona Española)  
 EFRIFE (Federación Frisona de Euskadi)  
 FEFRIC (Federación Frisona de Catalunya)  
 FEFRICALE (Federación Frisona Castilla-León)  
 FEFRIGA (Federación Frisona Gallega)  
 FENIL (Federación Nacional de Industrias Lácteas)  
 INLAC (Organización Interprofesional láctea)  
 PLAGANU (Asociación de Cata de Quesos)  
 QdT (Asociación de Productores de Leche y Queso de Teruel)  
 QUERED (Red Española de Queserías de Campo y Artesanas)  
 QUESANDALUZ (Asociación de Queseros Artesanos de Andalucía)  
 QUESICA (Asociación de Productores de Quesos de la Sierra de Cádiz)

**1.3. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR PESQUERO, ACUÍCOLA, DE CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS**

ANCEC (Asociación Nacional de Cría y Engorde del Caracol)  
 AEMPM (Asociación de Empresarios Mayoristas de Pescados de Madrid)  
 ANFABASA (Asociación Nacional de Fabricantes de Bacalao y Salazones)  
 ANFACO-CECOPESCA (Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados)  
 ANMUPESCA (Asociación Nacional de Mujeres en la Pesca)  
 APROMAR (Asociación Empresarial de Acuicultura de España)  
 AQUAPISCIS (Organización Interprofesional de la Acuicultura Continental Española)  
 ASIMPORT (Asociación de Importadores y Manipuladores de Productos de la Pesca y Acuicultura)  
 CEPESCA (Confederación Española de Pesca)  
 CETGA (Cluster de la Acuicultura de Galicia)  
 Comunidad de pescadores El Palmar  
 FEDEPESCA (Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados)  
 Federación de Mujeres Trabajadoras del Mar de Euskadi

<p>FEICOPESCA (Federación Española de Asociaciones de Industrias de Transformación y Comercializadores de Productos de la Pesca y de la Acuicultura)          INTERFISH (Organización Interprofesional Pesquera)          INTERHÉLIX (Organización Interprofesional del Caracol de Crianza)          MedArtNet (Mediterranean Platform of Artisanal Fishers)          OPMEGA (Organización de Productores de Mejillón de Galicia)          PESCARTES (Asociación de Pescadores Artesanales Parque Natural Cabo de Gata- Níjar)          REGP (Red Española de Grupos de Pesca)</p>
<p><b>1.4. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR DEL HUEVO</b></p>
<p>ASEPRHU (Asociación Española de Productores de Huevos)          AVIANSO (Avicultores Andaluces Asociados)          EEPTA (Asociación Europea de Envasadores y Comercializadores de Huevos)          FAC (Federació Avícola catalana)          FEDEROVO (Federación Española de Empresas del Sector de la Producción de Huevos y Ovoproductos)          GOE (Asociación de Productores Avícolas de Guipúzcoa)          INOVO (Asociación Española de Industrias de Ovoproductos)          INPROVO (Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos)</p>
<p><b>1.5. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR APÍCOLA</b></p>
<p>AEA (Asociación Española de Apicultores)          ASEMIEL-ANIMPA (Asociación Española de Comerciantes y Envasadores de Miel)</p>
<p><b>1.6. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR DE LA CRÍA DE INSECTOS</b></p>
<p>APROINSECTA (Asociación Profesional Nacional para la Promoción, Innovación y Desarrollo del sector de la Insecticultura en España)</p>
<p><b>1.7. GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR ALIMENTACIÓN Y EQUIPAMIENTO ANIMAL</b></p>
<p>AIFE (Asociación Interprofesional de Forrajes Españoles)          ANFAAC (Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía)          APICOSE (Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos del Sureste de España)          ASEMAZ-ASA (Asociación para la Salud Animal)          CEFAC (Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales)          FAC (Federació Avícola Catalana)          FEDNA (Fundación Española para el Desarrollo de la Nutrición Animal)          FEPORCYL (Federación de Asociaciones de Productores de Ganado Porcino de Castilla y León)          INTERAL (Interprofesional española de la Alimentación Animal)          ROTECNA (Empresa de equipamiento para el sector porcino)</p>
<p><b>1.8. ASOCIACIONES GASTRONÓMICAS Y GRUPOS DE INTERÉS DE CARÁCTER GENERAL</b></p>
<p>AIDA (Asociación Interprofesional para el Desarrollo Agrario)          Alianza Rural          Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico          CEAG (Club Español de Alta Gastronomía)          Cofradía Vasca de Gastronomía</p>

Euskal Abereak (Asociación para la Conservación de las razas ganaderas autóctonas vascas)  
 FECOAN (Federación Andaluza de Cofradías Vínicas y Gastronómicas)  
 FECOES (Federación de Cofradías Gastronómicas Europeas)  
 FECOGA (Federación de Cofradías Gastronómicas)  
 FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas)  
 Fundación Dieta Mediterránea  
 Fundación Trashumancia y Naturaleza  
 MEG (Asociación Mujeres en la Gastronomía)

#### 1.9. INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN Y PLATAFORMAS PROMOCIONALES

AECA (Asociación Española de Ciencia Avícola)  
 AECD (Asociación Española Contra la Despoblación)  
 Observatorio AGAPROL (Asociación de Ganaderos Productores de Leche)  
 Agroinformacion, S.L. (Medio digital del sector agroganadero)  
 AgriNews (Grupo de Comunicación Agrinews, S.L.)  
 ANAPORC (Asociación Nacional de Porcinocultura Científica)  
 ANFACO-CECOPECA (Asociación empresarial del complejo mar-industria)  
 APM (Asociación de Pastores por el Monte Mediterráneo)  
 APPG (Asociación para la Protección del Patrimonio Gastronómico)  
 Asociación Océano Alfa  
 BAPSI (Blue Academy for Professionals on the Seafood Industry)  
 Carne y salud (Plataforma informativa del Foro Ganadero-Cárnico y la Red Municipal Ganadero-Cárnica)  
 Cátedra de Ganadería Ecológica Ecovalia-Clemente Mata (Universidad de Córdoba)  
 Cátedra Oceans i Salut Humana (Universitat de Girona)  
 CIAL (Instituto de Investigación de las Ciencias de Alimentación) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y la Universidad Autónoma de Madrid  
 El peix al plat (Plataforma de promoción del turismo pesquero en Barcelona)  
 EUMOFA (Observatorio Europeo del Mercado de los Productos de la Pesca y de la Acuicultura)  
 FEN (Fundación Española de la Nutrición)  
 Fundación Amigos de las Abejas  
 Fundación Biodiversidad  
 Fundación Entretantos  
 FUNDAMAR (Fundación para la Pesca y el Marisqueo)  
 GER (Ganaderas en Red)  
 i+Porc (Cluster Español de Productores de Ganado Porcino)  
 Iberinsect (Investigaciones en la producción de insectos)  
 IGA (International Goat Association en español)  
 IEH (Instituto de Estudios del Huevo)  
 Intemares (Proyecto de investigación)  
 IP (Industrias pesqueras)  
 ISM (Instituto Social de la Marina)  
 IVIA (Institut Valencià d'Investigacions Agràries)  
 OESA (Observatorio Español de la Acuicultura)  
 PECT Porcí de Lleida (Proyecto de especialización y competitividad territorial)  
 Programa Pleamar (Programa de innovación y sostenibilidad del sector pesquero y acuícola)  
 RAG (Real Academia de Gastronomía)  
 Ramaderes de Catalunya (Agrupación de ganaderas catalanas de ganadería extensiva)

REMSP (Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero)  
 Revista Frisona Española (Revista de la CONAFE)  
 UEECA (Unión de Entidades Españolas de Ciencia Animal)  
 UFAW (Universities Federation for Animal Welfare)  
 Vaca Pinta (Revista técnica del vacuno lechero)

## EL COMPLEJO INDUSTRIAL DE LA EXPERIMENTACIÓN CON ANIMALES

Para la industria de la experimentación animal, hemos identificado ocho grupos de presión en el Estado español cuya principal misión es defender el uso de animales en la investigación, así como 39 organizaciones que representan diversos ámbitos científicos (sociedades científicas, asociaciones profesionales, etc.), las cuales experimentan con animales y, por lo tanto, respaldan esta actividad.

La Tabla 2 recoge todas estas entidades, junto con las 42 principales empresas privadas especializadas en proveer servicios para el sector de la experimentación con animales en el Estado español. Como sucede en todas las industrias, aunque estas empresas están representadas por diversos grupos de interés, también ejercen influencia de manera individual. Si bien no constituyen grupos de presión en sentido estricto, las incluimos en este mapa ya que reflejan un sector que, salvo en casos puntuales de escándalo mediático, sigue siendo uno de los más invisibilizados socialmente. Un ejemplo de ello es el impacto generado por la investigación de Carlota Saorsa sobre el laboratorio Vivotecnia, en Tres Cantos, Madrid (Arana, 2021).

La clasificación de la Tabla 2 no incluye, sin embargo, por motivos de espacio, a los más de doscientos centros de investigación y formación, tanto públicos como privados (universidades, institutos especializados, parques científicos, redes profesionales, etc.), que también experimentan con animales en el Estado español. Sus intereses están representados por diversas organizaciones, pero por supuesto pueden ejercer influencia de manera individual o a través de alianzas fuera de los grupos y asociaciones que los representan.

Tanto estos centros de investigación como las 39 organizaciones científicas señaladas, pese a no ser lobbies en sentido estricto, tienen un impacto considerable. Su influencia radica en que se les considera actores expertos, lo que minimiza o invisibiliza posibles conflictos de interés. Dichos conflictos no solo pueden estar ligados a intereses comerciales detrás de la investigación, sino también a la inercia institucional: los propios investigadores tienden a defender los métodos que han aplicado durante años y en los que han invertido grandes recursos, lo que los hace reticentes al cambio y puede comprometer la objetividad científica. En este sentido, muchas de estas organizaciones promueven la experimentación con animales no sólo

por razones científicas, sino porque constituye una de sus metodologías principales, si no la principal (Pound, 2023).

Es importante recordar que, además de las empresas especializadas en proveer servicios para el sector de la experimentación, existe un gran número de otras compañías, especialmente del sector farmacéutico (aunque no exclusivamente), que contratan estos servicios o, en menor medida, llevan a cabo experimentación con animales por cuenta propia. Sin embargo, dado que esta no es su actividad central, su defensa de la experimentación animal suele ser más coyuntural y, por tanto, más abierta a la adopción de alternativas sin animales. A pesar de ello, su apoyo económico —especialmente como clientes— refuerza el entramado del complejo industrial de la experimentación animal.

Un caso emblemático que evidencia los intereses cruzados que protegen a las empresas proveedoras de servicios en este sector es el de Stop Huntingdon Animal Cruelty (SHAC). Esta campaña, llevada a cabo por activistas en defensa de los animales entre 1999 y 2014, no solo dirigió su presión contra el laboratorio de investigación por contrato Huntingdon Life Sciences, sino también contra sus clientes, proveedores e instituciones financiadoras. Como resultado, la empresa (que en 2015 pasó a llamarse Envigo y en 2021 fue adquirida por Inotiv) sufrió una drástica reducción de sus ingresos, enfrentando pérdidas que habrían sido insostenibles sin la intervención estatal y el respaldo financiero de la banca estadounidense (Fernández y Almiron, 2022).

**Tabla 2: Grupos de interés españoles de la industria del entretenimiento con animales**

<b>1.1. GRUPOS DE INTERÉS DE LA EXPERIMENTACIÓN ANIMAL</b>
AnimalResearch.info (Plataforma informativa sobre experimentación animal británica disponible en castellano) Bioterios.com (Portal informativo sobre experimentación animal) EARA España (European Animal Research Association) ETPLAS (Education and Training Platform for Laboratory Animal Science) ICLAS (International Council for Laboratory Animal Science) Lab Animal Europe LAL (Laboratory Animals Ltd.) SECAL (Sociedad Española para las Ciencias del Animal de Laboratorio)
<b>1.2. ASOCIACIONES QUE APOYAN LA EXPERIMENTACIÓN ANIMAL</b>
AEBE (Asociación de Estudiantes de Biología de España) AEBioS (Asociación Española de Bioseguridad) AEGH (Asociación Española de Genética Humana) AETOX (Asociación Española de Toxicología) ASEBIR (Asociación para el Estudio de la Biología de la Reproducción)

ASEICA (Asociación Española de Investigación sobre el Cáncer)  
 CEC (Consejo Español del Cerebro)  
 CERU-SRUK (Científicos Españoles en el Reino Unido)  
 COMUNICABIOTEC (Asociación Comunicadores de Biotecnología)  
 COSCE (Confederación de Sociedades Científicas de España)  
 FARMAINDUSTRIA (Asociación Nacional Empresarial de la Industria Farmacéutica establecida en España)  
 FEBiotech (Federación Española de Biotecnólogos)  
 RECI (Red Española de Canales Iónicos)  
 RedCIBA (Red Científica Bienestar Animal)  
 REGIC (Red de Entidades Gestoras en Investigación Clínica)  
 REMA (Red Española para el Desarrollo de Métodos Alternativos a la Experimentación Animal)  
 SAE (Sociedad Anatómica Española)  
 SBE (Sociedad de Biofísica de España)  
 SEA (Sociedad de Espectroscopía Aplicada)  
 SEAF (Sociedad Española de Antropología Física)  
 SEBBM (Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular)  
 SEBC (Sociedad Española de Biología Celular)  
 SEBD (Sociedad Española de Biología del Desarrollo)  
 SEBIOT (Sociedad Española de Biotecnología)  
 SECF (Sociedad Española de Ciencias Fisiológicas)  
 SED (Sociedad Española de Diabetes)  
 SEE (Sociedad Española de Epidemiología)  
 SEF (Sociedad Española de Farmacología)  
 SEG (Sociedad Española de Genética)  
 SEHIT (Sociedad Española de Histología e Ingeniería Tisular)  
 SEI (Sociedad Española de Inmunología)  
 SEM (Sociedad Española de Microbiología)  
 SEMTSI (Sociedad Española de Medicina Tropical y Salud Internacional)  
 SENC (Sociedad Española de Neurociencia)  
 SEProt (Sociedad Española de Proteómica)  
 SESBE (Sociedad Española de Biología Evolutiva)  
 SEV (Sociedad Española de Virología)  
 SIC (Sociedad Ibérica de Citometría)  
 SOCEPA (Sociedad Español de Parasitología)

### **1.3. EMPRESAS DEDICADAS A LA EXPERIMENTACIÓN CON ANIMALES, CRÍA, DISTRIBUCIÓN O FORMACIÓN**

Ánade (Empresa de venta de vestuario sanitario y para laboratorios)  
 AnaPath Research (Organización de investigación por contrato)  
 Animalaria (Formación y capacitación en experimentación animal)  
 Aprende con Danio (Proyectos de ciencia dirigido a docentes e infancias)  
 ARP Logística clínica (Transporte de animales para laboratorios)  
 ASERCOMEX (Logística)  
 BINAEX SLU (Asesoría, auditoría, formación y gestión en el ámbito de la experimentación animal)  
 Biogen (Empresa de venta de instrumentos para la experimentación)  
 Biosis S.L. (Empresa de venta de instalaciones para la experimentación animal)  
 Camarney (Noveprim Limited) (Centro de distribución de primates para experimentación)  
 CEB (Centro de Estudios Biosanitarios)

Charles River España (Cría, venta y distribución de animales, productos y servicios veterinarios para la experimentación animal)  
 Cibertec (Empresa de venta de instrumentos para la experimentación animal)  
 Clinobs (Organización de investigación por contrato)  
 Dynamimed (Servicios integrales para animalarios y formación)  
 ENVIGO RMS Spain (antes Huntingdon Life Sciences) (Cría y venta de animales para uso en experimentación y servicios asociados)  
 GSK (GlaxoSmithKline, Inc. España) (Compañía biofarmacéutica)  
 Granja San Bernardo (Cría de conejos utilizados para experimentación)  
 Idexx Bioanalytics (Tecnología y servicios veterinarios)  
 Isoquimen (Organización de investigación por contrato especializado en perros y gatos)  
 Janvier Labs (Venta y distribución de roedores para la experimentación)  
 Kymos Group (Organización de investigación por contrato)  
 Matachana (Empresa experta en esterilización y control de infecciones para laboratorios)  
 Noraybio (Empresa de venta de instalaciones inteligentes y recursos de información y gestión para la experimentación animal)  
 Panlab (Empresa de venta de instalaciones e instrumentos para la experimentación animal)  
 Perkin Elmer (Empresa de venta de productos y servicios para la experimentación animal)  
 Prolabor.es (Empresa de venta de instalaciones y alimentación para la experimentación animal)  
 Rettenmaier Ibérica (Empresa de venta de alimentación y enriquecimiento ambiental)  
 SIC (Sistemes Internacionals de Càrrega) (Logística)  
 Sodispan Biolab (Empresa de venta de instalaciones, productos y servicios para la experimentación animal)  
 Sodispan Biotech (Empresa de venta de productos y servicios para la experimentación animal)  
 SpeciPig (Organización de investigación por contrato especializada en cerdos miniatura)  
 Steelco (Venta de instalaciones e instrumentos para la experimentación animal)  
 Steriltech (Instrumentación e instalaciones)  
 Steris (Venta de instalaciones, instrumentos y servicios para la experimentación animal)  
 TAD (The Art of Discovery) (Organización de investigación por contrato)  
 Trovan (Empresa de venta de instalaciones y recursos de información y gestión para la experimentación animal)  
 Vestilab (Empresa de venta de vestuario sanitario, mobiliario y productos de limpieza para laboratorios)  
 Vivotecnia (Organización de investigación por contrato)  
 ZeClinics (Empresa proveedora de peces zebra para experimentación)  
 Zoetis (Empresa farmacéutica centrada en salud animal)  
 Zoonlab (Empresa de venta de instalaciones y alimento para la experimentación animal)

## **EL COMPLEJO INDUSTRIAL DEL ENTRETENIMIENTO BASADO EN ANIMALES**

Finalmente, en lo que respecta a la industria del entretenimiento basado en animales (Tabla 3), nuestro mapa incluye una amplia variedad de actores y prácticas. Se incluyen desde organizaciones deportivas y recreativas de caza y pesca hasta lobbies taurinos y de festejos que involucran animales no humanos. También forman parte de este análisis los centros de investigación que promueven la tauromaquia, las organizaciones que fomentan carreras de caballos y perros, las peleas de gallos y el uso de animales en circos, parques zoológicos, acuarios y en la industria audiovisual

y cinematográfica. Asimismo, se incorporan las asociaciones que promueven la tenencia en cautividad y la cría privada de animales, ya que, aunque podrían encuadrarse en la categoría de mascotismo y conservacionismo, el tipo de eventos que organizan y sus similitudes con los zoológicos justifican su inclusión en este complejo.

En total, hemos identificado 84 grupos de presión en este complejo industrial: 50 relacionados con la caza y la pesca; 20 con la tauromaquia y otros festejos que utilizan animales (como las hípicas, la colombicultura o las peleas de gallos); 5 con zoológicos y acuarios, uno con circos con animales, tres con el uso de animales en el sector audiovisual y dos con la cría en cautividad. Además, hemos identificado 28 institutos, organizaciones y plataformas promocionales de las industrias incluidas en este complejo.

Por otro lado, existen numerosas asociaciones de caza de diversa índole, con concepciones diferentes e incluso en conflicto (por ejemplo, entre las organizaciones que consideran la caza un deporte o las que la consideran un medio de subsistencia). A ello hay que añadir las rehalas y las organizaciones que ponen el foco en la caza por considerarla un servicio público orientado a la “gestión poblacional” (discurso que a veces se solapa con el de defensa de la caza). Además, se observa una superposición entre asociaciones de carreras de animales y caza, ya que, por ejemplo, en el caso de los perros hay algunas modalidades que incluyen la caza de liebre.

Cabe destacar que los sectores más organizados a través de grupos de presión son las hípicas y la tauromaquia. Esta última destaca, especialmente, por su creación de redes con miembros del sector del entretenimiento, pero, sobre todo, con otras industrias como la cárnica. En contraste, el sector audiovisual, el circo con animales y las peleas de gallos se encuentran apenas organizados, sobresaliendo en estos casos únicamente algunas empresas u organizaciones poco profesionalizadas.

En cuanto a los parques zoológicos, si bien sus lobbies son menos numerosos, se caracterizan por estar muy institucionalizados y profesionalizados. Desde asociaciones que se erigen como referentes en estándares de bienestar animal hasta corporaciones dedicadas a la gestión del ocio, estos grupos se centran en la idea del “zoo moderno” y se esfuerzan por distanciarse de un modelo de zoológico basado únicamente en el entretenimiento.

**Tabla 3: Grupos de interés españoles de la industria del entretenimiento con animales**

<b>3.1. GRUPOS DE INTERÉS DE LA CAZA Y LA PESCA</b>
ACAPER (Asociación Canaria de Pesca Recreativa Responsable)
ACE (Asociación de Carpfishing España)
ACPRV (Asociación Cultural Pesca Recreativa de Valencia)
ADAP (Asociación de Distribuidores de Artículos de Pesca)
ADECAP (Asociación para la Defensa del Cazador y Pescador)
AEAPRE (Asociación de Empresarios de Artículos para la Pesca Recreativa)
AECCA (Asociación Española de Cetrería y Conservación de Aves Rapaces)
AEPES (Asociación Española del Perro de Sangre)
AER (Asociación Española de Rehalas)
AFEC (Asociación de Empresarios Españoles Fabricantes de Cartuchería de Caza y Competición)
AGADPER (Asociación Galega pola Defensa da Pesca Recreativa)
AGCCA (Asociación Galega de Cetreiros e Criadores de Aves Rapaces)
AGRUPCAT (Agrupació de Societats de Caçadors i Pescadors de Catalunya).
Alianza Rural
AMPRR (Asociación Mallorquina Pesca Recreativa Responsable)
ANACPER (Asociación Nacional del Arte de la Caza de Perdiz con Reclamo)
ANARMA (Asociación Nacional del Arma de España)
Animal Museum Replica (Taxidermia)
ANTAX (Asociación Nacional de Taxidermistas de España)
APERS (Alianza de Pesca Española Recreativa Sostenible)
APRRCV (Asociación Pesca Recreativa Responsable de la Comunidad Valenciana)
ARRECAL (Asociación de Rehalas Regionales Españolas Caza y Libertad)
ASECATI (Entidad de empresas del sector de fabricación, distribución de armas deportivas y munición)
Asociación Armera
Asociación de Cazadores y Pescadores Deportivos de Pamplona
Asociación de Pesca Deportiva Reo Miño
Asociación de Pesca Deportiva Rías Baixas
Asociación de Pesca Recreativa Santa Pola
Asociación de Pescadores Recreativos
Asociación Deportiva Caspe Bass
Asociación Española del Podenco Andaluz y Maneto
Asociación Nacional Soypodenquero
Associació Catalana Podenco Andaluz i Maneto
FAC (Federación Andaluza de Caza)
FEG (Federación Española de Galgos)
FEPYC (Federación Española de Pesca y Casting)
FSA (Federación Sectorial Española de Armas y Municiones)
FUNCASBIOD (Fundación Caza Sostenible y Biodiversidad)
Fundación Caza Sostenible
Fundación Artemisan
FOP (Fundación Oso Pardo)
ONC (Oficina Nacional de la Caza)
Plataforma en Defensa de la Pesca
Plataforma Sí al Silvestrismo

RCM (Real Club de Monteros)  
 RFEC (Real Federación Española de Caza)  
 RFETAV (Real Federación Española de Tiro al Vuelo)  
 Segontía (Sociedad deportiva de caza y pesca; revista de caza y pesca)  
 Sociedade Galega de Cetrería  
 UNAC (Unión Nacional de Asociaciones de Caza)

### **3.2. GRUPOS DE INTERÉS DE LA TAUROMAQUIA Y OTROS FESTEJOS CON ANIMALES**

AECCA (Asociación Española de Criadores de Caballos Árabes)  
 AEPCC (Asociación Española de Propietarios de Caballos de Carreras)  
 AEGRB (Agrupación Española de Ganaderos de Reses Bravas)  
 Alianza Rural  
 ANCCE (Real Asociación Nacional de Criadores de Caballos de Pura Raza Española)  
 ANOET (Asociación Nacional de Organizadores de Espectáculos Taurinos)  
 ASEPE (Asociación Española de Profesionales de la Equitación)  
 Asociación Cultural Taurina de Palencia  
 ASPROT (Asociación Sindical de Profesionales Taurinos)  
 EZE (Euskal Zezenzale Elkarte) (Asociación para la defensa y promoción de los festejos taurinos tradicionales de Euskal Herria)  
 FEDELIDIA (Federación de Asociaciones de Raza Autóctona de Lidia)  
 FEVALCE (Federación Valenciana de Criadores del Gallo Combatiente Español)  
 FTL (Fundación Toro de Lidia)  
 Hipódromos Españoles (Asociación de Sociedades Organizadoras de Carreras de Caballos en España)  
 RFTE (Real Federación Taurina de España)  
 Real Sociedad de Carreras de Caballos de Sanlúcar de Barrameda  
 REALFEC (Real Federación Española de Colombicultura)  
 RFHE (Real Federación Hípica Española)  
 UCRIGA (Unión De Criadores de Gallo Combatiente Español)  
 UCTL (Unión de Criadores de Toros de Lidia)

### **3.3. GRUPOS DE INTERÉS DE LOS ZOOLÓGICOS Y ACUARIOS**

AICAS (Asociación Ibérica de Cuidadores de Animales Salvajes)  
 AIZA (Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios)  
 EAZA (Asociación Europea de Zoos y Acuarios)  
 Loro Parque Fundación  
 Loro Parque  
 Fundación Parques Reunidos  
 Fundación Oceanogràfic València  
 Parques Reunidos (Operador de parques de ocio)

### **3.4. GRUPOS DE INTERÉS DE LOS CIRCOS**

Asociación Circos Reunidos (Asociación en defensa del circo tradicional con animales)

### **3.5. GRUPOS DE INTERÉS DE LA INDUSTRIA DEL CINE Y LA TELEVISIÓN**

Animales de cine (Agencia de animales para su uso en cine, teatro, anuncios, y eventos)  
 Casting Animales (Agencia española de animales utilizados en cine, teatro, fotografía y televisión)  
 Fauna y Acción (Formación y adiestramiento de animales salvajes)

<b>3.6. GRUPOS DE INTERÉS DE LA CRÍA Y TENENCIA DE ANIMALES EN CAUTIVIDAD</b>
Asociación Ornitológica Andaluza Spix (Ornitología deportiva y cría en cautividad de aves) Fundación Fauna (Federación de Asociaciones Unidas por la Naturaleza y los Animales)
<b>3.7. INSTITUTOS, ORGANIZACIONES Y OTRAS PLATAFORMAS PROMOCIONALES</b>
A Punto con Michel Coya (Blog personal sobre puntería y caza) Armas.es (Publicación especializada en armas) AIT (Asociación Internacional de Tauromaquia) AVET (Asociación de Veterinarios Especialistas en Espectáculos Taurinos) Burladero TV (Portal taurino y diario digital) Canal Caza y Pesca (Canal televisivo sobre caza y pesca de Movistar Plus) Caza de Acuáticas (Tienda online de artículos de caza) Caza Wonke (Plataforma web de noticias de caza) Caza World (Plataforma de noticias de caza) Caza y Pesca TV (Canal televisivo sobre caza y pesca) CazaVisión (Canal televisivo sobre caza) Cazaylibros.com (Librería online sobre caza) Ciencia y Caza (Portal digital informativo, de investigación y formación sobre caza) Círculo de Bibliofilia Venatoria (Círculo de lectura con temática cinegética) Club de Caza (Portal web sobre caza) Fundación Biodiversidad FET (Fundación de Estudios Taurinos) IREC (Instituto de Investigación en Recursos Cinegéticos) Las carreras (Canal de carreras de caballos) Mundo Toro (Plataforma de noticias sobre tauromaquia) Museo de la Caza y la Naturaleza Los Yébenes NORMA (Empresa de armas y munición) ONC (Oficina Nacional de la Caza) Portal Caza y Ocio (Tienda online de caza) Revista Jara y Sedal (Revista de caza) SECT (Sociedad Española de Cirugía Taurina) Species 360 (anteriormente International Species Information System, ISIS) UIRCP (Unidad de Investigación en Recursos Cinegéticos y Piscícolas)

## UNA COALICIÓN DE INTERESES

A pesar de la diversidad de industrias dentro del complejo industrial animal, todas ellas conforman una élite económica hasta cierto punto cohesionada por una maraña de intereses que comparten entre sí y con otras industrias clave. A continuación, describimos brevemente cómo se articulan estas coaliciones a nivel empresarial e ideológico. Nos centramos en el contexto español y ponemos a dialogar estas coaliciones con ejemplos internacionales.

## Coaliciones empresariales

La industria de la experimentación animal y la producción de alimentos de origen animal mantienen una relación empresarial beneficiosa para ambos sectores. Una parte importante de la experimentación animal se lleva a cabo para *mejorar* las características de los animales explotados para la alimentación humana. *Mejorar* significa aquí maximizar la producción o aumentar, con el menor coste posible, la capacidad que tenemos para convertir los cuerpos de los animales en productos alimentarios, incluso cuando estas mejoras tienen consecuencias desastrosas para su integridad física y psicológica y su bienestar. Otra parte de la experimentación animal se lleva a cabo en el ámbito de la investigación biomédica humana, en gran medida orientada a encontrar curas para enfermedades derivadas del estilo de vida humano, muchas de las cuales están relacionadas con la misma dieta basada en animales que promueven la agricultura animal y las industrias de procesamiento de alimentos. La industria de la experimentación animal también se utiliza de forma intensiva para producir fármacos, incluidas vacunas, destinados a evitar que los animales cautivos no mueran a causa del confinamiento y la explotación, sobre todo en granjas e instalaciones de exhibición.

También existe una interdependencia económica y logística relevante entre la cría industrial y la industria de la moda. La mayor parte del cuero utilizado en el sector de la moda y otros negocios se obtiene de animales sacrificados para la producción de carne o *gastados* en la producción de leche. El cuero no es simplemente un subproducto de estas industrias, es decir, los ganaderos no venden el cuero de sus vacas para minimizar el desperdicio, sino para maximizar los ingresos y los beneficios (Lennon, 2021). Del mismo modo, la cría de ovejas no es sólo un negocio cárnico: la lana de los animales también se vende para moda, ropa de cama y alfombras en todo el mundo.

Estas relaciones se producen incluso entre industrias diferenciadas en el mismo sector de explotación animal. Por ejemplo, en el ámbito del complejo industrial de alimentación de origen animal, la cría de insectos se realiza también con fines de alimentación de otros animales no humanos explotados, como por ejemplo los peces en las piscifactorías o los animales cautivos en acuarios o parques zoológicos.

Por otro lado, los zoológicos y las instalaciones de exhibición de animales han sido, y en algunos países como Rusia y China siguen siendo, muy dependientes de la caza legal e ilegal para capturar individuos (Daxue Consulting, 2019). En el caso del Estado español, una parte importante de los parques zoológicos no son miembros de los grupos de presión que representan a la industria (por ejemplo, AIZA).<sup>2</sup> Esto

---

<sup>2</sup> El listado de miembros de la Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios incluye 49 zoológicos y acuarios (AIZA, 2025), frente a los 118 zoológicos y acuarios españoles que

muestra una división clara entre el discurso de educación, conservación y compasión que impulsan las organizaciones con mayor influencia y la realidad material de la mayoría de animales y centros, así como los estándares de *bienestar* que realmente se aplican. En paralelo, la protección de la agricultura animal (incluidos los cultivos para alimentar a los animales de granja) es también una razón principal detrás de la *gestión* humana de otros animales en la naturaleza. Esta intervención se manifiesta, por un lado, en el sacrificio de aquellos animales considerados una amenaza para los animales destinados al consumo humano y, por otro, en la destrucción de hábitats y la matanza indirecta de animales silvestres, ya sea por la expansión de la ganadería extensiva u otros factores relacionados (Aldred, 2016).

Los anteriores son sólo algunos ejemplos de los múltiples vínculos que conectan a las industrias que forman parte del complejo industrial animal con otros sectores clave de la economía moderna, documentados principalmente para la industria farmacéutica (Twine, 2013a), los combustibles fósiles (Twine, 2021), la biotecnología (Twine, 2013b) y la industria militar (Nocella II, Salter y Bentley, 2014). La magnitud económica de estos vínculos es difícil de reflejar en datos, porque las industrias que explotan animales, entre otras actividades, no desglosan los ingresos específicamente derivados de las distintas explotaciones animales. Sin embargo, no se puede ignorar el hecho de que la industria de la alimentación y las bebidas es una de las mayores industrias manufactureras del mundo<sup>3</sup> y el negocio de los alimentos de origen animal (principalmente carne y lácteos) constituye su mayor fuente de ingresos.

En esta línea, la experimentación animal y las exhibiciones con animales no humanos son negocios que mueven miles de millones de euros. La industria de los combustibles fósiles, fundamental para todas las actividades del complejo industrial animal, y la industria farmacéutica, estrechamente dependiente de la experimentación animal, se encuentran entre las más rentables del mundo. La biotecnología, con sus notables avances en biología genética que conducen a la formación de dominios de investigación modernos como la proteómica, la genómica y la metabolómica, se ha convertido en sí misma casi en una industria “fetichizada” en términos económicos. En palabras de Twine, esta industria se presenta “como medio para reinventar el capitalismo como un proyecto nuevo, más eficiente y respetuoso con el medio ambiente, a menudo bajo la bandera de la bioeconomía basada en el conocimiento” (Twine, 2013b, 79).<sup>4</sup>

---

se reflejan en los datos del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2012).

<sup>3</sup> En 2022, el sector de la alimentación y las bebidas de la UE empleaba a 4,6 millones de personas y registraba un volumen de negocio de 1,1 billones de euros y un valor añadido de 229.000 millones de euros (FoodDrinkEurope, 2023).

<sup>4</sup> Hasta la fecha, el crecimiento del mercado de la industria biotecnológica se ha basado más en las expectativas que en la realidad. Las grandes farmacéuticas y los inversores

La industria militar y armamentística es una de las más poderosas y rentables a nivel mundial y mantiene estrechos vínculos con el complejo industrial animal. Según Nocella II, Salter y Bentley (2014), el complejo industrial militar y la guerra dañan a los animales no humanos de al menos cinco maneras diferentes: colateralmente, a través de ataques deliberados, a través del abandono y la negligencia en los cuidados, como víctimas en la primera línea o como víctimas de la experimentación animal con fines militares y armamentísticos. Entre los experimentos militares sobre animales no humanos podemos encontrar aquellos destinados a probar armas, a probar la resistencia (a asaltos físicos o a condiciones adversas) o a probar técnicas quirúrgicas militares (Animal Ethics, 2024), sin embargo, existe muy poca información disponible sobre este tipo de experimentación animal y sobre la actividad económica asociada al complejo industrial militar.

Es importante tener en cuenta que todas las industrias que componen el complejo industrial animal están —sin excepción— fuertemente subvencionadas por el Estado. En la UE, la asignación total para la Política Agrícola Común (PAC) para el periodo 2021-27 asciende a 386.600 millones de euros, destinándose la mayor proporción a financiar los sectores porcino, avícola, vacuno y lácteo, así como la producción de cultivos para forraje (Comisión Europea, 2024). Algo similar ocurre con la industria del entretenimiento; por ejemplo, solo en tauromaquia se ha estimado que la UE ha gastado 129,6 millones de euros anualmente (Bosch, 2013).

Del mismo modo, una de las mayores fuentes de financiación de la experimentación animal procede de agencias gubernamentales de financiación pública, como los National Institutes of Health (NIH) en EE.UU. Aproximadamente el 47% de la investigación financiada por los NIH implicaba experimentación con animales en 2020, con un presupuesto de los NIH cercano a los 42.000 millones de dólares para investigación y desarrollo (PETA, 2024). Por otra parte, una gran proporción de los animales utilizados en exhibiciones y espectáculos también se encuentran en instalaciones estatales o fundaciones controladas por gobiernos locales (desde zoológicos estatales en China hasta ejemplos occidentales como el Zoo de Barcelona). Asimismo, casi todas las decisiones de *gestión medioambiental* que repercuten en los animales no humanos, desde la matanza de algunas especies hasta la reintroducción de depredadores en los ecosistemas, son llevadas a cabo, encargadas o sancionadas por las autoridades políticas.

---

han invertido miles de millones en empresas especulativas que no han producido hasta hoy un medicamento viable. A pesar de ello, los valores biotecnológicos han subido más rápido que cualquier otro sector del mercado estadounidense. El mercado mundial de la biotecnología se valoró en 1,65 billones de dólares en 2024 y se espera que crezca un 13,6% anual durante la próxima década, lo que a su vez está impulsando el crecimiento de la industria (Polaris, 2024).

A estos vínculos empresariales se suma una alineación ideológica compartida por todas las industrias que conforman el complejo industrial animal. Esta alineación no solo refuerza sus intereses comunes, sino que también facilita la promoción conjunta de una visión antropocéntrica y especista, que legitima y normaliza la explotación animal a través de múltiples sectores.

### **Coalición ideológica**

El entramado de intereses estratégicos empresariales que conecta a todas las industrias que explotan animales no es el único aspecto que hace de ellas un complejo conectado. Por la naturaleza de su actividad, todas ellas comparten una ideología que consolida una narrativa que a su vez refuerza y legitima la explotación animal (Nibert, 2013, 2016). Esta alineación ideológica se refleja en sus esfuerzos de relaciones públicas (Almiron, 2023). De este modo, la capacidad de influencia del complejo industrial animal se amplifica no solo por la coincidencia de intereses, sino también por el uso de mensajes y argumentos que perpetúan un modelo cultural especista y antropocéntrico, creando un consenso social que justifica estas prácticas como normales, naturales y necesarias (Joy, 2013).

Las distintas industrias del complejo industrial animal poseen un trasfondo cultural común. Esto no significa que las distintas industrias o sectores colaboren activamente, pero sí que sus intereses coinciden en ciertos momentos, al compartir una postura ética basada en la perpetuación de una sociedad especista y antropocéntrica, que acepta la cultura empresarial basada en la explotación animal. Como resultado, la promoción de estos intereses tiende a estar ideológicamente alineada, hasta el punto de que sus mensajes pueden analizarse como una coalición discursiva, es decir, una convergencia en la promoción de argumentos comunes por parte de actores que, aunque no necesariamente coordinados entre sí, refuerzan una misma narrativa (Hajer, 2005).

A través del marketing, la publicidad y las relaciones públicas, esta narrativa alineada refuerza una mentalidad que facilita la aceptación social de la explotación animal (Dunayer, 2001, Almiron 2023). La difusión de esta ideología es un objetivo compartido por todos ellos, quienes promueven, tácita o abiertamente, el antropocentrismo y el especismo, y rechazan visiones no antropocéntricas.

Este enfoque se refuerza a través de mensajes sobre gastronomía, salud o género. Por ejemplo, los mensajes sobre cómo de “deliciosa” es la alimentación de origen animal presuponen la legitimidad de la explotación animal para el placer humano (Cole, 2017; Nibert, 2016). Del mismo modo, asociar el consumo de carne con la virilidad refuerza la idea de que la masculinidad justifica la explotación de seres sintientes (Adams, 2016; Cole, 2017). Campañas que vinculan la experimentación

animal con avances médicos refuerzan la percepción de superioridad humana (Almiron y Khazaal, 2016). Además, defender zoológicos o parques temáticos con animales legitima la jerarquía en la que los seres humanos dominan a otras especies (Milstein, 2009). Finalmente, la promoción de la matanza de animales silvestres para la *gestión de población* refuerza el doble rasero aplicado a humanos y no humanos (Lederman, Magalhães-Sant’Ana y Chuan Voo, 2021), una industria del complejo industrial animal que no hemos abordado aquí pero que está directamente conectada con los tres complejos estudiados.

## **LA RED DE INFLUENCIA DEL COMPLEJO INDUSTRIAL ANIMAL ESPAÑOL**

El mapa del complejo industrial animal en el Estado español, con sus cientos de grupos de presión y plataformas promocionales, refleja no solo una capacidad de influencia de enorme magnitud por parte de cada industria, sino también la configuración tácita de una coalición de intereses, basada en negocios compartidos y en una alineación ideológica esencial: el antropocentrismo especista que legitima la explotación animal.

El mapa que hemos dibujado en este capítulo tiene una capacidad de influencia superior a la reflejada a nivel material, es decir a nivel organizativo. El complejo industrial animal como tal no necesita una coordinación explícita para funcionar eficazmente, ya que los actores comparten intereses fundamentales que los llevan a defender de manera conjunta la continuidad del modelo económico que se beneficia de la explotación animal. En este contexto, las relaciones entre las distintas industrias —desde la alimentación y la experimentación, hasta el entretenimiento— se refuerzan mutuamente, creando una red de influencia que abarca la política, los medios de comunicación y la academia.

Además, el hecho de que estas industrias compartan intereses materiales y marco ideológico les permite maximizar su influencia sobre la opinión pública y las políticas gubernamentales, garantizando que se perpetúe la aceptación social de la explotación animal y se obstaculice, desde distintos sectores, la compasión hacia los demás animales y la preocupación social por cuestiones de ética animal. Así, la coalición de intereses del complejo animal industrial constituye una estructura que tiene la capacidad no solo de defender sus propios intereses empresariales, sino de bloquear o desacreditar cualquier avance significativo en la consideración ética de los animales no humanos, protegiendo el *statu quo* en el que se basa su éxito económico.

**REFERENCIAS**

- Adams, Carol J. 2016. *La política sexual de la carne. Una teoría crítica feminista vegetariana*. Madrid: Ochodoscuatro.
- Agencia Española Seguridad Alimentaria y Nutrición. 2023. “El consumo de insectos como nuevos alimentos. Aclaraciones de la Comisión Europea respecto a su seguridad”. *Agencia Española Seguridad Alimentaria y Nutrición*. 30 de enero. [https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias\\_y\\_actualizaciones/noticias/2023/insectos.htm](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2023/insectos.htm)
- AIZA. 2025. “Lista de miembros”. Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios. <https://www.aiza.org.es/lista-de-miembros>
- Aldred, Jessica. 2016. “Agriculture and Overuse Greater Threats to Wildlife than Climate Change - Study”. *The Guardian*. 10 de agosto. [www.theguardian.com/environment/2016/aug/10/agriculture-and-overuse-greater-threats-to-wildlife-than-climate-change-study](http://www.theguardian.com/environment/2016/aug/10/agriculture-and-overuse-greater-threats-to-wildlife-than-climate-change-study)
- Almiron, Núria y Natalie Khazaal. 2016. “Lobbying Against Compassion: Speciesist Discourse in the Vivisection Industrial Complex”. *American Behavioral Scientist* 60, no. 3: 256–275. <https://doi.org/10.1177/0002764215613402>
- Almiron, Núria, ed. 2023. *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*. Londres: Routledge.
- Almiron, Núria. 2016. “The Political Economy behind the oppression of Other Animals: Interest and Influence”. En *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy* editado por Núria Almiron, Matthew Cole y Carrie P. Freeman, 26–41. Nueva York: Routledge.
- Animal Ethics. 2024. “Investigación militar en animales”. *Animal-ethics.org*. <https://www.animal-ethics.org/investigacion-militar-en-animales/>
- Arana, Lucía. 2021. “Cruelty Free International destapa imágenes de extrema crueldad animal en el laboratorio Vivotecnia de Madrid”. *elDiario.es*. 9 de abril. [https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/cruelty-free-international-experimentacion-animal-crueldad-animal-laboratorio-vivotecnia-madrid\\_132\\_7389157.html](https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/cruelty-free-international-experimentacion-animal-crueldad-animal-laboratorio-vivotecnia-madrid_132_7389157.html)
- Bosch, Alfred. 2013. *Toros & Taxes: Subsidies in Spain and the EU for Bullfighting and Bull Rearing*. Informe de la coalición ERC/Catalunya Sí. <https://>

[es.slideshare.net/slideshow/2013-european-bullfighting-subsidies-report/47995701#4](https://es.slideshare.net/slideshow/2013-european-bullfighting-subsidies-report/47995701#4)

Cole, Matthew. 2017. “Hiding and Legitimizing Oppression in ‘Dairy Product’ Advertising”. En *Animal Oppression and Capitalism*, Vol. 1: *The Oppression of Nonhuman Animals as Sources of Food*, editado por David Nibert, 19–33. Santa Barbara, California: Praeger.

Comisión Europea. 2024. “Common Agricultural Policy Funds”. Bruselas: Comisión Europea. [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/financing-cap/cap-funds\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/financing-cap/cap-funds_en)

Daxue Consulting. 2019. “Impacts of the Rising Zoo and Aquarium Industry in China”. <https://daxueconsulting.com/rising-zoo-aquarium-industry-in-china/>

Dunayer, Joan. 2001. *Animal Equality: Language and Liberation*. Derwood, Maryland: Ryce Publishing.

Fernández, Laura y Núria Almiron. 2023. “Case study: Huntingdon Life Sciences and the SHAC Campaign”. En *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*, editado por Núria Almiron, 106–110. Londres: Routledge.

FoodDrinkEurope. 2023. *Data & Trends. EU Food and Drink Industry. 2023 Edition*. FoodDrinkEurope. <https://www.fooddrinkeurope.eu/wp-content/uploads/2023/12/FoodDrinkEurope-Data-Trends-Report-2023-digital.pdf>

Hajer, Maarten A. 2005. “Coalitions, Practices, and Meaning in Environmental Politics: From Acid Rain to BSE”. En *Discourse Theory in European Politics*, editado por David Howarth y Jacob Torfing. Palgrave Macmillan.

Informa. 2024. “Grupo de comunicación AgriNews S.L.”. Madrid: Informa. [www.informa.es](http://www.informa.es).

Joy, Melanie. 2013. *Por qué amamos a los perros, nos comemos a los cerdos y nos vestimos con las vacas. Una introducción al carnismo*. Madrid: Plaza y Valdés.

Lederman, Zohar, Manuel Magalhães-Sant’Ana y Teck Chuan Voo. 2021. “Stamping Out Animal Culling: From Anthropocentrism to One Health Ethics”. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 34: 27. <https://doi.org/10.1007/s10806-021-09868-x>

- Lennon, Caroline. 2021. “Leather Is More Than ‘a By-Product of the Meat Industry’”. *One Green Planet*. [www.onegreenplanet.org/animalsandnature/leather-is-more-than-a-by-product-of-the-meat-industry/](http://www.onegreenplanet.org/animalsandnature/leather-is-more-than-a-by-product-of-the-meat-industry/)
- Milstein, Tema. 2009. “‘Somethin’ Tells Me It’s All Happening At The Zoo’: Discourse, Power, and Conservationism”. *Environmental Communication* 3, no. 1: 25–48. <https://doi.org/10.1080/17524030802674174>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2024. “Directorio de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias”. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/integracion-asociativa/interprofesionales/directorio/default.aspx>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. 2012. “Información general de los parques zoológicos por CCAA”. Recursos genéticos y control del comercio. Madrid: Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/recursos-geneticos/conservacion-exsitu/ce-exsitu-zoos-informacion.html>
- Nibert, David. 2013. *Animal Oppression and Human Violence: Domesecration, Capitalism, and Global Conflict*. Nova York: Columbia University Press.
- Nibert, David. 2016. “Origins of Oppression, Speciesist Ideology, and The Mass Media”. En *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*, editado por Núria Almiron, Matthew Cole y Carrie P. Freeman, 74–88. Nova York: Routledge.
- Nocella II, Anthony J., Colin Salter y Judy K.C. Bentley, eds. 2014. *Animals and War: Confronting the Military-Animal Industrial Complex*. Lanham, Maryland: Lexington Books.
- PETA. 2024. “Facts and Statistics About Animal Testing”. Norfolk, Virginia: PETA [www.peta.org/issues/animals-used-for-experimentation/animals-used-experimentation-factsheets/animal-experiments-overview/](http://www.peta.org/issues/animals-used-for-experimentation/animals-used-experimentation-factsheets/animal-experiments-overview/)
- Polaris. 2024. “Biotechnology Market Size, Share, Trends, Industry Analysis Report: By Technology, Application (Bioinformatics, Food & Agriculture, Health, Industrial Processing, Natural Resources and Environment, Others) and Region (North America, Europe, Asia Pacific, Latin America, and Middle East & Africa) – Market Forecast, 2025–2034”. *Polaris Market Research*. [www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/biotechnology-market](http://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/biotechnology-market)

- Pound, Pandora. 2023. *Rat Trap. The Capture of Medicine by Animal Research – and how to Break Free*. Leicester: Troubador Publishing.
- Turck, Dominique, Jacqueline Castenmiller, Stefaan De Henauw, Karen Ildico Hirsch-Ernst, John Kearney, Alexandre Maciuk, Inge Mangelsdorf, et al. 2021. “Safety of Dried Yellow Mealworm (*Tenebrio Molitor* Larva) as a Novel Food Pursuant to Regulation (EU) 2015/2283”. *EFSA Journal* 19, no. 1: e06343-n/a. <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2021.6343>
- Twine, Richard. 2013a. “Animals on Drugs: Understanding the Role of Pharmaceutical Companies in the Animal-Industrial Complex”. *Bioethical Inquiry* 10: 505–514. <https://doi.org/10.1007/s11673-013-9476-1>
- Twine, Richard. 2013b. “Addressing the Animal Industrial Complex”. En *The Politics of Species: Reshaping Our Relationships with Other Animals*, editado por Raymond Corbey y Annette Lanjouw. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139506755>
- Twine, Richard. 2021. “Emissions from Animal Agriculture – 16.5% is the New Minimum Figure”. *Sustainability* 13, no. 11: 6276. <https://doi.org/10.3390/su13116276>.

# DISCURSOS

---



## CAPÍTULO 3

### **¿Héroes altruistas? La instrumentalización de la compasión en el discurso de la experimentación animal**

Núria Almiron y Laura Fernández

**Resumen:** Cada año, millones de animales no humanos sufren daños físicos, confinamiento, sufrimiento psicológico y muerte prematura debido a la experimentación. Por esta razón, esta práctica ha despertado una creciente preocupación pública sobre sus implicaciones éticas. Este capítulo analiza el discurso de la Sociedad Española para las Ciencias del Animal de Laboratorio (SECAL), el principal grupo de interés de la industria de experimentación animal en el Estado español. Nuestro análisis refleja que SECAL presenta a la industria como la principal promotora de las mejoras en bienestar animal mientras omite su responsabilidad como principal beneficiaria e impulsora de esta actividad. Este grupo de interés utiliza materiales persuasivos, algunos dirigidos a audiencias infantiles y juveniles, a través de los cuales se promueve que la experimentación animal es esencial para la ciencia. Para ello, se recurre a un discurso utilitarista que legitima el sacrificio de millones de animales en nombre del progreso científico y el supuesto beneficio humano, aunque tal argumento no se corresponde con la realidad. Los animales son representados como entes pasivos y cosificados, negando su individualidad. Al mismo tiempo, contradictoriamente, se les atribuye una falsa autonomía como “donantes altruistas” para el avance científico, implícitamente asumiendo su cooperación o consentimiento a ser utilizados. Pese al tono profesional, científico e higienizado del discurso, la industria también apela a las emociones del público mediante la manipulación ética y exagera sus logros para justificar su actividad.

## INTRODUCCIÓN

Cada año, millones de animales no humanos son utilizados en experimentos en todo el mundo, lo que les provoca diversos tipos de daños físicos, incluidos algunos

muy severos, además de confinamiento, sufrimiento psicológico y muerte prematura. Estos animales se emplean en todo tipo de investigaciones: básica,<sup>1</sup> aplicada,<sup>2</sup> investigación educativa, cría genética y proyectos de defensa gubernamental (Leyton, 2019). Su uso está tan extendido en la investigación moderna que la industria de la experimentación animal los presenta como un pilar esencial de su actividad.

Sin embargo, la eficacia del *modelo animal* —el uso de animales no humanos para representar procesos biológicos aplicables a humanos— es principalmente una idea construida por la industria de la experimentación. Desde Galeno (1999) hasta la actualidad, sabemos de los problemas de extrapolación del *modelo animal* a humanos (por ejemplo, Linzey y Linzey, 2018), que además están reconocidos por los mismos investigadores que utilizan animales en experimentación (Archibald, Coleman y Foster, 2011; Laman, Kooistra y Clausen, 2007; Wall y Shani, 2008). Esto se suma a los enormes problemas éticos que esta investigación conlleva, reconocidos incluso por las autoridades. Este es el motivo por el que la Directiva de la UE 2010/63/UE (del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de septiembre de 2010, relativa a la protección de los animales utilizados para fines científicos) afirma explícitamente que el objetivo final de la regulación debe ser terminar con el uso de animales en la experimentación. Y es también el motivo de que la FDA (Food and Drug Administration), en Estados Unidos, también ha dejado de exigir las pruebas con animales no humanos antes de los ensayos de fármacos en humanos (Wadman, 2023).

Hoy en día, cada vez más voces cuestionan la experimentación animal, tanto por motivos éticos relacionados con los animales utilizados, como por los riesgos que conlleva para la salud de los seres humanos. Lo primero, el sufrimiento animal, ha movilizado a la ciudadanía, cuya preocupación por el bienestar de los animales no humanos ha crecido significativamente en las últimas décadas. En Europa, en el momento de escribir esto, dos iniciativas europeas ciudadanas habían conseguido recoger más de un millón de firmas cada una para pedir el fin de la experimentación animal (Stop Vivisection, 2015; Save Cruelty Free Cosmetics - Commit to a Europe Without Animal Testing, 2023), forzando la discusión en el Parlamento Europeo y la toma de consideración a la Comisión Europea. Esto refleja las actitudes de los ciudadanos en contra de la experimentación animal. Por ejemplo, en 2020, un 70% de los adultos de la Unión Europea consideraban que debía darse total prioridad a la sustitución por métodos alternativos de los animales en los laboratorios (Cruelty Free, 2020). En el contexto español, un estudio realizado en 2022 reveló una elevada preocupación por este tema (76%), así como un amplio apoyo a la necesidad de

---

<sup>1</sup> La investigación básica principalmente incluye: genética, biología del desarrollo, estudios de comportamiento y otros.

<sup>2</sup> La investigación aplicada principalmente incluye: investigación biomédica, xenotrasplantes, pruebas de fármacos y toxicología.

acelerar el abandono de esta práctica (78%) y a que la clase política impulse una estrategia de transición hacia métodos de experimentación sin animales (81%) (Eurogroup for Animals, 2022).<sup>3</sup>

A pesar de ello, la experimentación animal continúa. En 2022, en el Estado Español (MAPA, 2023), se usaron más de un millón de animales en experimentación —8,4 millones en toda la Unión Europea (ALURES, 2024)—.<sup>4</sup> Por lo general, los detalles de las prácticas en los laboratorios se mantienen ocultos a una opinión pública cada vez más sensible, mientras la industria realiza ejercicios llamados de transparencia pero que en realidad no son explicativos sino persuasivos. Esto es así porque la comunicación de la industria no aporta toda la información relativa a la actividad —por ejemplo, no explica el bajo poder de predicción para los humanos que suponen los experimentos con animales—. En realidad, se trata de una comunicación que constituye esencialmente promoción de la actividad experimentadora y, por lo tanto, no es un ejercicio de transparencia sino de relaciones públicas (ver, por ejemplo, EARA, 2024).

De vez en cuando, llega a los medios de comunicación información sobre lo que sucede en los laboratorios que se convierte en un escándalo. No obstante, este tipo de investigaciones en el interior de laboratorios o criaderos suelen presentarse en los medios de comunicación mayoritariamente como casos aislados o transgresiones puntuales en un contexto altamente regulado, representaciones que no dan pie a un cuestionamiento profundo de la experimentación animal como práctica (ver, por ejemplo, Arana, 2021 y Cruelty Free, 2021).

---

<sup>3</sup> Existen otras encuestas realizadas por investigadores españoles para el caso español, pero tienen problemas metodológicos que las hacen no fiables, especialmente por la falta de representatividad de los participantes o por sesgos en el diseño y formulación de las preguntas. Por ejemplo, Goñi-Balentiaga et al (2022) encuentran un apoyo elevado a la experimentación animal en sus encuestados, pero casi dos tercios de estos formaban parte o habían formado parte de la comunidad investigadora que experimenta con animales. O el caso de Miguel-Batuecas et al (2023), cuya muestra tiene un fuerte sesgo de personas en edad universitaria (58,3%) con perfil científico (46%) que el artículo no describe con transparencia, pero muy probablemente eran estudiantes de carreras en el ámbito de los autores (profesores universitarios de disciplinas que incluyen la experimentación animal). Es decir, ambos estudios incluían un elevado número de encuestados vinculados a la experimentación animal.

<sup>4</sup> Esta cifra no incluye los animales sacrificados sin haber sido empleados en lo que se consideran son “procedimientos”. La categoría de “animales no usados en procedimientos” incluye a los animales usados para extraer órganos o tejidos o los que simplemente enferman y no son de utilidad. Esto supone una cifra de millones de animales sacrificados cada año que no quedan reflejados en las estadísticas anuales de ALURES.

Es importante recordar que estamos hablando de una industria multimillonaria que conforma un complejo industrial compuesto por un gran entramado de organizaciones: (a) empresas públicas o privadas que realizan o encargan ensayos con animales no humanos, principalmente farmacéuticas, pero también químicas, cosméticas, tabaqueras y entidades gubernamentales; (b) instituciones académicas como universidades, laboratorios de investigación y facultades de medicina, biología o veterinaria; y (c) criaderos y proveedores de animales no humanos y servicios relacionados, como el suministro y transporte de órganos, animalarios, equipos e instrumentos, además de la formación (Almiron y Khazaal, 2016; Leyton, 2019). Como sucede con todos los negocios lucrativos, esta industria es reacia al cambio, en este caso al cambio de paradigma impulsado por los métodos alternativos sin animales, una transformación que, de hecho, es obligada por la Directiva 2010/63.

La resistencia al cambio del complejo industrial de la experimentación animal se manifiesta claramente en su intensa actividad de presión, actuando como un grupo de interés con una enorme capacidad de influencia. Esta influencia se ejerce mediante estrategias de relaciones públicas, a través de campañas de comunicación y presión sobre los poderes legislativos. Un ejemplo histórico de esta capacidad de influencia en Europa es precisamente la tramitación de la misma Directiva 2010/63, donde la industria de la experimentación animal logró diluir algunas de las más importantes restricciones presentes en el primer borrador (Abbott, 2010). Durante este proceso, algunos miembros del Parlamento Europeo criticaron abiertamente las maniobras de la industria (Harrison, 2009). Así, lo que comenzó como una ley destinada a proteger a los animales utilizados en la experimentación terminó convirtiéndose, gracias a la presión de la industria, en un escudo ético para seguir experimentando con ellos.

La influencia de la industria de la experimentación animal, dirigida no solo a los legisladores, sino también a los medios de comunicación y a la sociedad, ha sido poco estudiada a nivel internacional (en Europa, por ejemplo: Almiron y Khazaal, 2016; Almiron, 2024) y nada estudiada en el caso español. Y, sin embargo, el tema merece atención, ya que pone en evidencia cómo la industria enfrenta y gestiona el creciente progreso moral de la sociedad en relación con los animales. El reto para la industria consiste en conseguir que la compasión hacia los animales no interfiera, es decir no afecte negativamente, a sus prácticas y a la percepción pública de la experimentación. Esta paradoja la lleva a usar estrategias discursivas incluso más cercanas a la propaganda que a las relaciones públicas legítimas (Almiron, Fernández y Rodrigo-Alsina, 2024; Almiron, 2023).

Para analizar cómo los grupos de interés negocian la compasión del público hacia los animales, es útil estudiar a los principales grupos de presión del sector, pues estos aglutinan los intereses del mismo. En el Estado español, destaca SECAL, la Sociedad Española para las Ciencias del Animal de Laboratorio, el principal grupo

de presión en este ámbito. Fundada en 1989, SECAL se presenta a sí misma como la organización más destacada en España en lo que denominan como “la ciencia del animal de laboratorio”. Con más de 400 miembros, desde personal encargado de los animales hasta investigadores, gestores y técnicos, forma parte de los principales grupos de presión a nivel nacional e internacional (COSCE, FELASA, ICLAS, EARA)<sup>5</sup> y cuenta con casi una treintena de socios benefactores, entre los que se encuentra la empresa que ha protagonizado uno de los mayores escándalos recientes en Europa, Vivotecnia (Arana, 2021; Cruelty Free, 2021).

SECAL desempeña un papel clave en la articulación y defensa de los intereses de la industria de la experimentación animal en el Estado español. Por este motivo, su actividad encaja perfectamente dentro de la definición de un lobby o grupo de presión en su formulación moderna. Es decir, su actividad no solo pretende influir a nivel político sino también a nivel social mediante la difusión de mensajes que promueven los intereses de la industria y que buscan crear un clima de opinión favorable hacia ella. Esto la convierte en un caso representativo de la defensa de los intereses de la experimentación animal en el país. El análisis desarrollado en este capítulo se basa en el estudio del discurso de esta organización.<sup>6</sup>

## EL DISCURSO: COMPASIÓN, PERSUASIÓN Y ESENCIALIDAD

El discurso de la industria de la experimentación animal en España se caracteriza por tres ejes principales: su auto-representación como líder en compasión hacia los animales, el carácter persuasivo de sus mensajes y la presentación de la experimentación con animales como una actividad esencial.

En primer lugar, la industria se presenta a sí misma como *campeona* de la compasión, situándose no solo al lado de la opinión pública, sino incluso más allá. De hecho, la industria se posiciona como paladín de la ética, promotora de los cambios necesarios para mejorar el bienestar de los animales utilizados en la experimentación y como un actor que, en realidad, les proporciona cuidados —incluso como el único actor que realmente tiene autoridad y conocimientos para *cuidar bien* y dirimir si los animales sufren o no—. Esto es, la industria se enfrenta a la compasión social

---

<sup>5</sup> Confederación de Sociedades Científicas de España (COSCE), Federation of European Laboratory Animal Science Associations /Federación Europea de Sociedades para las Ciencias del Animal de Laboratorio (FELASA), International Council for Laboratory Animals Science / Consejo Internacional para la Ciencia del Animal de Laboratorio (ICLAS), y European Animal Research Association / Asociación Europea de Investigación Animal (EARA).

<sup>6</sup> Para un análisis más amplio incluyendo la descripción metodológica del mismo, ver Almiron, Fernández y Rodrigo-Alsina, 2024.

uniéndose discursivamente a ella e invirtiendo la argumentación, al presentarse como el actor más preocupado por el bienestar de los animales, y por lo tanto más ético, a pesar de ser el mismo actor encargado de ejecutar unas prácticas que generan su sufrimiento y muerte. Este sufrimiento y muerte son, sin embargo, convenientemente omitidos de la narrativa de la industria.

A su vez, los *cuidados* que la industria proporciona a estos animales son, en su mayoría, prácticas de obligado cumplimiento legal. A pesar de haberse posicionado en contra durante el proceso legislativo (recordemos la intensa presión realizada por la industria de la experimentación contra la directiva 2010/63), la industria ahora las presenta como prueba de su compromiso ético, reconfigurando su papel para alinearse con una imagen de responsabilidad y ética compasiva que, en realidad, es el resultado de regulaciones que intentó impedir.

Por otro lado, en la narrativa de la industria está también totalmente ausente cualquier reflexión sobre lo que realmente significa *bienestar* y *cuidados* en un entorno de experimentación, con animales mutilados, enfermos, drogados y estresados. ¿Minimizar la crueldad puede equipararse a proporcionar bienestar? ¿Mantener a los animales limpios y bien alimentados puede considerarse un cuidado suficiente cuando están sometidos al cautiverio y a procedimientos que causan un sufrimiento físico y psicológico profundo que se acaba concretando en su muerte prematura?

Recordemos que los experimentos con animales pueden extenderse desde unas horas hasta varios meses y los procedimientos a los que son sometidos pueden incluir obligarlos a inhalar humo o ingerir sustancias químicas o drogas, hacer que desarrollen enfermedades mentales, infectarlos con tumores u otras patologías (o inducirlos genéticamente), forzarlos a comportamientos sexuales antinaturales, ser disparados en entrenamientos militares traumatológicos, infringirles daños cerebrales, mantenerlos en completa oscuridad o aterrorizarlos para estudiar la ansiedad y la depresión, entre muchas otras prácticas. Esta realidad está ausente de la promoción que la industria hace de su actividad.

El contraste entre lo que la industria afirma y lo que oculta en su representación como agente compasivo revela una clara cooptación discursiva, es decir, la adopción y apropiación del lenguaje y los valores que son vistos como predominantes o, al menos, como valores que no pueden ser abiertamente rechazados. Este tipo de estrategia discursiva desvía la atención de las críticas al alinearse superficialmente con las demandas morales de la sociedad, sin que ello implique realizar cambios sustanciales en las propias prácticas.

En segundo lugar, en la actividad comunicacional de la industria de la experimentación animal se observa un enorme esfuerzo de relaciones públicas

no solo dirigido a la clase política sino también, muy especialmente, a la opinión pública en general. En el caso del grupo de interés estudiado, encontramos que este define su principal objetivo como “racionalizar y mejorar el uso del animal de laboratorio, al servicio de la salud del hombre [sic] y de los animales, fomentando la relación y cooperación entre los profesionales del sector” (SECAL, 2024). Si bien esta afirmación incorpora el implícito de que hay algo que mejorar con relación a los animales “usados”, y por lo tanto un reconocimiento de los daños causados, supone no obstante que la principal tarea que se propone este grupo de interés es de carácter técnico y científico. Sin embargo, alrededor de un tercio de todo el contenido analizado en nuestra investigación es contenido puramente persuasivo. Esto es, se trata de contenido dirigido a convencer al público de la necesidad de la experimentación realizada sobre los cuerpos de los demás animales. Es más, existe una cantidad relevante de contenido dirigido a la juventud o incluso a la infancia.

Dirigirse a los no adultos puede llevar a legitimar la experimentación animal en la conciencia de las nuevas generaciones, pero también a generar un apoyo a largo plazo, minimizando las futuras resistencias sociales. Los mensajes a los más jóvenes se producen a través de lo que Matthew Cole y Kate F. Stewart (2014) denominaron *cutification*, que podría traducirse como *adorificación* o *tiernificación*. En esta estrategia se presentan imágenes idealizadas, caricaturizadas y distorsionadas de la realidad para evitar que la juventud se enfrente a las implicaciones éticas complejas de la experimentación animal. Esta estrategia puede ser vista como una forma de manipulación, ya que simplifica y suaviza una realidad éticamente controvertida para influir en audiencias vulnerables que aún no tienen la capacidad de cuestionar profundamente estas prácticas.

El tercer aspecto dominante del discurso del lobby de la experimentación en el Estado español es la presentación de la experimentación animal no sólo como necesaria sino como esencial para la ciencia. La lista de ámbitos científicos para los que se afirma que la experimentación animal es esencial lo abarca todo: la salud humana y la investigación biomédica; el progreso científico, el avance de la ciencia y la tecnología; el medio ambiente y la conservación de especies; la educación científica y la divulgación; y la salud de los animales no humanos y la investigación veterinaria.

Esta supuesta esencialidad generalizada muestra, una vez más, una inversión de la realidad. Durante más de un siglo, desde que la experimentación animal se consolidó como industria en el capitalismo de finales del siglo XIX, la investigación basada en la experimentación en animales se ha convertido en la más financiada, casi de forma exclusiva, tanto a nivel público como privado. En Europa, no fue hasta 2010 que la regulación comenzó a exigir inversiones en la investigación de métodos alternativos sin animales, con el objetivo de reemplazar su uso en los laboratorios. Hablar de

esencialidad en la experimentación animal es, por tanto, una falacia del hecho consumado: el nulo interés en buscar alternativas, resultado histórico y contingente, se disfraza bajo la apariencia de algo positivo, natural e inevitable. La industria, al presentar el uso de animales como un hecho inevitable, oculta que esta realidad ha sido construida por la falta de impulso para desarrollar y adoptar otras perspectivas.

Como puede observarse, estos tres aspectos no encajan entre sí. En primer lugar, la industria construye como esencial su actividad para justificar el daño causado a los animales que utiliza. Esta supuesta esencialidad se presenta como un pretexto para desatender las cuestiones éticas asociadas a dicha actividad. Sin embargo, al mismo tiempo que evita la discusión ética, la industria apela a la ética, a través de la preocupación y el cuidado que dice profesar hacia los mismos animales que daña. La contradicción de este planteamiento es tan evidente que la industria se ve obligada a invertir enormes esfuerzos en relaciones públicas para convencernos de que no existe tal contradicción.

En definitiva, el discurso de los promotores de la experimentación animal en el contexto español instrumentaliza la compasión pública y el bienestar animal. Es decir, los utiliza como herramientas retóricas para legitimar sus prácticas y proteger sus propios intereses. Es importante señalar que esto no impide que las personas investigadoras que utilizan animales en experimentos puedan sentir una genuina preocupación por el bienestar de estos mismos animales. Sin embargo, dicha preocupación no elimina las contradicciones aquí mencionadas, además de estar limitada por las estructuras institucionales y económicas, y por una cultura arraigada de experimentación que tiende a priorizar la continuidad de las prácticas establecidas frente al cambio (Jouglá, 2023).

## LA LÓGICA: UTILITARISMO ESPECISTA

El mensaje general que transmite la narrativa de la industria, a través de grupos de interés como el caso de SECAL, se sustenta implícitamente en el utilitarismo de base cuantitativa dominante hoy en día. La lógica de este enfoque hace aceptable que unos *pocos* millones de seres vivos sufran y mueran porque con ello se benefician *muchos* millones de humanos. Es decir, se justifica el *sacrificio* de millones de seres vivos por un bien *mayor*. Pero este tipo de comparaciones presentan graves problemas.

En primer lugar, las comparaciones utilitaristas que justifican la experimentación en animales son imposibles de demostrar empíricamente, no solo en su conjunto, sino incluso en casos concretos. Basta con revisar las estadísticas oficiales sobre el uso de animales en experimentación para comprobar que la investigación aplicada a la salud humana y con éxito en el desarrollo de curas reales no es la dominante.

La categoría de *investigación aplicada* sugiere que estamos ante investigaciones que producen resultados concretos, especialmente en el ámbito de la salud humana. Pero la investigación aplicada no siempre se traduce en beneficios médicos para la especie humana; de hecho, esto es algo muy minoritario. En las estadísticas de investigación aplicada se incluyen también, por ejemplo, los muchos experimentos con animales destinados a optimizar la explotación de animales criados con fines agropecuarios o las nuevas líneas de animales genéticamente alterados (Fernández, 2019).

Además, en las estadísticas sobre el uso de animales en la investigación científica, el término *investigación aplicada* va siempre acompañado de *investigación traslacional*. La investigación traslacional se refiere al intento de convertir los descubrimientos científicos obtenidos en la investigación básica (como el estudio de mecanismos biológicos fundamentales en animales) en aplicaciones prácticas y soluciones clínicas que mejoren la salud humana. Cuando se utilizan animales, la investigación traslacional suele incluir estudios que buscan replicar o simular condiciones humanas (enfermedades, respuestas a fármacos, etc.) para obtener resultados aplicables al tratamiento médico en humanos. Es decir que en el cajón de la investigación aplicada hay muchos estudios que intentan, pero no necesariamente, resultan en tratamientos efectivos para los humanos.

A todo lo anterior se le suma la investigación con animales reglamentaria o por producción rutinaria, como los test toxicológicos o de seguridad alimentaria para sustancias nuevas. En este último caso, a pesar de disponerse ya de alternativas sin animales fiables para los test de seguridad, se siguen empleando muchos animales, motivo por el cual la Comisión Europea se ha comprometido a dar prioridad a la eliminación de los animales en estas pruebas extremadamente dolorosas para los animales (Comisión Europea, 2023).

En el Estado español, entre 2020 y 2022, solo el 50% de promedio de los usos experimentales con animales fue catalogada como investigación aplicada (MAPA, 2023). En la Unión Europea, en 2020 aproximadamente el 70% de los usos de animales con fines científicos no produjeron un resultado aplicado (ALURES, 2024).

En segundo lugar, otro problema que agrava la contradicción del discurso utilitarista de la industria es el sesgo de publicación y la imposibilidad de reproducibilidad de numerosos experimentos (Rodrigo Caldach, 2021). Esto quiere decir que los resultados *negativos* de los experimentos tienden a no publicarse, o a publicarse con un nivel de detalle insuficiente como para ser replicables, lo que genera que los mismos experimentos se dupliquen o tripliquen, es decir, se utilicen más animales para los mismos experimentos *fallidos*, lo que implica un mayor sufrimiento a mayor

número de animales, complicando así la reducción de su uso por la que se aboga en marcos como las “3R”<sup>7</sup> (Rodrigo Calduch, 2021).

En síntesis, el porcentaje de investigación con animales no humanos que resulta en soluciones médicas directas y concretas para los humanos es extremadamente bajo. Las categorías utilizadas en la información disponible ocultan una mezcla confusa de ciencia, promesas y beneficios comerciales. Dentro de esta confusión se justifica un utilitarismo que sostiene que experimentar en animales es aceptable por los beneficios que aporta a la humanidad. Sin embargo, esta afirmación general, que busca equilibrar el sufrimiento animal con un supuesto *bien mayor*, es imposible de validar empíricamente.

Lo cierto es que la industria no distingue entre los distintos motivos reales que hacen que la investigación con animales se lleve a cabo, que pueden ir desde la mera curiosidad o el interés comercial hasta el altruismo médico. En la práctica, todas estas motivaciones se consideran igualmente beneficiosas para la humanidad. En realidad, el cálculo coste-beneficio de la experimentación —es decir, la comparación entre el sufrimiento de unos y la supervivencia o bienestar de otros— tiene una relevancia limitada en esta ecuación. Ello es así porque la aceptación de la experimentación con animales se sustenta principalmente en la creencia de que los animales no humanos son moralmente inferiores, lo que justifica tratarlos de manera distinta, e inherentemente peor, que a los humanos.

En última instancia, toda la narrativa de la industria se basa en la perpetuación del binarismo humano-animal, donde los intereses humanos se sitúan sistemáticamente por encima de los intereses de los animales no humanos, justificando su sufrimiento y explotación bajo la premisa de que son *medios* necesarios para alcanzar *fin*es humanos (Adams y Gruen, 2023). Sólo asumiendo esta premisa es posible pasar por alto que el pretexto utilitarista es imposible de verificar empíricamente.

Por último, esta lógica, además, plantea un falso dilema al asumir que no existen alternativas viables a la experimentación animal, cuando en realidad la promoción de una biomedicina materialista, basada en la violencia contra los animales, ha marginado de facto enfoques de curación menos reduccionistas y agresivos (Douglas, 1998). En última instancia, esta lógica conduce a la naturalización de la violencia, perpetuando un sistema que prioriza el beneficio humano sin cuestionar seriamente los costes éticos para otros seres sintientes. En este contexto, la industria se esfuerza por construir un discurso que ajusta la realidad a sus propios intereses, deformando

---

<sup>7</sup> Las 3R hacen referencia a la necesidad de *reducir* al máximo el número de animales usados en experimentación, de *refinar* las prácticas para limitar el dolor al máximo y de *reemplazar* a los animales por métodos alternativos.

los hechos y minimizando las implicaciones éticas de sus prácticas. Esto no hace más que acentuar las contradicciones inherentes a su narrativa, como veremos a continuación.

## LOS ANIMALES: LOS DONANTES ALTRUISTAS

La manera en que la industria representa a los animales utilizados en la experimentación en sus mensajes es, como mínimo, paradójica. Por un lado, aparecen como individuos pasivos y cosificados. Su individualidad queda anulada detrás de la especie a la que pertenecen, cuya utilidad se define por lo que podemos hacer experimentalmente con ella y por nuestras preferencias: por ejemplo, los mamíferos preocupan más que los peces o los reptiles mientras que los cerdos manipulados mediante bioingeniería son celebrados solo por su potencial como donantes de órganos para los humanos. La capacidad de sintiencia y de sufrir de estos animales se menciona casi exclusivamente sólo en términos regulatorios, economicistas o de conveniencia ética para la industria, principalmente para demostrar la aplicación de las “3R” que exige la ley. La vida de estos animales queda definida por la experimentación: son “animales de laboratorio”, “modelos animales”, “animales de experimentación”, “ejemplares” o “reactivos biológicos”.

Por otro lado, y en clara oposición a lo anterior, a estos animales se les reconoce una individualidad y autonomía considerable. Se sugiere nada menos que “colaboran” libremente o dejan voluntariamente una “huella científica”. Se habla de “contribución” y “ayuda inestimable”, presentándolos como “donantes”, héroes que se “ofrecen” voluntariamente o seres altruistas que son “un modelo al lado de los humanos”. Esto implica que los animales no humanos aceptan lo que se les hace, atribuyéndoles cooperación y consentimiento. Un ejemplo de esta narrativa es un cuento infantil publicado por la SECAL (2017), en el que los ratones literalmente “ofrecen sus vidas” para el “avance riguroso y éticamente regulado de la ciencia”. Es más, la industria representa de manera recurrente a las especies animales utilizadas en la investigación como “importantes”, sugiriendo que sus vidas adquieren significado a través de este “sacrificio” por la ciencia, que su existencia cobra valor en función de su contribución a la “huella científica”.

Curiosamente, los intereses de los animales en no ser utilizados, no sufrir y no morir en nombre de la ciencia son implícitamente reconocidos por la industria al referirse a los *cuidados* que los humanos *deben* aplicar al manipularlos, por los riesgos de “mordeduras y arañazos”, lo que muestra una individualidad bastante diferente: la de la resistencia (Colling, 2024; Hribal, 2016).

Por otro lado, si la narrativa de los animales antropomorfizados como donantes altruistas nos parece poco científica, es porque la “ciencia del animal de laboratorio”

no es accesible para los no expertos. La industria se presenta a sí misma como la autoridad suprema en este ámbito, promoviendo el *modelo animal* como una verdad incontrovertible —es decir, la idea de que los animales no humanos son réplicas útiles (pero moralmente inferiores) de los humanos—. De este modo, la industria de la experimentación animal, y los experimentadores que la conforman, cooptan el concepto de ciencia, sugiriendo que solo su enfoque, basado en experimentar sobre los cuerpos de los animales, es válido como método científico.

Como complemento a la representación de los animales como donantes altruistas, la ciencia de esta industria se presenta además como immaculada, con una total ausencia, en las representaciones visuales dirigidas al público, de la realidad de los laboratorios: en esta representación no se exhibe ni sangre, ni dolor, ni instrumentos que puedan evocar la violencia inherente a la reclusión y los experimentos. Este tipo de representación distorsionada de la explotación animal como una actividad higienizada de violencia, aséptica e incluso edulcorada ha sido descrita bajo el concepto “iconografía de la opresión” (Cronin y Kramer, 2018). Esta higienización se refleja en la antropomorfización caricaturizada y tiernificada que comentábamos antes para los públicos infantiles. En el caso de las audiencias adultas, la industria ofrece videos promocionales con mujeres en batas verdes dando muestras de afecto a conejos o ratones, pretendiendo enfatizar un discurso feminizado del *cuidado* hacia los demás animales en el contexto del laboratorio, muy cercano al que realizan otras industrias que explotan animales para su consumo alimenticio o el entretenimiento a través de su cautiverio (Fernández et al., 2025).

En consonancia, el discurso de esta ciencia también presenta a la sociedad como mayoritariamente a favor de la actividad experimental con animales, a pesar de las evidencias en contra que muestran las encuestas. En el caso de aquellas personas que explícitamente se muestran en contra, el discurso de la industria las define como “sectores autodenominados proteccionistas” o “individuos proteccionistas radicales” que manipulan a la sociedad. En una subversión desconcertante, los oponentes a la experimentación animal son presentados como menos compasivos que la industria, que es la que experimenta en animales. Estos oponentes están, además, totalmente desinformados y la sociedad es potencialmente víctima de su desinformación. En algunos textos incluso se culpa a las personas detractoras de la experimentación animal de “no ser capaces de ofrecer una alternativa real a la experimentación con animales”. Esta estrategia desvía la responsabilidad de quienes experimentan con ellos y la coloca sobre quienes no lo hacen, una inversión de culpabilidad que contribuye a distorsionar y confundir el debate público.

## UN DISCURSO CONTRADICTORIO CON TRAMPA (EMOCIONAL)

A pesar del marco aséptico, científico y profesional en el que se describe la experimentación en animales, el discurso de la industria apela de forma insistente a las emociones. Hay, por ejemplo, una explotación recurrente de los miedos humanos, como el miedo a la enfermedad, el sufrimiento y la muerte, sugiriendo implícita y explícitamente que, si no existiera la experimentación animal, el bienestar humano empeoraría radicalmente —algo imposible de demostrar empíricamente—. Así, la experimentación con animales se menciona como la causa principal del aumento de la calidad de vida humana en el último siglo, con animales usados en la experimentación señalados como la causa principal de los mayores avances logrados en la medicina, la protección de especies amenazadas en la naturaleza o los animales de compañía.

Las apelaciones emocionales también ponen de relieve un argumento clave de quienes defienden la experimentación animal: que utilizamos animales no humanos para evitar utilizar humanos. Introducir este elemento supone sugerir que la única alternativa al sufrimiento animal es el sufrimiento humano (Jouglá, 2023). De igual modo, se utiliza el chantaje emocional para neutralizar la compasión hacia los demás animales cuando esta puede surgir. Por ejemplo, en el caso de un lagarto de Gallot cuya vista ha quedado “traumáticamente dañada”, la compasión hacia él se contrarresta con otra emoción: “Nuestras esperanzas de regeneración nerviosa están puestas en su vista”.

La esperanza en un futuro con soluciones para todas las enfermedades, combinada con la carga emocional que suponen algunas de estas enfermedades, se utiliza con mucha frecuencia, casi de forma ubicua, en el discurso de la industria. En este marco, las largas listas de logros biomédicos históricos, lo que puede denominarse como una *retórica de los hitos*, son un argumento de autoridad recurrente para presentar la experimentación con animales como algo *inherente* a nuestro progreso, y más aún, como algo *esencial* para dicho progreso. Sin embargo, afirmar que algo es esencial sin haber probado otras alternativas que permitan una comparación resulta científicamente insostenible. Además, que muchos de estos logros se deban a la experimentación con animales ha sido algo imposible de validar (Greek y Greek, 2000; Pound, 2023).

En conclusión, el discurso que refleja SECAL, el mayor grupo de interés español en defensa de la experimentación animal, no permite a la ciudadanía hacerse una imagen clara de lo que supone la experimentación animal para quienes la sufren en sus propios cuerpos, los animales no humanos. Además, exagera y sobredimensiona los logros de la industria mediante la manipulación ética (Breakey, 2023), el chantaje emocional acompañado de iconografías de la opresión (Cronin y Kramer, 2018) y un discurso visual de pseudo-cuidado común al empleado por otros grupos de interés

del complejo industrial animal (Fernández et al., 2025). La gestión de la imagen pública de esta industria va mucho más allá del marketing o de las relaciones públicas legítimas y se introduce claramente en el terreno de la manipulación ideológico-moral. En realidad, las estrategias terminológicas, discursivas y visuales analizadas se ajustan a la perfección a la definición de propaganda del filósofo canadiense Randal Marlin: “El intento organizado, a través de la comunicación, de influir en las creencias o acciones o inculcar actitudes en una audiencia amplia de maneras que eviten o supriman el juicio racional, reflexivo y adecuadamente informado de los individuos” (Marlin, 2013, 22).

## REFERENCIAS

- Abbott, Alison. 2010. “Lab-animal battle reaches truce”. *Nature* 464: 964. <https://doi.org/10.1038/464964a>
- Adams Carol J. y Lori Gruen 2023. *Ecofeminismo. Intersecciones feministas con otros animales y con la Tierra*. Madrid: Levanta Fuego.
- Almiron, Núria y Laura Fernández. 2021. “Including the Animal Standpoint in Critical Public Relations Research”. *Public Relations Inquiry* 10, no. 2: 139–161. <https://doi.org/10.1177/2046147X211005368>
- Almiron, Núria y Natalie Khaazal. 2016. “Lobbying Against Compassion: Speciesist Discourse In The Vivisection Industrial Complex”. *American Behavioral Scientist* 60, no. 3: 256–275. <https://doi.org/10.1177/0002764215613402>
- Almiron, Núria, Laura Fernández y Miquel Rodrigo-Alsina. 2024. “Illusory authenticity. Negotiating Compassion in Animal Experimentation Discourse”. *Discourse Studies* 26, no. 2: 153–172. <https://doi.org/10.1177/14614456231219633>
- Almiron, Núria. 2023. *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*. Londres: Routledge.
- Almiron, Núria. 2024. “On Vivisection, Interest Groups and Influence”. En *Reimagining Species Relations: A Decade of Studying and Teaching Critical Animal Studies at Lund University*, editado por María R. Carreras, Marie Leth-Espensen, Lena Lindström, Tobias Linné, Gina Song Lopez y Naja Yndal-Olsen, 191–206. Lund: Lund University Press.
- ALURES. 2024. *EU Statistics Database on the Use of Animals for Scientific Purposes Under Directive 2010/63/EU*. ALURES. Animal Use Reporting EU System. [https://webgate.ec.europa.eu/envdataportal/content/alures/section1\\_number-of-animals.html](https://webgate.ec.europa.eu/envdataportal/content/alures/section1_number-of-animals.html)

- Arana, Lucía. 2021. “Cruelty Free International destapa imágenes de extrema crueldad animal en el laboratorio Vivotecnia de Madrid”. *elDiario.es*. 9 de abril. [https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/cruelty-free-international-experimentacion-animal-crueldad-animal-laboratorio-vivotecnia-madrid\\_132\\_7389157.html](https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/cruelty-free-international-experimentacion-animal-crueldad-animal-laboratorio-vivotecnia-madrid_132_7389157.html)
- Archibald, Kathy, Robert Coleman y Christopher Foster. 2011. “Open Letter to UK Prime Minister David Cameron and Health Secretary Andrew Lansley on Safety of Medicines”. *The Lancet* 377, no. 9781: 1915. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(11\)60802-7](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(11)60802-7)
- Breakey, Hugh. 2023. “The Social Licence to Operate: Activist Weapon, Industry Shield, Empty Buzzword, or Vital Ethical Tool?” En *Social Licence and Ethical Practice*, editado por Hugh Breakey, 1–10. Leeds: Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1529-209620230000027001>
- Cole, Matthew y Kate F. Stewart. 2014. *Our Children and Other Animals. The Cultural Construction of Human–Animal Relations in Childhood*. Londres: Routledge.
- Colling, Sarat. 2024. *Insurrección animal. Historias extraordinarias de rebelión y resistencia de los animales en la era del capitalismo global*. Madrid: Errata Naturae.
- Comisión Europea. 2023. “Europeos a favor de un enfoque ético en la experimentación animal”. Bruselas: Comisión Europea, 27 de junio. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_23\\_3993](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3993)
- Cronin, J. Keri y Lisa A. Kramer. 2018. “Challenging the Iconography of Oppression in Marketing: Confronting Speciesism through Art and Visual Culture”. *Journal of Animal Ethics* 8, no. 1: 80–92.
- Cruelty Free. 2020. “Poll: 72% of EU citizens want a phase-out plan for animal test”. *Cruelty Free International*. 16 de abril. <https://crueltyfreeinternational.org/latest-news-and-updates/poll-72-eu-citizens-want-phase-out-plan-animal-tests>
- Cruelty Free. 2021. “Suffering and breaches of law in Spanish contract testing facility”. *Cruelty Free International*. 8 de abril. <https://crueltyfreeinternational.org/toxicity-testing-animals-vivotecnia-spain>
- Douglas, Mary. 1998. “La elección entre lo somático y lo espiritual: algunas preferencias médicas”. En *Estilos de pensar. Ensayos críticos sobre el buen gusto*, 38–64. Barcelona: Gedisa.
- EARA. 2024. “Acuerdo COSCE de transparencia sobre el uso de animales de experimentación científica en España. Séptimo informe anual 2024”.

- European Animal Research Association [https://cosce.org/wp-content/uploads/2024/12/Informe\\_EARA-COSCE\\_Transparencia\\_2024.pdf](https://cosce.org/wp-content/uploads/2024/12/Informe_EARA-COSCE_Transparencia_2024.pdf)
- Eurogroup for Animals. 2022. “Use of animals in research, testing and education”. Encuesta realizada por Savanta ComRes para Eurogroup for animals. Noviembre 2022. <https://www.eurogroupforanimals.org/news/77-eu-citizens-want-transition-non-animal-science>
- Fernández, Laura, Estela M. Díaz, Olatz Aranceta-Reboredo y Núria Almiron. 2025. “Displaying Compassion to Hide Harms: An Analysis of the Visual Communication Strategies of the Spanish Animal Industrial Complex”. En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor. Londres: Routledge.
- Fernández, Laura. 2019. “¿Máquinas biotecnológicas o seres sintientes? Una aproximación antiespecista a la clonación de animales no humanos”. *Revista de Bioética y Derecho*, no. 47: 141–157. <https://doi.org/10.1344/rbd2019.0.26850>
- Galeno. 1999. *On Anatomical Procedures. De Anatomicis Administrationibus Provenance*. Oxford: Oxford University Press.
- Goñi-Balantziaga, Olatz, Iván Ortega-Saez, Sergi Vila y Garikoitz Azkona. 2022. “A Survey On the Use of Mice, Pigs, Dogs and Monkeys as Animal Models in Biomedical Research in Spain”. *Laboratory Animal Research* 38: 14. <https://doi.org/10.1186/s42826-022-00124-5>
- Greek, C. Ray y Jean Swingle Greek. 2000. *Sacred Cows and Golden Geese: The Human Cost of Experiments on Animals*. Nueva York: Continuum.
- Harrison, Pete. 2009. “Politician makes protest in EU’s “Great Apes Debate”. *Reuters*. 2 de febrero. <http://www.reuters.com/article/2009/02/24/eu-research-animalsidUSLN70970520090224>
- Hribal, Jason. 2016. *Los animales son parte de la clase trabajadora y otros ensayos*. Madrid: Ochodocuatro.
- Jouglá, Audrey. 2023. *Profesión: Animal “de” laboratorio*. Madrid: Ochodocuatro.
- Laman, Jon D, Susanne M Kooistra y Björn E Clausen. 2007. “Reproducibility Issues: Avoiding Pitfalls in Animal Inflammation Models”. *Methods in Molecular Biology* 1559: 1–17. [https://doi.org/10.1007/978-1-4939-6786-5\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-4939-6786-5_1)
- Leyton, Fabiola. 2019. *Los animales en la bioética. Tensión en las fronteras del antropocentrismo*. Barcelona: Herder.

- Linzey, Andrew y Clair Linzey. 2018. *The Ethical Case Against Animal Experiments*. Urbana: University of Illinois Press.
- MAPA. 2023. *Informe sobre usos de animales en experimentación y otros fines científicos, incluyendo la docencia durante 2022*. Ministerio de agricultura, pesca y alimentación. [https://www.mapa.gob.es/gl/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/informe2022\\_tcm37-665786.pdf](https://www.mapa.gob.es/gl/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/informe2022_tcm37-665786.pdf)
- Marlin, Randal. 2013. *Propaganda and the Ethics of Persuasion*. Peterborough: Broadview Press.
- Miguel-Batuecas, Andrea, Manuel Fuertes-Recuero, David Díaz-Regañón, Gustavo Ortiz-Díez, Luis Revuelta y Juan A. De Pablo-Moreno. 2023. “Animal Research in Spain: A Study of Public Perception and Attitudes”. *Animals* 13, no. 12: 2039. <https://doi.org/10.3390/ani13122039>
- Pound, Pandora. 2023. *Rat Trap. The Capture of Medicine by Animal Research – and how to Break Free*. Leicester: Troubador Publishing.
- Rodrigo Calduch, Teresa. 2021. “El sesgo de publicación y la no reproducibilidad en el balance ético de los proyectos de investigación con animales”. *Revista de Bioética y Derecho* 51: 61–79. <https://doi.org/10.1344/rbd2021.51.31333>
- Save Cruelty Free Cosmetics - Commit to a Europe Without Animal Testing. 2023. “European Citizen’s Initiative Save Cruelty Free Cosmetics - Commit to a Europe Without Animal Testing”. [https://citizens-initiative.europa.eu/save-cruelty-free-cosmetics-commit-europe-without-animal-testing\\_en](https://citizens-initiative.europa.eu/save-cruelty-free-cosmetics-commit-europe-without-animal-testing_en)
- SECAL. 2017. “Concurso cuento infantil: La historia de Mussi”. <https://secal.es/concurso-cuento-infantil-la-historia-de-mussi/>
- SECAL. 2024. “Quiénes somos”. <https://secal.es/quienes-somos>
- Stop Vivisection. 2015. “European Citizen’s Initiative Stop Vivisection”. [https://citizens-initiative.europa.eu/initiatives/details/2012/000007/stop-vivisection\\_en](https://citizens-initiative.europa.eu/initiatives/details/2012/000007/stop-vivisection_en)
- Wadman, Meredith. 2023. FDA No Longer Needs to Require Animal Tests Before Human Drug Trials. *Science* 379, no. 6628: 127–128. <https://doi.org/10.1126/science.adg6276>
- Wall RJ y M Shani. 2008. “Are Animal Models as Good as We Think? *Theriogenology* 69, no. 1: 2–9. <https://doi.org/10.1016/j.theriogenology.2007.09.030>



## CAPÍTULO 4

### Silencios, amplificaciones y distorsiones: la retórica del lobby en defensa de la carne

Amparo Merino, Estela M. Díaz y Antonio Núñez

**Resumen:** En un mundo donde las percepciones sobre lo posible y lo deseable en la alimentación están cambiando rápidamente, emerge un creciente cuestionamiento ético sobre el uso de animales no humanos como alimento. Este cuestionamiento sitúa en el centro del debate a la industria *ganadera*,<sup>1</sup> cuya representación discursiva constituye el foco de este capítulo. Aunque el sector *ganadero* abarca una amplia diversidad de modelos y perspectivas, los discursos públicos de la industria de la agricultura animal moldean creencias, emociones y formas de actuar en relación con los animales y el consumo de carne. Por ello, el objetivo de este texto es identificar las estrategias retóricas empleadas por este sector para defender y promover una determinada visión del animal y su explotación para el consumo humano. A partir de textos publicados por asociaciones interprofesionales españolas que representan a la mayoría de productores de carne del país, se examinan estas estrategias basadas en los conceptos aristotélicos de *ethos*, *logos* y *pathos*. Los resultados revelan estrategias retóricas que silencian a los animales como sujetos sensibles al tiempo que refuerzan la imagen del sector *ganadero* como garante del bien común y desvirtúan la motivación moral del bienestar animal al presentarlo como una práctica empresarial.

### INTRODUCCIÓN

Según cálculos de la FAO (2024), en el sistema alimentario mundial se criaron y sacrificaron 92.200 millones de animales terrestres en 2023. Se estima que globalmente el crecimiento del consumo medio mundial de carne aumente un 2,5% durante los próximos diez años (OECD/FAO, 2023). No obstante, la demanda mundial de carne crecerá más lentamente que en la última década, dadas las presiones inflacionarias

---

<sup>1</sup> El concepto *ganadería* procede del verbo *ganar* y ha sido promovido por la industria para designar una actividad que reduce a los seres vivos explotados a la categoría de bienes económicos. Se escribe en cursiva para señalar su carga ideológica y evitar su uso acrítico.

y el aumento de la preocupación por el medio ambiente y la salud, en especial en el Norte Global (OECD/FAO, 2023). Por ejemplo, en Europa, la creciente preocupación de los consumidores por el impacto de sus dietas lleva a prever una reducción global en el consumo anual de carne per cápita de aproximadamente 1,6 kg para 2035, especialmente en las categorías de vacuno y porcino (Comisión Europea, 2023).

Una de las razones que explican esta tendencia es el rechazo al maltrato animal y, de manera creciente, la crítica hacia la arraigada noción de los animales como alimento. Tal escrutinio, impulsado por los consumidores, pero también por responsables políticos y por distintos actores de la cadena de valor de la industria agroalimentaria, demanda una reevaluación del impacto social del sector de la carne (Alonso, González-Montaña y Lomillos, 2020; Liu et al., 2023). Más allá, este cuestionamiento ético plantea dudas sobre la carne como institución, es decir, como conjunto de valores y prácticas que configuran cómo nos relacionamos con ella y con la explotación de los animales como alimento humano.

El estudio de este debate se ha centrado de modo prioritario en quienes consumen y su preocupación creciente sobre el maltrato de los animales de granja (Purslow y Zhang, 2023). Sin embargo, el discurso público desarrollado por los productores de carne es fundamental para (re)producir los significados y prácticas sobre los animales y su uso. En esta labor, son particularmente relevantes las organizaciones interprofesionales del sector cárnico en su función de lobby, debido a que proporcionan un espacio para la representación colectiva de sus miembros y contribuyen a reforzar las creencias compartidas, proporcionan un argumentario común sobre su rol social y dan continuidad a las prácticas establecidas (Greenwood, Suddaby y Hinings, 2002). Por tanto, estudiar la retórica de estas organizaciones, es decir, cómo utilizan el discurso para promover determinados significados, emociones o acciones, resulta crucial para entender la posición del sector *ganadero* en el actual marco de debate ético sobre el uso de animales no humanos para alimentación.

Para ello, en este capítulo analizamos las estrategias retóricas empleadas por el lobby cárnico tomando como guía las técnicas de persuasión basadas en la apelación al *ethos* (la autoridad moral del autor del texto), al *pathos* (la búsqueda de generar emociones en la audiencia) y al *logos* (argumentos lógico-rationales) para defender la carne como institución. Estudiamos textos extraídos de las páginas web de las principales asociaciones interprofesionales del sector cárnico, oficialmente reconocidas en su interacción con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español: ASICI (Cerdo Ibérico), AVIANZA (Carne Avícola), INTERCUN (Sector Cunicula), INTEROVIC (Ovino y Caprino de Carne), INTERPALM (Palmípedas Grasas), INTERPORC (Porcino de Capa Blanca) y PROVACUNO (Carne de Vacuno). Aunque los documentos no siempre identifican explícitamente a sus destinatarios, las misiones y objetivos declarados en estos textos sugieren un público objetivo amplio, incluyendo

a los propios miembros (productores, transformadores y comercializadores de toda la cadena de valor del sector), pero también a consumidores, políticos, y otros actores del sector de la industria cárnica.

El análisis revela un discurso articulado en torno a tres movimientos retóricos. En primer lugar, la atención se retira de los animales, que quedan silenciados mediante su reducción a carne. En segundo lugar, el foco se desplaza hacia los *ganaderos*, con una retórica que amplifica su papel como garantes de salud, custodios de tradiciones y preservadores del territorio. Finalmente, los animales se mencionan únicamente dentro de una retórica del bienestar fundamentada en razones empresariales, en lugar de morales. Esta tríada retórica refuerza la legitimidad del uso de los animales para la alimentación y consolida en el imaginario colectivo la relevancia social, económica y cultural de la carne.

## ANIMALES SILENCIADOS

La retórica del silencio, que impide el reconocimiento de los animales como sujetos sensibles, subyace al discurso del lobby cárnico. El discurso refuerza la cosificación dominante de los animales, que quedan silenciados mediante su reducción a carne y el uso retórico del *logos*, con argumentos que asocian la carne con la salud, el placer gastronómico y la bondad de la tradición.

### La carne como salud

Los argumentos lógicos dominan la retórica que asocia la carne con la salud. La carne se presenta como una necesidad esencial para una vida saludable debido a su aporte de nutrientes y de funciones clave para el bienestar físico. Se proporcionan listas de valores nutricionales, con particular énfasis en su rol como fuente de proteínas, realizándose así una segunda reducción del animal, no solo como carne sino como proteínas necesarias e indispensables, especialmente para el desarrollo de la infancia, y para una mayor esperanza de vida. Estas afirmaciones se refuerzan mediante referencias genéricas a “la ciencia”, presentada como la autoridad abstracta que otorga credibilidad a los argumentos, tal y como ilustra claramente INTERPORC (2022a): “La ciencia lo tiene muy claro: la carne de cerdo es sana y saludable”. Estas referencias frecuentemente se complementan con declaraciones de médicos como prescriptores de la calidad nutricional de la carne.

El argumento racional sobre la carne como sinónimo de salud se refuerza recíprocamente con el recurso emocional al miedo. El discurso de las interprofesionales alimenta esta emoción negativa al afirmar que desviarse de las recomendaciones dietéticas de la industria o reducir el consumo de carne representa una amenaza para la salud. Esto es especialmente evidente en las críticas a las proteínas vegetales y

las dietas veganas, donde el discurso gira alrededor de sus peligros, como ilustra la siguiente cita: “Si hay algo que caracteriza a las dietas veganas es el riesgo de una carencia de la vitamina B12 o cobalamina. Esta vitamina es crucial para nuestro desarrollo y juega un papel muy importante en el crecimiento y buen funcionamiento del cerebro, el sistema nervioso y la formación de la sangre” (PROVACUNO, s.f.).

### **La carne como placer**

La sinécdoque, figura central en este movimiento retórico que identifica al animal con los productos de su cuerpo, se refuerza al presentar la carne como una experiencia gastronómica placentera, apelando emocionalmente al disfrute de su consumo, un tema recurrente en todo el análisis. Esta referencia a las cualidades hedónicas de la carne se articula a través de un uso abundante de adjetivos que destacan sus características organolépticas, así como la variedad de texturas y sabores que ofrece. Un ejemplo del detalle de esa variedad se recoge en los discursos sobre las cualidades de la carne de vacuno asociadas a cada época de la vida del animal:

El abanico de sus cualidades organolépticas y la variedad de texturas y sabores de cada corte se extienden desde una carne de color “rosado”, con más ternura, jugosidad, poca grasa y digestibilidad, procedente de animales con edades entre menores de un año y 24 meses, hasta carnes rojas y sabrosas de vacuno a partir de vacuno mayor de dos años (PROVACUNO, 2025).

El énfasis en las bondades sensoriales de la carne refuerza la ausencia del animal como sujeto, reduciéndolo a un mero contenedor de placer gastronómico. En algunos casos, las referencias al disfrute que proporciona su preparación y consumo se exaltan hasta el punto de presentarse como una manifestación artística y cultural de España, digna de ser protegida como patrimonio nacional, tal y como ilustra la interprofesional del cerdo ibérico: “El corte del Jamón Ibérico es un arte que se perfecciona con el tiempo y requiere hacerlo con calma” (ASICI, 2025).

### **La carne como tradición**

El discurso de los lobbies *ganaderos* asocia fuertemente la tradición con el consumo de carne, legitimándolo a través de la dieta mediterránea, presentada con orgullo como “una de las más saludables del mundo” y “Patrimonio Inmaterial de la Humanidad”. Aunque esta dieta es principalmente vegetal, con aceite de oliva como fuente principal de grasa y un consumo moderado de carne (Guasch-Ferré y Willet, 2021), los textos retóricamente exageran su vínculo con la carne. Así, el cordero es descrito como un alimento central en esta dieta, y la carne de res se presenta como un ingrediente “inseparable” de dicho patrón alimentario. Esta estrategia retórica apela a la nostalgia colectiva al destacar el papel histórico de la carne en la evolución

humana, así como a recuerdos más personales ligados a la familia y las comidas familiares. Un ejemplo de ello se encuentra en la interprofesional del sector cunícola y su campaña de comunicación con el chef Paco Roncero, con la evocación de cómo la carne de conejo lo transporta a su infancia, recordando las preparaciones de su padre, ahora reelaboradas por el reconocido chef (Agronews Castilla y León, 2015).

## SECTOR *GANADERO* AMPLIFICADO

El pilar central sobre el que se asienta la retórica de las interprofesionales cárnicas españolas es la construcción de la identidad del sector en torno a un imaginario que idealiza a los *ganaderos* —y otros actores implicados en la producción de carne— y legitima así su actividad. Para ello, la retórica utilizada por la industria se basa en el *ethos* de los *ganaderos*, es decir, en argumentos para mostrar su autoridad y credibilidad. Los argumentos buscan proyectar una imagen de profesionalidad y presentar su labor como un acto heroico orientado al bien común, reforzados por un uso estratégico del *pathos*, que apela a las emociones de la audiencia mediante la identificación de los intereses del sector *ganadero* con los de la sociedad en su conjunto.

### **Los *ganaderos* como expertos**

De manera transversal en todos los textos, los *ganaderos* son representados como “profesionales”, un término recurrente para resaltar la posesión de las habilidades necesarias para garantizar altos estándares de calidad en la producción de carne. A su vez, el dominio experto de esas habilidades se construye alrededor de la tradición como legado de sabiduría transmitida a lo largo de generaciones. De este modo, se alude a prácticas con miles de años de antigüedad, como la producción de *foie gras* desde la época de los faraones o el consumo de jamón ibérico, vinculado a tiempos prehistóricos. Como resultado, la importancia de estas costumbres y prácticas consagradas a través del tiempo se resalta no solo como un valioso legado, sino también como un sólido testimonio de la credibilidad y la excelencia que caracterizan a toda la industria.

La autoridad moral de los *ganaderos* también se refuerza mediante las alianzas del sector con otros actores. Así, son comunes las referencias a figuras políticas elogiando la calidad de los productos y el papel de los *ganaderos* en la economía rural; a profesionales de la ciencia que respaldan la innovación y la sostenibilidad que caracterizan al sector; o a personajes como chefs que promueven la carne como símbolo de creatividad y disfrute culinario.

Además, la industria refuerza su credibilidad mediante certificaciones, premios y reconocimientos oficiales. La asociación interprofesional del cerdo ibérico, por

ejemplo, destaca su estatus como Organización Interprofesional Agroalimentaria desde 1999 y su laboratorio acreditado como centro nacional de referencia. Este esfuerzo retórico busca legitimar a la industria como una fuente confiable para contrarrestar la supuesta desinformación que promueven “determinados colectivos, con evidentes intereses económicos” (PROVACUNO, 2019). El discurso refleja la preocupación del sector *ganadero* al respecto, buscando mostrar “la realidad del sector”.

### **Los *ganaderos* como custodios del bien común**

Una segunda estrategia retórica para impulsar la legitimidad del sector *ganadero* es construir una identidad heroica, destacando su papel vital en el bienestar económico, social y cultural de la sociedad española. Utilizando datos para avalar la magnitud de su valor, la industria de la carne se presenta como un motor clave del crecimiento económico y del empleo en España. Esta narrativa se amplifica con referencias emocionales a la identidad nacional, al enmarcarla como “generadora neta de oportunidades para nuestro país” o como parte de la “construcción nacional” con la que el sector *ganadero* está fuertemente comprometido.

Tal autoatribución de responsabilidad del sector *ganadero* en el impulso de la economía española se ve reforzada por su representación como agente de cohesión social, capaz de transformar comunidades, especialmente en las zonas rurales, donde la actividad actúa como catalizador de su mantenimiento. Por ejemplo, la interprofesional del sector ovino y caprino se describe como parte del Foro Ganadero-Cárnico,<sup>2</sup> “principal defensor de las actividades económicas y sociales que han permitido la supervivencia de muchos pueblos y aldeas de las zonas rurales” (INTEROVIC, 2022). Esta imagen heroica se refuerza al destacar la valentía del sector para acometer una empresa de tal envergadura, como muestra el lobby productor de carne de cerdo: “En la llamada España vaciada, donde muchas industrias ni se acercan y otras que estaban se han ido, el porcino permanece creando empleo, riqueza y esperanza” (INTERPORC, 2022b).

El sector cárnico combina su retórica de contribución social con otra de protección ambiental, en particular en el caso de la interprofesional del ganado ovino y caprino, que vincula su actividad con la conservación natural, resaltando el valor ecológico de la trashumancia. De manera análoga, la dehesa, en el contexto de la cría del

---

<sup>2</sup> Iniciativa impulsada por las principales asociaciones interprofesionales de la cadena *ganadero*-cárnica con el objetivo de “poner en valor la importancia y el compromiso de este sector en nuestro país” y “contribuir a que la economía y la sociedad españolas puedan afrontar los desafíos de la sostenibilidad, la digitalización y el reto demográfico” (<https://www.forogc.es/>).

cerdo ibérico, se presenta como un modelo de economía circular que promueve la biodiversidad, mitiga el cambio climático y actúa como barrera contra los incendios.

Este imaginario de heroicidad del sector *ganadero* español se extiende más allá de las fronteras nacionales para validar la legitimidad de la industria cárnica española como actor clave en la escena alimentaria internacional. Esta retórica gira en torno tanto a la magnitud de las exportaciones como a la supuesta superioridad en calidad, trazabilidad y bajo impacto ambiental de la carne producida en España, en comparación con las importaciones. En este sentido, se apela al miedo a enfermedades vinculadas a productos extranjeros para resaltar la seguridad del sistema nacional y generar desconfianza hacia las alternativas importadas. Así, la interprofesional del sector porcino presenta a sus *ganaderos* como referente mundial en la prevención de la peste porcina africana, mientras la asociación de productores de carne de vacuno destaca el respaldo de la OMSA<sup>3</sup> (Organización Mundial de Sanidad Animal) en el control del mal de las vacas locas. Este discurso aúna así llamadas tanto al orgullo nacionalista en una especie de “patriotismo cárnico”, como a emociones de miedo y desconfianza hacia la actividad y los productos *ganaderos* procedentes de otros países.

### **Los *ganaderos* como garantes de bienestar colectivo**

El tercer recurso retórico para amplificar la autoridad moral y la credibilidad del sector *ganadero* es construir un sentido de identificación y conexión con la audiencia, creando un vínculo profundo al presentarse como parte de una comunidad más amplia a cuyo bienestar contribuye. Esto se logra mediante el uso frecuente de adjetivos inclusivos y pronombres en primera persona del plural, como hace explícito la interprofesional de la carne de porcino: “Nosotros, los profesionales del sector porcino español, somos defensores del entorno rural, porque es donde trabajamos, vivimos y criamos a nuestros hijos” (INTERPORC, 2022c).

Este sentido de cercanía se intensifica al alinear al sector con la comunidad en general y de modo específico a “nuestro país”. Así, el discurso utiliza la hipérbole para magnificar la contribución social de la industria cárnica, como mencionábamos antes. Un ejemplo de ello son las referencias a la iniciativa que aúna a las principales interprofesionales —Foro Ganadero-Cárnico— y a su objetivo de buscar dar mayor visibilidad al trabajo y la voz de los municipios españoles. Esta plataforma retrata el esfuerzo de los agricultores como fundamental en la construcción de la nación bajo el elocuente lema “Construyendo país”.

---

<sup>3</sup> Organización intergubernamental centrada en difundir la información sobre las enfermedades animales y en mejorar la sanidad animal en todo el mundo (<https://www.woah.org/es/>).

Junto con la referencia al bienestar de lo colectivo sintetizado en el “país”, también recurren a valores culturales compartidos para resonar con el público en un nivel más personal, presentándose como alineados con sus expectativas y preocupaciones. Así, por ejemplo, INTERPORC afirma:

El consumidor moderno ya no pide solo que el producto sea bueno, sino que exige que la marca tenga unos valores que comulguen con los suyos. Afortunadamente, el sector porcino ya posee una verdad auténtica, una cultura y unos valores de los cuales el público se pueda enamorar (INTERPORC, 2022d).

De esta manera, crean un sentido de complicidad con los consumidores, quienes se ven como participantes activos en la cadena de valor. Esta identificación se refuerza apelando a la conexión con el público a través de tres emociones principales: orgullo, frustración y preocupación. El orgullo se vincula con el nacionalismo y con la creencia de que la carne es una expresión cultural de la identidad española que no solo “alimenta a España” sino también “al mundo”.

El sentimiento de orgullo se complementa con el discurso de la frustración que se asocia a ataques externos en forma de desinformación, competencia extranjera y acciones de los activistas de derechos animales y veganos. El sector se representa como una víctima de circunstancias ajenas a su control, argumento elocuentemente ilustrado por el siguiente extracto de la interprofesional de carne avícola:

Algo que también estamos viendo en otros mercados europeos con la adopción por parte del canal de distribución de la iniciativa ECC (confusamente denominada European Chicken Commitment),<sup>4</sup> impulsada por organizaciones animalistas y veganas. En este sentido, es preciso llamar a las cosas por su nombre, pues el ECC pretende la erradicación en 2026 de la producción de carne avícola en granjas con sistemas intensivos (AVIANZA, 2023).

De este modo, se apela a la empatía de los consumidores al enmarcar la compra de productos de origen animal como una elección moral que respalda a un sector considerado esencial para el bien común y que, además, se presenta como amenazado. Este contraste se refuerza a través de la retórica del sacrificio de los *ganaderos* como agentes comprometidos con la sociedad, para cuyo bienestar han de soportar grandes

---

<sup>4</sup> La European Chicken Commitment (ECC) es una iniciativa impulsada por 37 organizaciones dedicadas a la protección y defensa de los derechos de los animales. Esta iniciativa establece una serie de demandas para que las empresas alimentarias adopten criterios orientados a reducir el sufrimiento en la industria del engorde de aves de corral. Los criterios específicos se encuentran disponibles en la carta del ECC (<https://welfarecommitments.com/letters/europe/es/>).

cargas. En este sentido la interprofesional de carne de porcino se describe como un sector “que lleva décadas poniendo el máximo esfuerzo y dedicación a impulsar iniciativas dirigidas a ser más sostenibles, mejorar el bienestar animal, apoyar el desarrollo rural y crear miles de empleos al año” (INTERPORC, 2022e).

## BIENESTAR ANIMAL DISTORSIONADO

Mientras que en la representación descrita anteriormente los animales, como sujetos, quedan silenciados tras su reducción a carne, existe un espacio en el discurso donde su presencia sí resuena: el ámbito del bienestar animal. Sin embargo, esta presencia de los animales puede interpretarse como una “pseudo presencia”, ya que la voz que habla de su bienestar aparece distorsionada por una lógica empresarial que muestra el bienestar como un simple objeto de gestión del proceso productivo.

En consecuencia, la retórica del bienestar animal está dominada por apelaciones al *logos* empresarial en lugar de al *pathos*; es decir, se privilegian argumentos económicos y productivos por encima de las emociones que cabría esperar en un ámbito que, por su naturaleza, pertenece a la esfera moral. Una síntesis elocuente de esto la proporciona la asociación de productores de carne de vacuno cuando vincula el bienestar animal al cumplimiento de la legislación europea y española, motivada por un objetivo puramente comercial sin mencionar razones centradas en los propios animales:

El objetivo es establecer unas normas mínimas para la protección de los animales desde la granja hasta el sacrificio, pasando por el transporte; contribuir a la mejora y mantenimiento de la competitividad de las exportaciones *ganaderas*, creando así un mercado de mayor calidad compatible con el Modelo de Producción Europeo que permita abrir y mantener mercados exteriores para el producto (PROVACUNO, 2025).

Así, el razonamiento del bienestar animal basado en la competitividad y la ampliación de mercados está motivado por el énfasis en la estrecha asociación entre el cuidado de los animales y la calidad de su carne, como bien ilustra la interprofesional de carne porcina: “Ofrecemos productos sanos y de calidad, y para conseguirlo, la especial atención y cuidado de nuestros animales es esencial y parte integral de nuestro modelo productivo” (INTERPORC, 2022c). Este paralelismo entre el bienestar animal y la calidad de la carne se extiende a toda la vida de los animales, que se confunde con la vida de los productos obtenidos de sus cuerpos. Así, el ciclo vital es silenciado por el ciclo comercial, utilizando una elipsis que omite las etapas del primero (nacimiento, crecimiento, madurez, muerte) mientras detalla las del segundo (explotación, transporte y sacrificio).

Además, un patrón común en el discurso es incluir vagamente el bienestar animal como otro componente más de una lista de compromisos sociales y medioambientales de la industria *ganadera*: “Triple sostenibilidad, liderazgo global en bienestar animal y los más altos estándares en seguridad alimentaria están en nuestro ADN” (INTERPORC, 2022b). Una lista de compromisos frecuentemente acompañada por declaraciones de apoyo por parte de representantes de administraciones públicas que refuerzan la credibilidad del sector. Ejemplo de ello es la siguiente cita de la asociación de productores de carne avícola (AVIANZA, 2022):

En su intervención, el responsable del sector agroalimentario español ha destacado que “la sociedad tiene que saber que tiene en nuestros ganaderos y ganaderas, en el sector cárnico, uno de los pilares por los cuales puede sentirse tranquila”, remarcando “la necesidad de dar a conocer su trabajo y los avances que están realizando para producir alimentos sostenibles, respetuosos con el medio ambiente y el bienestar animal”

Estas distorsiones, en definitiva, refuerzan la afirmación de los animales como objetos de cuidado y su negación como sujetos de sufrimiento, lo que implica una paradoja que sustenta el marco de los animales como alimento.

## CONCLUSIONES

La industria de la agricultura animal se enfrenta a un creciente escrutinio moral debido a la percepción pública de que “los agricultores están involucrados en un trabajo moralmente dudoso” (Wilkie, 2005, 293). Este es el punto de partida para abordar el estudio del discurso público del sector *ganadero* sobre los animales y la carne, habida cuenta del papel de los discursos en la formación de creencias (Phillips, Lawrance y Hardy, 2004). En concreto, el análisis de la retórica utilizada por los grupos de presión *ganaderos* en España revela una estrategia de defensa de la institución de la carne centrada en tres movimientos: *silenciar*, *amplificar* y *distorsionar*.

El primer movimiento, *silenciar*, presenta a los animales como fuentes de salud, sabor e identidad cultural, mientras se silencia su capacidad de sufrimiento. De este modo, se evita cualquier pregunta ética que pueda afectar a la percepción del consumidor, manteniendo a los animales como simples mercancías. Esta elusión ética supone un freno a la justicia y la compasión interespecies, al impedir el reconocimiento de los animales como víctimas del sistema alimentario.

El segundo movimiento, *amplificar*, complementa el silencio anterior con la exaltación retórica de los *ganaderos* como los héroes responsables de una actividad que sostiene el bienestar socioeconómico y preserva valores culturales nacionales

a la vez que omite las múltiples complejidades de tipo moral, político, ecológico o laboral de la industria. Además, se oculta el sufrimiento de los animales en la producción de carne, mientras que se desacredita el discurso de los defensores de los derechos de los animales, silenciando perspectivas críticas con la ideología pro-carne. En consecuencia, la retórica de la amplificación contribuye a construir un “altruismo ilusorio” (Almiron, Fernández y Rodrigo-Alsina, 2024), en la medida en que la industria se presenta como altruista mientras desalienta las opiniones compasivas hacia los animales. Además, esta retórica se basa en la complicidad de los consumidores y otros actores sociales al presentar la carne como una norma social. Esto traslada la responsabilidad al público, creando un consenso que dificulta el examen crítico de la industria cárnica, margina los puntos de vista alternativos como radicales y perpetúa la idea de que cuestionar la producción de carne se opone a los valores sociales, impidiendo el escrutinio moral y reforzando el statu quo de la industria.

Finalmente, el movimiento retórico de *distorsión*, aunque concede voz al bienestar animal, lo presenta desde una perspectiva que legitima la producción de carne como un proceso necesario y regulado. Sin embargo, esta retórica evita discutir las implicaciones éticas del (ab)uso animal y se centra en argumentos racionales de tipo empresarial que intentan desviar la atención de las preocupaciones morales, al tiempo que afirman cumplir las normas de bienestar impuestas por la ley y la buena profesionalidad. Frente a otras investigaciones que han encontrado visiones más diversas y matizadas sobre el cuidado de los animales entre los ganaderos a escala individual (Vigors, Wemelsfelder y Lawrence, 2023), nuestro análisis del discurso oficial de las principales asociaciones interprofesionales españolas de la carne ofrece una visión homogénea del bienestar animal fundamentada por argumentos de calidad y seguridad del producto. Esto sugiere que las preocupaciones morales individuales se diluyen en una narrativa colectiva que oculta contradicciones internas que podrían socavar la posición de poder de la industria y que merecería la pena continuar explorando.

En definitiva, estas tres estrategias retóricas del lobby cárnico, al eludir el debate ético sobre la producción de carne, refuerzan el especismo —la ideología que discrimina a los animales no humanos por razón de especie y justifica su explotación— y limitan la aceptación de visiones alternativas que conciben a los animales no humanos como sujetos con derechos. Sin embargo, para fomentar sistemas alimentarios más éticos y una sociedad compasiva y menos violenta, es crucial visibilizar y cuestionar discursos que implican posturas éticas monolíticas acerca de la aceptación acrítica de los animales como alimento, trayendo al debate público una mayor conciencia sobre las implicaciones morales de la producción de carne y sobre la posibilidad de visiones alternativas de la alimentación humana. Para ello es necesario promover narrativas que hagan hincapié en los beneficios morales,

sociales y ecológicos de no utilizar animales como recursos y crear plataformas para que estas voces sean escuchadas.

## REFERENCIAS

- Agronews Castilla y León. 2015. “El cocinero Paco Roncero, nueva imagen de la campaña de INTERCUN para promocionar el consumo de carne de conejo”. *Agronews Castilla y León*, 3 de noviembre. <https://www.agronewscastillayleon.com/el-cocinero-paco-roncero-nueva-imagen-de-la-campana-de-intercun-para-promocionar-el-consumo-de-carne/>
- Almiron, Núria, Laura Fernández y Miquel Rodrigo-Alsina. 2024. “Illusory authenticity: Negotiating compassion in animal experimentation discourse”. *Discourse Studies* 26, no. 2: 153-172. <https://doi.org/10.1177/14614456231219633>
- Alonso, Marta E., José R. González-Montaña y Juan M. Lomillos. 2020. “Consumers’ concerns and perceptions of farm animal welfare”. *Animals* 10, no. 3: 385. <https://doi.org/10.3390/ani10030385>
- ASICI. 2025. “Despierta tu sentido ibérico”. <https://iberico.com/promocion/desperta-tu-sentido-iberico/>
- AVIANZA. 2022. “Comunicado Foro Ganadero-Cárnico: El sector ganadero-cárnico se compromete a seguir ‘construyendo país’”. <https://avianza.org/comunicado-foro-ganadero-carnico-el-sector-ganadero-carnico-se-compromete-a-seguir-construyendo-pais/>
- AVIANZA. 2023. “Un ‘World Poultry Day’ con poco que celebrar para el sector de la producción de carne avícola española”. <https://avianza.org/comunicado-avianza-un-world-poultry-day-con-poco-que-celebrar-para-el-sector-de-la-produccion-de-carne-avicola-espanola/>
- Comisión Europea. 2023. *EU agricultural outlook for markets, 2023-2035*. Bruselas: Comisión Europea, DG Agriculture and Rural Development. [https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2024-01/agricultural-outlook-2023-report\\_en\\_0.pdf](https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2024-01/agricultural-outlook-2023-report_en_0.pdf).
- FAO. 2024. “Crops and livestock products 2023”. FAOSTAT database. <https://faostat.org/faostat/en/#data/QCL>
- Greenwood, Royston, Roy Suddaby y Christopher R. Hinings. 2002. “Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of

- institutionalized fields”. *Academy of Management Journal* 45, no 1: 58–80. <https://doi.org/10.5465/3069285>
- Guasch-Ferré, Marta y Walter C. Willett. 2021. “The Mediterranean Diet and Health: A Comprehensive Overview.” *Journal of Internal Medicine* 290, no. 3: 549–566. <https://doi.org/10.1111/joim.13333>
- INTEROVIC. 2022. “El sector ganadero-cárnico se compromete a seguir ‘construyendo país’”. 2 de junio de 2022. <https://interovic.es/el-sector-ganadero-carnico-se-compromete-seguir-construyendo-pais-0>
- INTERPORC. 2022a. “El sector porcino de capa blanca es referente de calidad en la producción de proteína”. 9 de marzo de 2022. <https://interporc.com/2022/03/09/interporc-sector-porcino-capa-blanca-referente-de-calidad?cat=actualidad/prensa>
- INTERPORC. 2022b. “Podemos conquistar al consumidor reflejando valores y realidad del sector porcino”. 23 de junio de 2022 <https://interporc.com/2022/06/23/podemos-conquistar-al-consumidor-reflejando-valores-y-realidad-del-sector-porcino?cat=actualidad/prensa>
- INTERPORC. 2022c. “Muchas oportunidades que genera el porcino en el medio rural serían inviables sin su presencia”. 17 de marzo de 2022. <https://interporc.com/2022/03/17/oportunidades-que-genera-el-porcino-en-medio-rural?cat=blog/el-ayer-y-hoy-del-cerdo>
- INTERPORC. 2022d. “Solo pueden querernos si nos conocen”. 13 de setiembre de 2022 <https://interporc.com/2022/09/13/solo-pueden-querernos-si-nos-conocen?cat=blog/el-ayer-y-hoy-del-cerdo>
- INTERPORC. 2022e. “Los comunicadores Diego Losada, Carme Chaparro y Flora González reciben los Pink Awards por su labor divulgativa en torno al sector porcino”. 20 de marzo de 2022. <https://interporc.com/2022/07/20/pink-awards-por-labor-divulgativa-en-torno-al-sector-porcino?cat=actualidad/prensa>
- Liu, Jingjing, Joao M. Almeida, Nicola Rampado, Begoña Panea, Élise Hocquette, Sghaier Chriki, Marie-P Ellies-Oury y Jean-F Hocquette. 2023. “Perception of cultured ‘meat’ by Italian, Portuguese and Spanish consumers”. *Frontiers in Nutrition* 10: 1043618. <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1043618>
- OECD-FAO. 2023. *Agricultural Outlook 2023-2032*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/08801ab7-en>
- Phillips, Nelson, Thomas B. Lawrence y Cynthia Hardy. 2004. “Discourse and institutions”. *Academy of Management Review* 29, no. 4: 635–652. <https://doi.org/10.5465/amr.2004.14497617>

- PROVACUNO. 2019. “Provacuno lanza la campaña #FansdelVacuno para fomentar el consumo de carne de vacuno en España”. 22 de julio de 2019. [https://www.provacuno.es/vacuno/noticias/provacuno-lanza-la-campana-fansdelvacuno-para-fomentar-el-consumo-de-carne-de-vacuno-en-espana\\_804\\_325\\_2029\\_0\\_1\\_in.html](https://www.provacuno.es/vacuno/noticias/provacuno-lanza-la-campana-fansdelvacuno-para-fomentar-el-consumo-de-carne-de-vacuno-en-espana_804_325_2029_0_1_in.html)
- PROVACUNO. 2025. “Carne de vacuno”. [https://www.provacuno.es/propiedades-de-la-carne-de-vacuno/espanol/carne-de-vacuno\\_5\\_1\\_ap.html](https://www.provacuno.es/propiedades-de-la-carne-de-vacuno/espanol/carne-de-vacuno_5_1_ap.html)
- PROVACUNO. s.f. “La carne de vacuno: mitos y realidades de un alimento de gran valor nutricional y gastronómico”. [https://www.provacuno.es/vacuno/newsletter/la-carne-de-vacuno-mitos-y-realidades-de-un-alimento-de-gran-valor-nutricional-y-gastronomico\\_695\\_329\\_1944\\_0\\_1\\_in.html](https://www.provacuno.es/vacuno/newsletter/la-carne-de-vacuno-mitos-y-realidades-de-un-alimento-de-gran-valor-nutricional-y-gastronomico_695_329_1944_0_1_in.html)
- Purslow, Peter y Wangang Zhang. 2023. “Introduction to the special issue of meat science on ‘perspectives on consumer attitudes to meat consumption’”, *Meat Science* 193: 108956-108956. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2022.108956>
- Vigors, Belinda, Françoise Wemelsfelder y Alistair B. Lawrence. 2023. “What symbolises a “good farmer” when it comes to farm animal welfare?” *Journal of Rural Studies* 98, no. 1: 59–170. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.01.009>
- Wilkie, Rhoda. 2005. “Sentient commodities: rethinking the ethic of human–animal relations in the Scottish livestock industry”. *Journal of Rural Studies* 21, no. 2: 213–230. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2004.10.002>

## CAPÍTULO 5

### El devoto, el desorientado y el delirante: imaginarios discursivos contruidos por el lobby cárnico sobre la ciudadanía

Estela M. Díaz, Amparo Merino y Antonio Núñez

**Resumen:** A medida que la presión social, legislativa y comercial sobre la *ganadería* ha ido en aumento, los lobbies cárnicos han desarrollado estrategias discursivas para reforzar la legitimidad del consumo de carne. Este capítulo analiza cómo estos actores construyen representaciones de la ciudadanía consumidora en sus discursos públicos, configurando un marco simbólico que normaliza la explotación animal y refuerza su hegemonía en el sistema alimentario. A través de un análisis crítico del discurso sobre materiales producidos por siete interprofesionales cárnicas en España, se identifican tres perfiles clave de personas contruidos en el marco de estos discursos, cada uno asociado a una forma específica de violencia simbólica (Bourdieu, 1991). El perfil *Devoto* reproduce el discurso de la industria a través de la acumulación de capital simbólico, convirtiendo la carne en un producto culturalmente valioso. El perfil *Desorientado* se configura desde el paternalismo y la autoridad simbólica, posicionando a la industria como la única fuente de conocimiento legítimo. El perfil *Delirante* es deslegitimado a través de la exclusión y la ridiculización, neutralizando cualquier cuestionamiento ético hacia la industria. Este capítulo evidencia cómo el lenguaje no solo estructura el debate sobre el consumo de carne, sino que también define quién puede participar y desde qué posiciones. Su contribución radica en visibilizar las dinámicas de poder discursivo de los lobbies cárnicos y abrir espacios para imaginar un sistema alimentario basado en la justicia y el respeto a los animales no humanos como seres sintientes, libres de explotación.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la relación entre los seres humanos y los animales no humanos (en adelante, los animales) ha cobrado una relevancia creciente en el debate público. La explotación sistemática de los animales, en especial dentro de

la industria *ganadera*,<sup>1</sup> ha sido objeto de un escrutinio cada vez mayor debido a preocupaciones éticas, medioambientales y de salud pública. Esta transformación no es casual: ha sido impulsada por la presión ciudadana, que ha logrado influir en la agenda legislativa y en las estrategias de mercado de productores y distribuidores (Comisión Europea, 2019).

En la Unión Europea los cambios regulatorios han transformado el sector. Desde los años 80, la UE ha ido incorporando progresivamente la protección animal en su legislación. Uno de los hitos clave fue el reconocimiento de los animales como seres sintientes en el Artículo 13 del Tratado de Funcionamiento de la UE, lo que obligó a los Estados miembros a considerar su bienestar en las políticas agrícolas, comerciales y de transporte (Unión Europea, 2012). Este principio ha servido como base para iniciativas como el Convenio Europeo sobre la Protección de Animales de Granja y el Pacto Verde Europeo, que buscan reformar las condiciones de cría y transporte de animales con regulaciones más estrictas (Comisión Europea, 2019; 2023).

Asimismo, movimientos como “#EUforAnimals” han demandado la creación de un Comisionado Europeo para el Bienestar Animal, una propuesta respaldada por más de 300.000 personas y diversas organizaciones (Igualdad Animal, 2023). Uno de los avances más significativos en este ámbito ha sido la aceptación, por parte de la Comisión Europea, de la eliminación progresiva del uso de jaulas para la cría de animales para la alimentación en la UE, una medida que debería entrar en vigor en 2027. Esta decisión se tomó en respuesta a la campaña “End the Cage Age” (<https://www.endthecageage.eu/en/>), que logró reunir más de 1,4 millones de firmas exigiendo la prohibición del confinamiento en jaulas para animales considerados de granja, como gallinas, conejos, patos y cerdos. Aunque el Parlamento Europeo dio su respaldo a la eliminación progresiva de estas prácticas, su implementación está enfrentando retrasos significativos, lo que ha llevado a las organizaciones promotoras a recurrir a acciones legales para garantizar su cumplimiento (Igualdad Animal, 2025).

Más allá de las regulaciones en bienestar animal, el debate en torno a la *ganadería* industrial también ha sido influido por iniciativas más disruptivas inspiradas en el antiespecismo. Aquí destaca “End the Slaughter Age” (<https://www.endtheslaughterage.eu>), que cuestiona la propia legitimidad del sistema *ganadero*-industrial y propone eliminar los subsidios agrícolas a la producción animal, reorientándolos hacia alternativas éticas como las proteínas vegetales y otras opciones menos dañinas para los animales (aunque no libres de problemas éticos), como la carne cultivada en laboratorio. Asimismo, destaca la propuesta “Vegan

---

<sup>1</sup> El concepto *ganadería* procede del verbo *ganar*, y ha sido promovido por la industria para designar una actividad que reduce a los seres vivos explotados a la categoría de bienes económicos. Se escribe en cursiva para señalar su carga ideológica y evitar su uso acrítico.

Meal” (<https://eciveganmeal.com>), que promovió que se garantizaran las opciones veganas en instituciones públicas y privadas. Aunque esta última iniciativa no logró resultados legislativos concretos a nivel europeo, ha tenido su reflejo en iniciativas a nivel estatal (por ejemplo, FEUMVE la asociación Familias Unidas para un Menú Vegano Escolar, 2025) y puede haber contribuido a la creciente normalización de los estilos de vida más compasivos y libres de explotación animal.

El impacto de estos cambios no se ha limitado a la legislación o al activismo, sino que ha alcanzado de lleno el mercado. La creciente sensibilidad ética entre la ciudadanía ha obligado a los distribuidores a exigir mayores estándares de bienestar animal a sus proveedores. Como respuesta, cadenas como Carrefour y Lidl han adoptado el “Compromiso Europeo por los Pollos”, que establece condiciones más estrictas de cría para reducir el hacinamiento y minimizar prácticas crueles en la industria avícola (Schulze, Spiller y Risius, 2019). Estos cambios en la percepción pública han tenido un impacto directo en la industria, generando un escenario en el que las empresas *ganaderas* deben adaptarse a regulaciones más estrictas y a una demanda creciente de productos con certificaciones de bienestar animal.

El Eurobarómetro de 2023 sobre bienestar animal refleja esta tendencia: el 84 % de las personas encuestadas en Europa considera que los animales explotados en granjas deberían recibir mayor protección; al mismo tiempo el 66 % de la ciudadanía española demanda mayor transparencia sobre las condiciones en las que son mantenidos los animales explotados. Además, una parte significativa de la ciudadanía está dispuesta a pagar más por productos con certificaciones de bienestar animal (Eurobarómetro, 2023).

A medida que la sensibilidad social respecto a la explotación animal ha crecido, la industria *ganadera* ha desarrollado diversas estrategias para frenar cambios estructurales que podrían poner en riesgo su modelo productivo. En España, la caída sostenida del consumo de carne —un 40 % en los últimos 15 años (El Periódico, 2024)— ha generado preocupación en el sector, lo que ha llevado a organizaciones interprofesionales cárnicas a lanzar campañas dirigidas a revertir esta tendencia. Un ejemplo de ello es la campaña de 2024 “El sentido de la carne” (<https://www.elsentidodelacarne.com>), promovida por la Asociación Española de Consumo y Distribución (AECOC) y diversos lobbies cárnicos, que ha buscado presentar la carne como un producto injustamente atacado. Con una narrativa que combina elementos emocionales y pragmáticos, la campaña busca posicionar la carne como un alimento esencial para la dieta, la economía y la tradición.

Más allá de estas campañas comerciales dirigidas directamente a promover el consumo, la industria ha desplegado estrategias políticas y mediáticas para defender su modelo de producción. Una de ellas es la apropiación del discurso bienestarista, promoviendo certificaciones y sellos de “bienestar animal certificado”, creados y otorgados por la propia industria, como herramienta de legitimación. Este enfoque

suaviza las críticas sin modificar las prácticas de explotación (Buller y Roe, 2018; Schulze, Spiller y Risius, 2019). Al mismo tiempo, los lobbies *ganaderos* han tratado de deslegitimar el antiespecismo, presentándolo como una postura extrema que amenaza la viabilidad económica del sector. Uno de los ejemplos más representativos de esta estrategia en España fue la “Declaración de Santander contra el animalismo” (<https://declaraciondesantander.com>), firmada en 2023 por más de 20 asociaciones de *ganaderos* y cazadores. Este documento defiende la *ganadería* y la caza como pilares fundamentales de la identidad nacional, al tiempo que señala a los movimientos animalistas y antiespecistas como una amenaza con “resultados catastróficos” para la estabilidad económica y cultural del país. Esta narrativa busca consolidar el apoyo del sector productivo y polarizar el debate público, deslegitimando cualquier cuestionamiento a la industria cárnica.

Ahora bien, más allá de estas acciones directas, los lobbies cárnicos despliegan una estrategia más sutil pero igualmente efectiva: la diseminación de su narrativa a través de sus canales de comunicación pública. A través de páginas web, comunicados y materiales dirigidos a la ciudadanía, los agentes de la cadena de producción y los responsables políticos, la industria refuerza su discurso institucional, con el objetivo no solo de responder a la presión social y legislativa, sino también de normalizar la explotación animal y consolidarla como un pilar incuestionable del sistema socioeconómico.

En medio de esta disputa pública, la construcción de una narrativa por parte de la industria no solo ha servido para justificar su modelo productivo, sino también para moldear la percepción de la ciudadanía y su rol dentro del sistema de explotación animal. Sin embargo, existe un vacío en el estudio de cómo estos discursos conforman distintos perfiles de personas con el objetivo de reforzar la normalización del consumo de carne.

Este capítulo quiere contribuir a investigar este fenómeno. Desde un análisis crítico del discurso, atendemos a las representaciones discursivas que la industria *ganadera* elabora acerca de la ciudadanía, el blanco de una narrativa diseñada para asegurar la continuidad del modelo de producción cárnica dominante. Y es que la ciudadanía, lejos de ser una receptora pasiva de los mensajes del sector, es clave en la reproducción de prácticas y valores ligados al consumo de carne (Arnould y Thompson, 2005; Fuchs, Kalfagianni y Arentsen, 2009). En definitiva, la ciudadanía contribuye a sostener discursos que inhiben respuestas compasivas hacia los animales y perpetúan su explotación, consolidando el control simbólico sobre el imaginario del consumo de carne de origen animal.

En concreto, hemos analizado el discurso público de los lobbies cárnicos en España, centrándonos en la representación de perfiles de personas dentro de su narrativa oficial. España es un territorio clave en el debate sobre la *ganadería* en Europa debido a la magnitud de su producción. En 2022, la industria alimentaria española explotó más de

56 millones de cerdos (17,2 % del total europeo) y 13 millones de ovejas (27,8 % de la producción de la UE). También se criaron y mataron aproximadamente 700 millones de aves y 6 millones de vacas y terneros, representando el 13 % y el 23 % del total europeo, respectivamente (Our World in Data, 2023). A pesar de su peso en el sector, la *ganadería* en España se enfrenta a crecientes críticas; la opinión pública está cada vez más polarizada, y la industria debe responder a la presión social que exige modelos más éticos y sostenibles (Johnston, Weiler y Baumann, 2022; World Economic Forum, 2023). La controversia se intensificó en 2022, cuando el entonces ministro de Consumo, Alberto Garzón, declaró que la carne española procedente de macrogranjas era de baja calidad y provenía de animales maltratados (The Guardian, 2022). Sus palabras desataron una ola de respuestas en defensa de la *ganadería*, con sectores industriales y representantes gubernamentales calificando sus declaraciones de injustas. Incluso la monarquía intervino, subrayando la importancia de las exportaciones cárnicas para la economía nacional.

El corpus analizado para este capítulo está compuesto por documentos públicos producidos por siete organizaciones reconocidas como *interprofesionales ganaderas* por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, es decir reconocidas oficialmente como representantes del sector cárnico: Asociación Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC), Asociación Interprofesional de la Carne de Ovino y Caprino (INTEROVIC), Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno (PROVACUNO), Asociación Interprofesional Española de Carne de Aves (AVIANZA), Asociación Interprofesional de Palmípedas Grasas (INTERPALM), Organización Interprofesional para la Promoción del Sector Cunicola (INTERCUN) y Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI).<sup>2</sup>

## REPRESENTACIONES DE LA CIUDADANÍA

Del análisis del discurso de los lobbies cárnicos emergen tres tipos de perfiles discursivos en torno al consumo de carne, que pueden organizarse a lo largo de un continuo definido por dos variables clave: el nivel de conocimiento atribuido sobre el sector y el grado de alineación con sus valores.

En un extremo del continuo se encuentra el perfil que hemos denominado *Devoto*, una representación de la persona consumidora como agente plenamente informado y

---

<sup>2</sup> En total, se examinó un corpus de 62 documentos (aproximadamente 250 páginas) seleccionados de un conjunto de 202 comunicaciones públicas emitidas entre 2019 y 2023. La selección de los documentos se realizó siguiendo criterios de relevancia, priorizando aquellos que contenían narrativas y argumentos empleados por los lobbies para justificar sus prácticas y perspectivas relacionadas con los animales. El corpus incluye información general, artículos de prensa y comunicados, pero excluye documentos normativos y recetarios, ya que el objetivo es analizar cómo la industria construye y comunica su visión del consumidor dentro de sus discursos públicos.

alineado con la narrativa de la industria. En la posición intermedia, identificamos el perfil *Desorientado*, que pretende describir a personas consumidoras percibidas como ambivalentes o confundidas, cuya falta de información genera incertidumbre sobre el consumo de carne. Finalmente, en el otro extremo, se ubica el perfil que hemos llamado *Delirante*, que representa a personas no consumidoras y caracterizadas como completamente desinformadas, desconectadas de la realidad y asociadas a una figura de oposición directa al sector. La Tabla 1 sintetiza estos tres perfiles discursivos, junto con las estrategias retóricas y los tonos predominantes empleados para interpelar o configurar distintos imaginarios sociales en torno al consumo de carne.

**Tabla 1. Resumen de los tres imaginarios de la ciudadanía que construyen los lobbies cárnicos españoles.**

	Perfiles discursivos en torno al consumo de carne		
	<i>Devoto</i>	<i>Desorientado</i>	<i>Delirante</i>
<b>Características esenciales</b>	<b>Consumidor Aliado:</b> Ciudadanos informados y convencidos que valoran los productos animales y apoyan activamente la industria.	<b>Consumidor Indeciso:</b> Ciudadanos desinformados que necesitan ser guiados para comprender las “virtudes” del sector.	<b>No consumidor:</b> Ciudadanos críticos e irracionales, manipulados por ideologías extremas y que se dejan llevar por modas.
<b>Estrategia discursiva</b>	<b>Apoyar:</b> Fomentar su lealtad mediante mensajes positivos que refuercen su papel como “socios” de la industria.	<b>Educar:</b> Facilitar información para “corregir” su confusión y convencerlos de los beneficios del consumo de carne.	<b>Confrontar:</b> Desacreditar sus argumentos para neutralizar su influencia en el debate público.

<b>Tono predominante del discurso</b>	<b>Cómplice:</b> Promover un tono cercano y positivo, haciéndoles sentir parte del éxito del sector y proporcionándoles contenido práctico que facilite su conexión emocional con los productos animales.	<b>Paternalista:</b> Guiar e infantilizar a los consumidores, haciéndoles sentir que necesitan orientación porque carecen de criterio propio.	<b>Agresivo:</b> Valerse de la ridiculización y un enfoque despectivo para minimizar su validez y socavar su credibilidad en el debate público.
---------------------------------------	--	--	--

### **El Devoto: La complicidad como estrategia de mantenimiento de la industria**

La representación del perfil Devoto en el discurso de los lobbies cárnicos se construye como la figura ideal de la persona consumidora: fiel, convencida de los beneficios del consumo de carne y totalmente alineada con los valores de la industria. Esta representación se sustenta en estrategias discursivas dirigidas a integrar a los sujetos consumidores en la cadena de valor, presentándolos como agentes clave que justifican y sostienen la industria a través de su preferencia por los productos cárnicos. Así, se construye un relato de colaboración mutua, donde industria y ciudadanía comparten responsabilidades y objetivos comunes.

El discurso de los lobbies enfatiza que la existencia del sector depende de una demanda colectiva y legítima de carne, no de una elección individual, sino de una necesidad social. Para reforzar esta percepción, la industria recurre a datos que evidencian su consumo masivo y su importancia económica. Un elemento clave en esta estrategia es la representación de la carne como mercancía medida en toneladas, invisibilizando su origen animal, como afirma AVIANZA: “La carne avícola es la más consumida en España, representando un volumen de más de 1,4 millones de toneladas en 2021”. También se resalta la exportación y acogida internacional como prueba de su alta demanda; un ejemplo de ello lo encontramos en INTERPORC cuando señala que: “Estamos presentes en más de un centenar de países de todo el mundo”.

Además, la industria legitima su actividad al posicionar a esta parte de la ciudadanía como defensora implícita del sistema *agroganadero*. En este sentido, AVIANZA enfatiza que la carne está entre los alimentos “que cuentan con la valoración positiva del público”. Este vínculo simbólico refuerza la idea de que el consumo de carne trasciende lo individual, convirtiéndose en una práctica social.

La demanda masiva se sostiene de manera constante en los atributos de la carne. En primer lugar, en su valor nutricional: “Su aportación a la alimentación saludable

de millones de personas” (AVIANZA). Por otro lado, se apela al placer sensorial del consumo, reforzando la idea de que comer carne no es solo una decisión racional, sino una experiencia gratificante que aporta “disfrute y placer sensorial”, en palabras de ASICI. En esta relación con el perfil Devoto, la industria se posiciona como un actor comprometido con su bienestar personal y social. Se presenta como responsable y adaptativa, asegurando que responde a sus necesidades y construye un discurso de colaboración, o según INTERPORC de “respuesta anticipada a las demandas de los nuevos consumidores”.

Una estrategia clave para consolidar el imaginario del Devoto es facilitar su acceso a los productos *cárnicos* a través de herramientas que refuerzan el valor de su consumo en la vida cotidiana. La digitalización se ha convertido en un recurso central en esta estrategia, proporcionando nuevas formas de apoyar y fortalecer la relación de la industria con los sujetos consumidores de carne. Ejemplos de ello son las plataformas digitales que ofrecen información detallada sobre los productos cárnicos y su preparación. AVIANZA, por ejemplo, promueve la carne como un producto versátil que debe ser preparado con conocimiento y se beneficia de la creatividad culinaria: “Dale una vuelta al pollo frito con este ebook gratuito (...). El chef Javier Goya descubre los secretos de la barbacoa de aves con una Masterclass en Madrid”. De manera similar, ASICI promociona la existencia de una aplicación móvil de productos ibéricos “permite a los consumidores explorar la trazabilidad y calidad”, reforzando así la confianza en la industria.

Junto con estas herramientas digitales, la industria también dicta normas sobre conservación y preparación de los productos. PROVACUNO afirma que “[I]a carne de vacuno fresca debe cocinarse pronto y mantenerse en el frigorífico. Las vísceras (...) se alteran antes. Hay que tener en cuenta que el tiempo, la temperatura y la forma de cocinar influyen en la calidad del resultado final”. Estas estrategias no solo refuerzan el control de la industria sobre las prácticas de consumo, sino que también legitiman su papel como garante de calidad y tradición.

El tono en la narrativa del Devoto juega un papel crucial en la construcción de una relación simbiótica entre la industria y su público. El lenguaje de la industria también recurre estratégicamente al humor para establecer un vínculo emocional con sus compradores y aliados naturales del sector. Por ejemplo, AVIANZA emplea frases como “[c]ómo dominar la carne de ave a la barbacoa este verano sin que nadie ‘te dé la brasa’” para reforzar la complicidad entre producción y consumo.

Asimismo, los lobbies apelan al orgullo cultural asociado al consumo de productos locales, como en esta frase de ASICI: “La leyenda que convierte una producción en todo un arte. La leyenda que transmite una tradición y un saber hacer de generación en generación para ofrecer un bocado tan único como saludable”. La identidad nacional también funcionan como un recurso para fortalecer esta relación con apelaciones recurrente a los “consumidores españoles” o a través de vincular la

carne con el patriotismo impulsando la “Marca España” como hace INTEROVIC en el siguiente texto: “El sector ganadero-cárnico español es un generador neto de oportunidades para nuestro país: crea empleos de calidad, dinamiza los territorios en donde está implantado y, gracias a la vocación exportadora, está impulsando la marca España en todo el mundo”.

En conclusión, con el imaginario del Devoto, la industria busca consolidar la lealtad de su público y reforzar su hegemonía simbólica, naturalizando el consumo cárnico como una práctica necesaria, culturalmente arraigada y éticamente incuestionable.

### **El Desorientado: La pedagogía de la carne como estrategia de mantenimiento de la industria**

El perfil Desorientado en el discurso de los lobbies cárnicos representa a un ciudadano/a-consumidor/a ambivalente que, según ellos, carece de información suficiente sobre las virtudes de la carne y la relevancia del sector, por lo que necesita ser guiado para tomar decisiones correctas. La industria lo interpela con una estrategia basada en la educación y la persuasión, reforzando su rol como garante del bienestar individual y colectivo.

El objetivo de esta educación se articula en dos ejes: informar sobre los beneficios individuales y sobre los beneficios colectivos. De este modo, se consolida la imagen de la industria como un sector social y éticamente responsable. A nivel individual, la narrativa enfatiza que la carne es indispensable para una dieta equilibrada, mencionando sus propiedades nutricionales específicas para reforzar la percepción de su insustituibilidad. Se destacan así sus proteínas de alto valor biológico, vitaminas y minerales esenciales. Por ejemplo, el lobby de la carne de cerdo describe a esta como “un alimento con un perfil nutricional muy interesante, que aporta un alto contenido de proteínas de gran calidad, vitaminas del grupo B, minerales como hierro, magnesio, potasio y antioxidantes con un buen perfil lipídico”. De manera similar, la carne de conejo “destaca por su aporte de proteínas y su aporte de vitaminas del grupo B (B3, B6 y B12). (...) es fuente de potasio, el cual también contribuye al mantenimiento de la presión arterial normal”.

A nivel colectivo, los lobbies cárnicos buscan persuadir a las personas que identifican con este perfil de que sus decisiones de compra no solo impactan en su bienestar, sino que también son fundamentales para su cultura, su economía y la estabilidad social del país entero. Esta narrativa la encontramos por ejemplo en INTERPORC cuando asocia el consumo de carne con la continuidad de la tradición mediterránea y, por ende, de la identidad nacional: “La carne de porcino forma parte de la dieta mediterránea, una de las más equilibradas del mundo y factor clave en la buena salud de los españoles”.

Al mismo tiempo, el discurso de los lobbies suele enfatizar que el consumo de carne sostiene la seguridad alimentaria, fomenta el empleo y refuerza la cohesión social. Es muy usual que estos grupos de interés se autodefinan como un pilar esencial para las comunidades rurales y el desarrollo económico. Un claro ejemplo lo vemos en la siguiente cita de INTERPORC:

Somos 415.000 personas que madrugamos cada día para trabajar con honestidad e ilusión. (...) En la llamada España vaciada, el porcino permanece creando empleo, riqueza y esperanza (...) Eso significa desarrollo económico y social, protección del medio ambiente, seguridad alimentaria y un futuro mejor para los jóvenes.

Para que los mensajes sobre los beneficios individuales y colectivos del consumo de carne sean efectivos, la industria cárnica despliega un discurso orientado a fortalecer “la confianza del consumidor en los productos cárnicos” según lo expresa PROVACUNO. Esta estrategia no se presenta como un eje temático independiente, sino como un recurso transversal dirigido a legitimar sus afirmaciones y reforzar la credibilidad de su discurso.

En primer lugar, la industria cárnica se posiciona como experta en alimentación y fuente legítima de información, adoptando un rol formativo para disipar posibles dudas y guiar a la población hacia decisiones *correctas*. Una muestra de ello la encontramos en la campaña de ASICI “Elige tu Ibérico” (<https://eligetuiberoico.es>), diseñada para “estimular el conocimiento y aprecio de los consumidores”, mediante iniciativas que “faciliten una información adecuada” para legitimar el sector y presentarlo como esencial para la sociedad. De manera similar, INTERPORC enfatiza la idea de que el sector cárnico “tiene la mejor herramienta para llegar al consumidor porque se le convence sabiendo que lo que consume es seguro y producido en condiciones de las que se puede sentir orgulloso”. La misma estrategia nos la encontramos en AVIANZA cuando subraya el rol del sector en “promover el conocimiento de los productos avícolas”, reforzando la idea de que la industria no solo abastece el mercado, sino que también educa a la sociedad.

Para cumplir sus objetivos educativos, las interprofesionales crean espacios de comunicación destinados a convencer sobre los beneficios de la carne. Un ejemplo claro es el Salón Gourmets, una feria internacional organizada anualmente en Madrid en la que AVIANZA participa promoviendo activamente el consumo de productos cárnicos avícolas y reforzando su presencia dentro del circuito gourmet. En estos espacios también enfatizan el respaldo científico de los productos cárnicos, como lo hace INTERPORC en el siguiente texto: “Foros como este son más necesarios que nunca para seguir transmitiendo algo que la ciencia tiene muy claro: que la carne de porcino es sana y saludable”.

La industria también busca reforzar la confianza mediante la presentación del sector como un actor responsable en términos éticos y ambientales. Para ello, se enfatiza su

compromiso con el bienestar animal y la sostenibilidad, destacando certificaciones y prácticas que supuestamente van más allá de la normativa. Por ejemplo, el sello de INTERPORC “Compromiso Bienestar Certificado”, se presenta como “una prueba tangible” de este compromiso, que presuntamente garantizan estándares elevados en sanidad animal, bioseguridad y sostenibilidad. De manera similar, AVIANZA posiciona la producción *ganadero-cárnica* como un agente “imprescindible como protector y conservador de los numerosos modelos de biodiversidad y patrimonios naturales y culturales que poseemos en España”. Asimismo, afirma que “el sector *ganadero-cárnico* forma parte de la solución a los retos medioambientales”.

Por último, para reforzar la confianza, los lobbies enfatizan su compromiso con la seguridad alimentaria y el abastecimiento de alimentos esenciales. Un buen ejemplo es la afirmación siguiente de INTERPORC: “[P]ase lo que pase, (que) no falten alimentos de calidad en las mesas de los consumidores”. Esta narrativa incorpora elementos emotivos que evocan arraigo, familiaridad y nostalgia, utilizando referencias simbólicas como el hogar y la tradición. La siguiente cita de AVIANZA también muestra claramente este enfoque al resaltar su papel en la estabilidad del suministro alimentario durante la pandemia: “Nuestras empresas han mantenido su actividad para asegurar el abastecimiento de carne avícola, incluso en los peores momentos del confinamiento (...) para seguir llevando el producto necesario a sus hogares”.

Todo ello contribuye a posicionar a la industria como un actor legítimo dentro de una comunidad más amplia, vinculada a valores familiares compartidos con la ciudadanía. Para reforzar esta legitimidad, los lobbies destacan iniciativas alineadas con preocupaciones contemporáneas, como la tradición gastronómica y la reducción del desperdicio alimentario: “AVIANZA y Cookpad se unen para celebrar el Día Mundial del Pollo Frito fomentando la cocina casera y de aprovechamiento”.

El tono de los lobbies hacia el perfil consumidor Desorientado es marcadamente paternalista, reforzando una relación de poder asimétrica en la que la industria se posiciona como autoridad y define qué es mejor para la población que aparece como ignorante y vulnerable: “El ciudadano de a pie no está familiarizado con la sanidad alimentaria” (INTERPORC). Otro ejemplo es el de la supuesta confusión los productos vegetales, donde los lobbies adoptan un tono irónico que subestima la capacidad de discernimiento de la ciudadanía, como en este texto de AVIANZA:

Lamentablemente, todos nuestros esfuerzos por apoyar a la industria, que plantea no confundir al consumidor nombrando correctamente a los alimentos, han sido en vano, ya que los resultados finales confirman que de momento sí será legal hablar en términos de “hamburguesa” o “nuggets” a productos que no son carne.

A esta estrategia se suma un componente de culpabilización, en el que los individuos reciben la carga de ser potencialmente salvadores de la sostenibilidad

de la industria y, por extensión, para la economía nacional. Para reforzar este argumento, los lobbies se posicionan como víctimas, destacando las dificultades que enfrenta el sector y apelando a la responsabilidad de las personas consumidoras en su sostenimiento. En los siguientes términos lo plantea AVIANZA: “El sector avícola en su conjunto está exhausto (...) hemos sido uno de los sectores más castigados por el incremento de materias primas, la energía, el transporte, medidas adicionales de control sanitario, subida de insumos, guerra de Ucrania, huelga de transportes, etc.”.

En definitiva, la representación del Desorientado refuerza un imaginario perverso de interdependencia necesaria entre las personas consumidoras y a la industria, resignificando el consumo de carne como un acto moralmente legítimo y necesario para sostener tanto el sector como el bienestar social colectivo.

### **El *Delirante*: La deslegitimación como estrategia de mantenimiento de la industria**

En el discurso de los lobbies cárnicos, la mayor amenaza para la industria se encarna en el perfil del consumidor caracterizado como *Delirante*. Esta figura representa a quienes no sólo rechazan el consumo de carne, sino que también cuestionan la legitimidad de la *ganadería* y promueven discursos activistas contra la explotación animal. Aunque la referencia a este perfil de consumidores es menos visible en los textos, resulta clave: aparece de forma implícita en las estrategias discursivas defensivas del sector, que buscan neutralizar la crítica y deslegitimar las alternativas al consumo de productos animales.

La figura del *Delirante* condensa la imagen de sujetos retratados como irracionales, emocionales y carentes de fundamento científico. Frente a ellos está la industria, que encarna la racionalidad, el conocimiento y la autenticidad, mientras que sus críticos son acusados de rechazar valores fundamentales como la buena salud, la cultura y la identidad nacional de lo que se considera “auténticamente español”. En este contexto, el veganismo y el vegetarianismo no sólo se presentan como opciones cuestionables en términos nutricionales, sino también como una influencia externa (internacional o global) que atenta contra la identidad gastronómica nacional. De este modo, se introduce una dimensión de *nacionalismo alimentario*, donde la noción de dieta mediterránea —en particular su versión promovida por la industria— es instrumentalizada como símbolo de equilibrio, salud y tradición; un referente desde el cual se deslegitima cualquier cuestionamiento al consumo de carne.

Asimismo, la dieta mediterránea se ensalza como un modelo indiscutible, validado por la historia y la ciencia, y que no necesita ser modificado por imposiciones extranjeras. Esta estrategia refuerza la idea de que cualquier cambio en los hábitos de consumo es innecesario e incluso perjudicial para la identidad y la salud de la población. El siguiente texto de INTERPORC recoge este enfoque: “No hay que ir a buscar fuera lo que otros vienen a buscar aquí. Tenemos una de las esperanzas de

vida más grandes del mundo y un índice de cáncer muy inferior a la media de los países de la OCDE”.

El imaginario que la industria construye sobre los Delirantes se articula a través de un lenguaje despectivo, matizado por un tono irónico y sarcástico que busca ridiculizar sus argumentos. Se les acusa, por ejemplo, de seguir modas pasajeras y dietas “milagrosas”, motivadas más por el deseo de diferenciarse de la mayoría que por una preocupación genuina por los animales, la salud o la sostenibilidad. Son retratados como sujetos impulsivos, fácilmente seducidos por tendencias —entre ellas, el veganismo o los productos vegetales sustitutivos—. Esta narrativa se manifiesta en fragmentos como el siguiente de INTERPORC:

Este mundo moderno tan sometido a la tiranía de las modas [...] está llevando a los consumidores a no ver ni valorar lo que tienen a su alcance. Queremos tener una historia interesantísima de cómo hemos encontrado tal o cual producto o tal o cual dieta. [...] Lo suyo son los resultados saludables, no una pose o un relato.

Otra muestra de esta estrategia confrontacional es la campaña europea impulsada por el lobby *cárnico* en defensa de las denominaciones tradicionales. Bajo el lema “*Ceci n’est pas un burger*” (“Esto no es una hamburguesa”) (<https://avianza.org/ceci-nest-pas-un-steak/>), la industria ironiza sobre los nombres utilizados por empresas vegetarianas y veganas para referirse a productos de origen vegetal, con el objetivo de descalificar su legitimidad en el mercado y el imaginario cultural. En esta línea, el sector avícola español, representado por AVIANZA, expresó su deseo de que “en un futuro se pueda denominar a las cosas por su verdadero nombre”.

Con estas iniciativas, la industria se posiciona como árbitro del lenguaje y de la tradición, reclamando la autoridad para definir qué productos son legítimos y cuáles no, tanto desde el punto de vista comercial como cultural. En esta narrativa, los productos cárnicos son elevados a un estatus incuestionable, asociados a la autenticidad, la historia y la identidad colectiva; mientras que las alternativas vegetales son descalificadas como imitaciones sin legitimidad, impulsadas por movimientos radicales. Así lo afirma INTERCUN:

Actualmente existe mucha desinformación en torno al sector cárnico debido a los movimientos radicales contra el consumo de carne y las fake news, pero es necesario que la sociedad conozca los diferentes sistemas de producción y la importancia que tienen las ovejas, cabras y vacas para nosotros y para el campo.

Resulta significativo que el ataque dirigido al perfil del Delirante no se centre en rebatir su objeción moral frente a la explotación animal, sino en desacreditar las alternativas vegetales y las carnes cultivadas, apelando casi exclusivamente a supuestos argumentos científicos sobre su inferioridad nutricional. Se insiste, por

ejemplo, en que las proteínas vegetales y los productos sustitutivos no pueden igualar los beneficios de la carne animal convencional. El siguiente texto de INTERPORC refleja ese discurso:

Hoy puedes comer carne obtenida en un laboratorio, pero no puedes nutrirtte con ella con la misma calidad y los mismos beneficios que te aporta la carne real. La proteína animal forma parte de las dietas saludables para la prevención de patologías y aporta nutrientes que no tiene la proteína vegetal.

En la misma línea, la industria dedica un esfuerzo considerable a refutar información que percibe como perjudicial para la reputación de la carne. Un ejemplo destacado es el documento de 15 páginas titulado “Mitos y realidades de un alimento de gran valor nutricional y gastronómico”, elaborado por PROVACUNO. En él, se analizan y cuestionan datos y afirmaciones que la industria considera amenazas, especialmente aquellas relacionadas con la salud y la tradición. En ocasiones, los lobbies desacreditan los riesgos para la salud asociados al consumo de carne, argumentando que la evidencia científica es limitada. En este sentido, PROVACUNO, en su manual, sostiene que la OMS solo reconoce una relación poco concluyente entre la carne roja y el cáncer, y que su consumo moderado no afecta la salud cardiovascular. El documento tiende a presentar el consumo de carne como un elemento esencial para la humanidad, apelando a argumentos científicos y adoptando, además, un tono marcadamente nostálgico. Así, se afirma que este alimento ha sido clave en la evolución humana y en el desarrollo de la civilización: “El consumo de carne de vacuno nos ha acompañado durante miles de años y ha contribuido de una forma esencial a nuestra evolución y desarrollo a lo largo del tiempo”.

Junto al tono confrontacional, la industria recurre al miedo para disuadir a la población de adoptar dietas vegetarianas o veganas, destacando potenciales riesgos nutricionales como la falta de vitamina B12, proteínas y hierro. Los lobbies, en esta línea sostienen que estos y otros nutrientes esenciales abundan en los productos cárnicos que ellos ofrecen. En particular, su discurso alerta sobre deficiencias nutricionales en segmentos de la población considerados más vulnerables, como embarazadas, ancianos y menores de edad. Por ejemplo, INTERCUN advierte que “deficiencias de hierro pueden afectar al rendimiento del niño durante la etapa escolar”, reforzando la idea de que la carne es un alimento imprescindible para un desarrollo adecuado. Al centrar su discurso en estos grupos sociales, la industria refuerza la percepción de que las dietas sin carne no solo son deficientes, sino incluso peligrosas para quienes requieren un mayor cuidado nutricional.

En conclusión, el perfil Delirante funciona como el imaginario que los lobbies cárnicos utilizan para deslegitimar cualquier postura crítica hacia el sector, sus prácticas y sus consecuencias para los animales no humanos. Con esta figura, se

limita el cuestionamiento por parte de la audiencia y se refuerza la hegemonía discursiva mediante la naturalización de la explotación animal.

## CONCLUSIONES

En este capítulo hemos analizado cómo los lobbies cárnicos construyen distintas representaciones de la ciudadanía con el objetivo de convertirla en un instrumento de legitimación del consumo de carne y deslegitimación de las alternativas éticas. Desde una perspectiva teórica, estas estrategias pueden entenderse a través del concepto de violencia simbólica, desarrollado por Bourdieu (1991) para describir cómo las relaciones de dominación se perpetúan sin necesidad de coerción directa. Al presentar ciertos significados y valores como naturales e incuestionables, la industria consigue que los individuos participen activamente en su propia subordinación, sin siquiera percibirla como tal.

En el caso de la industria cárnica, la violencia simbólica opera al estructurar el marco discursivo en torno a la alimentación y la relación con los animales, moldeando los límites del discurso aceptable. A través de tres figuras clave—el Devoto, el Desorientado y el Delirante—los lobbies construyen un orden simbólico donde el consumo de carne es la norma incuestionable, y cualquier alternativa es deslegitimada o marginada. Sin embargo, esta violencia simbólica no opera de manera homogénea, sino que varía según la relación que la industria establece con cada perfil discursivo en torno al consumo de carne y la función que este cumple en la reproducción del sistema *ganadero*.

El Devoto representa a la persona ideal para la industria, similar a lo que en marketing se denomina *buyer persona*. Es quien no solo consume carne, sino que la justifica y defiende, reforzando la idea de que esta práctica es indebatible. Desde la óptica de Bourdieu, podríamos decir que este perfil no solo participa del sistema, sino que actúa como un reproductor del discurso de la industria, contribuyendo a su capital simbólico y consolidando su hegemonía cultural de la carne sin necesidad de coerción. Este proceso fortalece la lealtad del público al tiempo que marginaliza las alternativas éticas, reduciéndolas a opciones peligrosas. Como señalaba Gramsci (1971), la hegemonía cultural no se impone solo por la fuerza, sino mediante consenso —mediante el consentimiento “espontáneo” de las masas articulado a través de mecanismos sociales y simbólicos. — En este sentido, la industria cárnica no solo ejerce coerción estructural, sino que persuade activamente a la sociedad de que el consumo de carne es la opción legítima, por considerarse económica y culturalmente valiosa. Así, consolida su dominio simbólico y reproduce su posición de liderazgo dentro del orden social.

El perfil Desorientado representa a un sujeto ambivalente, susceptible de confundirse con respecto al impacto del consumo de carne en la salud humana, el medioambiente o la vida de los animales. Según Festinger (1957), los seres humanos tienden a resolver la disonancia cognitiva entre sus valores y sus comportamientos mediante narrativas que refuerzan la coherencia interna. En este caso, los lobbies se posicionan como la fuente legítima de información, ofreciendo sus discursos como solución a esa tensión cognitiva: alinean los valores de quienes consumen carne con los intereses de la industria. Al presentarse como autoridad exclusiva en materia de alimentación, la industria refuerza su dominio simbólico y limita la autonomía crítica de la audiencia. Desde la perspectiva de Bourdieu, este imaginario representa a personas consumidoras que, sin una estructura de conocimiento propia, se ven influenciadas por el *habitus* impuesto por la industria, aceptando su discurso como única referencia válida.

Finalmente, el perfil Delirante representa a la figura de la amenaza directa al orden simbólico de la industria, ya que cuestiona la estructura misma de la producción *ganadera*. Aquí, la violencia simbólica opera a través de la exclusión y la deslegitimación del discurso crítico, evitando que los cuestionamientos éticos tengan cabida en el debate público. Benford y Snow (2000) han señalado que los procesos de *framing* (encuadre discursivo) son esenciales para definir aliados y enemigos dentro de un movimiento social. En este caso, los lobbies trazan una frontera entre la racionalidad del perfil aliado y la irracionalidad del crítico, reforzando la percepción de que el consumo de carne es necesario y que su rechazo es un sinsentido, una postura ideológica extrema y peligrosa. Desde la lente de Bourdieu, este perfil representaría a quienes desafían el capital simbólico de la industria, desestabilizando el consenso social construido en torno a la carne como producto esencial. Además, al evitar que su discurso entre en el terreno ético, se busca dejar fuera del debate el aspecto más fundamental de la explotación animal: el reconocimiento del sujeto que es explotado como si fuera un objeto. Este tipo de estrategias consolida el poder de los actores industriales y desactiva formas de resistencia (Fuchs, Kalfagianni y Arentsen, 2009), al estructurar el debate en torno a la seguridad alimentaria en lugar de la ética del consumo.

En conclusión, nuestro análisis de las representaciones discursivas de la ciudadanía en la comunicación pública de los lobbies cárnicos muestra cómo la industria construye un marco para blindar simbólicamente la explotación animal y el lugar de la carne en la cultura alimentaria dominante. A través de estrategias discursivas diferenciadas —que oscilan entre la complicidad con el aliado, el paternalismo con el desinformado y la deslegitimación del crítico— se configura un modelo en el que el consumo de carne se presenta como una práctica buena que hay que defender a toda costa. Este marco discursivo refuerza la tríada de relaciones de poder inherente a la explotación animal en la alimentación: de la industria hacia

las personas consumidoras; de la industria hacia los animales explotados; y de las personas consumidoras hacia los animales convertidos en objeto de consumo. Los tres imaginarios creados por la industria actúan como instrumentos estratégicos para restringir el espacio de cuestionamiento ético sobre la consideración moral de los intereses de los animales.

En este capítulo hemos puesto de relieve los mecanismos discursivos que perpetúan la cosificación de los animales y la institucionalización de su explotación con respecto a la ciudadanía. Comprender esta dinámica es esencial para desafiar la violencia simbólica que sostiene el orden especista y para abrir espacios a formas más compasivas de relacionarnos con los demás animales y de consumo, promoviendo principios de justicia y el reconocimiento de su condición como seres sintientes con derecho a una vida digna.

## REFERENCIAS

- Arnould, Eric J. y Craig J. Thompson. 2005. “Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research”. *Journal of Consumer Research* 31, no. 4: 868–882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- Benford, Robert D. y David A. Snow. 2000. “Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment”. *Annual Review of Sociology* 26: 611–639.
- Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Buller, Henry y Emma J. Roe. 2012. “Commodifying Animal Welfare.” *Animal Welfare* 21, no. 1: 131–135. <https://doi.org/10.7120/096272812X13345905674042>
- Busch, Lawrence. 2011. *Standards: Recipes for Reality*. Cambridge: MIT Press.
- Comisión Europea. 2019. “Informe sobre bienestar animal y producción ganadera en la UE”. Bruselas: Comisión Europea. [https://ec.europa.eu/food/animals/welfare\\_en](https://ec.europa.eu/food/animals/welfare_en)
- Comisión Europea. 2023. “Informe sobre bienestar animal y producción ganadera en la UE”. Bruselas: Comisión Europea. de [https://ec.europa.eu/food/animals/welfare\\_en](https://ec.europa.eu/food/animals/welfare_en)

- El Periódico. 2024. “El sector de la carne lanza una campaña para frenar la caída del consumo, que suma un 40% en 15 años”. 23 de abril de 2024. <https://www.elperiodico.com/es/economia/consumo/20240423/sector-carne-lanza-campana-frenar-101146992>
- Eurobarómetro. 2023. “Opinión pública sobre bienestar animal en la UE”. Bruselas: Comisión Europea, Dirección General de Comunicación. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2336>
- Festinger, Leon. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- FEUMVE. 2025. Familias Unidas por un Menú Vegano Escolar. <https://www.feumve.com/>
- Fuchs, Doris, Agni Kalfagianni y Maarten Arentsen. 2009. “Retail Power, Private Standards, and Sustainability in the Global Food System”. En *Corporate Power in Global Agrifood Governance*, editado por Jennifer Clapp y Doris Fuchs, 29–59. Massachusetts: MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262012751.003.0006>
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. Nueva York: International Publishers.
- Igualdad Animal. 2023. “300.000 firmas para dar más voz a los animales en Europa”. 24 de octubre de 2023. <https://igualdadanimal.org/noticia/2023/10/24/300-000-firmas-para-dar-mas-voz-a-los-animales-en-europa/>
- Igualdad Animal. 2025. “Igualdad Animal se une a histórica demanda contra la Comisión Europea”. 29 de enero de 2025. <https://igualdadanimal.mx/noticia/2025/01/29/igualdad-animal-se-une-a-historica-demanda-contra-la-comision-europea/>
- Johnston, José, Anelyse Weiler y Shyon Baumann. 2022. “The cultural imaginary of ethical meat: A study of producer perceptions”. *Journal of Rural Studies* 89: 186–198. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.11.021>
- Our World in Data. 2023. “Meat and Dairy Production”. <https://ourworldindata.org/meat-production>
- Schulze, Maureen, Achim Spiller y Antje Risius. 2019. “Food retailers as mediating gatekeepers between farmers and consumers in the supply chain of animal

welfare meat-studying retailers' motives in marketing pasture-based beef". *Food Ethics* 3, no.1–2: 41-52. <https://doi.org/10.1007/s41055-019-00040-w>

The Guardian. 2022. "Poor meat and ill-treated animals': Spain in uproar over minister's remarks". 6 de enero de 2022. <https://www.theguardian.com/world/2022/jan/06/spanish-minister-under-fire-after-mega-farm-claims-in-guardian>.

Unión Europea. 2012. *Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, Consolidado por el Tratado de Lisboa*. Diario Oficial de la Unión Europea, C 326/47, 26 de octubre de 2012. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A12012E%2FTXT>.

World Economic Forum. 2023. "Meat: The Future Series – Alternative Proteins". <https://www.weforum.org/publications/meat-the-future-series-alternative-proteins/>



## CAPÍTULO 6

### ¿Zoo moderno? El marketing de la compasión de la industria de zoológicos y acuarios

Olatz Aranceta-Reboredo y Laura Fernández

**Resumen:** Este capítulo analiza críticamente cómo los grupos de interés de la industria de parques zoológicos construyen su imagen pública y desarrollan un discurso estratégico ante las crecientes preocupaciones éticas de la sociedad sobre los cientos de miles de animales no humanos que viven en cautiverio en zoológicos, acuarios y parques temáticos. Para explorar esta cuestión, este capítulo pone en diálogo tres investigaciones: el análisis crítico de discursos textuales de tres de los principales lobbies del sector en España, el análisis multimodal de sus producciones audiovisuales y los testimonios de trabajadores/as. Los resultados revelan que, aunque los grupos de interés destacan la evolución de la industria hacia un “zoológico moderno”, siguen recurriendo a una retórica museística que presenta a los animales como “especímenes de colección” y mantienen estrategias de marketing que promueven el contacto físico. Los animales son mercantilizados y cosificados, y su valor se reduce a su genética y estatus como “icónicos”. Asimismo, esta autorrepresentación contrasta con problemáticas internas de la industria como la falta de recursos y formación adecuados. En conclusión, este capítulo sostiene que el modelo zoológico enfrenta una crisis de legitimidad y que su discurso se enmarca en una estrategia de lavado ético para contrarrestar las críticas.

### INTRODUCCIÓN

A lo largo y ancho del mundo, cientos de miles de animales no humanos viven en cautividad y exhibición en zoológicos, acuarios y parques temáticos. Estos espacios, que forman parte de lo que llamaremos en este capítulo la industria de parques zoológicos, cuentan con grupos de interés que los presentan como centros de educación, conservación y recreación. Sin embargo, su papel en la sociedad y las condiciones en las que viven los animales en cautiverio son objeto de un debate creciente.

En el caso español, existen más de cien parques zoológicos en funcionamiento, de los cuales unos pocos están afiliados a la EAZA (European Association of Zoos and Aquaria) y 49 a la AIZA (Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios).<sup>3</sup> Estas asociaciones, entre otras labores, ejercen de grupos de presión para defender los intereses de la industria de parques zoológicos. Dado que las inspecciones y normativas estatales son escasas y poco exigentes, y que los estándares mínimos de asociaciones como AIZA superan las estatales, la falta de adhesión de una gran parte de los zoológicos a estas asociaciones es especialmente significativa. Ello evidencia que la principal asociación profesional, si bien defiende los intereses del sector, no es ni siquiera representativa de la situación general de los parques en España, cuyos estándares son todavía más limitados en lo que respecta a la infraestructura de los espacios de cautiverio y la atención que se provee a los animales no humanos cautivos.

En este contexto, ¿qué imagen proyecta esta industria de sí misma a través de sus grupos de presión? ¿Cómo responde a la creciente preocupación que siente la sociedad por los otros animales y la compasión que esto genera? Y, sobre todo, ¿existe una brecha entre lo que dicen sus representantes y lo que realmente ocurre tras las rejas de estos recintos?

Para responder a estas preguntas, en este capítulo exploramos brevemente la historia de los parques zoológicos y analizamos el discurso de tres de los principales lobbies españoles: AIZA, Loro Parque Fundación,<sup>4</sup> y Parques Reunidos. En la Tabla 1 puede apreciarse la información técnica de cada una de las investigaciones en las que se basa este capítulo.

En concreto, este capítulo analiza cómo la industria de los parques zoológicos construye su imagen pública y cuál es su discurso en torno a valores como la compasión, la educación o la conservación. Veremos que se ha pasado del mero espectáculo al discurso del “zoo moderno”. ¿Se trata esto de un cambio genuino en su misión y funcionamiento o es una mera estrategia para alinearse con las crecientes demandas éticas de la sociedad? Para responder a esta cuestión, examinamos el discurso (Aranceta-Reboredo y Almiron, 2024) y las producciones audiovisuales

---

<sup>3</sup> El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico incluye 118 zoológicos y acuarios en su listado de organizaciones en España (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2012), pero solo 49 de estas organizaciones son miembros de la Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios (AIZA, 2025).

<sup>4</sup> Loro Parque cuenta con tres organizaciones de lobby registradas en el Registro de Transparencia de la Unión Europea: Loro Parque S.A., Loro Parque y Loro Parque Fundación. La primera está afiliada a AIZA y EAZA, mientras que la última se declara como una organización sin ánimo de lucro. A pesar de contar con lobistas a tiempo completo, Loro Parque Fundación no está obligada a declarar gastos relacionados con la actividad de lobby desde 2022, año en el que su presupuesto ascendió a 3.198.381 € (LobbyFacts, 2025).

(Fernández et al., 2025) de los grupos de interés de la industria y los elementos que lo caracterizan, identificando discrepancias, contradicciones y patrones recurrentes. Además, contrastamos este discurso con las vivencias compartidas en entrevistas por trabajadoras/es (Aranceta-Reboredo y Castellano, 2025). Con respecto a esto último, es preciso señalar que, a pesar de su relevancia para nuestro estudio, las opiniones expresadas por las/os trabajadoras/es del zoológico en este estudio reflejan únicamente su propia perspectiva y que la comprensión de las condiciones en los zoológicos ha de basarse en investigaciones científicas, evaluaciones de personas expertas independientes y en la visión de quienes trabajan en ello, teniendo en cuenta que esta última puede estar condicionada por intereses personales y profesionales.

**Tabla 1. Datos principales de las tres investigaciones**

<b>Caso de estudio</b>	Análisis crítico del discurso	Análisis de la comunicación audiovisual	Entrevistas a (ex) trabajadores/as
<b>Periodo</b>	2005-2022	2005-2022	2023-2024
<b>Muestra</b>	100 piezas	81 piezas	17 entrevistas
<b>Asociaciones</b>	AIZA, Loro Parque Fundación, Parques Reunidos	AIZA, Loro Parque Fundación, Parques Reunidos	*Anonimizado por seguridad
<b>Contenido predominante</b>	Corporativo	Promocional	Experiencias

### **Un vistazo histórico: del espectáculo al “zoo moderno”**

Existe un desequilibrio de poder en nuestra relación con los demás animales. Esta jerarquía se manifiesta en la manera en que nos relacionamos con ellos, en cómo los utilizamos y en las justificaciones que elaboramos para hacerlo. Aunque los zoológicos suelen presentarse como espacios altruistas, un análisis histórico revela que su propósito principal siempre ha girado en torno a intereses humanos (por ejemplo, interés económico, curiosidad, anhelo de cercanía a la naturaleza, entretenimiento). En sus inicios, estos recintos representaban un poder colonial y de las élites que también buscaba el entretenimiento y la curiosidad del público. Con el tiempo, los parques zoológicos han ido adoptando un discurso más ligado a la ciencia y la conservación. En lo relativo a esto último, es conveniente aclarar que en su mayoría estas organizaciones se refieren a métodos de conservación *ex situ*, esto es, en cautividad y fuera de su ecosistema natural, en contraposición a la conservación *in situ*, basada en esfuerzos de mantenimiento y conservación de población dentro del propio ecosistema. La conservación *ex situ* ha sido muy problematizada tanto por su dificultad a la hora de reintroducir a los animales criados en cautividad a sus entornos

naturales como por su cuestionable efectividad (Kemmerer, 2010). En la práctica, estos centros siguen operando bajo una lógica que prioriza los beneficios humanos y económicos por encima del bienestar de los animales no humanos (Emmerman, 2019). Al fin y al cabo, los zoos son organizaciones que, tanto si son de titularidad pública como privada, funcionan bajo principios de rentabilidad económica.

Desde la ética animal, se han señalado importantes contradicciones en los argumentos que sostiene la industria zoológica. Por ejemplo, el filósofo Oscar Horta (2022) recuerda que estar a salvo de los peligros de la naturaleza no implica vivir bien en un zoológico. Los recintos limitados, la falta de estímulos y la imposibilidad de vivir en condiciones naturales causan un profundo sufrimiento psicológico. Además, justificar el daño a individuos en cautiverio con el argumento de que esto ayuda a la conservación de otras especies en la naturaleza plantea una reflexión moral: ¿aceptaríamos este mismo razonamiento si se tratara de seres humanos? Si bien el sistema carcelario de humanos está ampliamente aceptado en la sociedad y rara vez se cuestiona, la creencia de que quienes están encarcelados merecen un castigo por sus acciones suele impedir que se les mire con compasión (Nussbaum, 2016; Gruen, 2014; Asamblea Antiespecista de Madrid, 2018). Sin embargo, en el caso de otras especies cautivas, las respuestas compasivas se ven reducidas debido a la construcción del cautiverio como algo necesario para fines científicos y educativos.<sup>5</sup>

La necesidad de un examen ético de la industria de los parques zoológicos es tan inevitable que incluso la propia industria lo reconoce (Gray, 2017). El sufrimiento psicológico de los animales, evidente en conductas estereotipadas,<sup>6</sup> refuerza la importancia de la transformación de los zoológicos en refugios para animales heridos, explotados, abandonados o capturados en la naturaleza y sin posibilidades de reintroducción. Estas iniciativas, sin embargo, enfrentan resistencias por parte de la industria, como se refleja a través de sus grupos de presión.

### **Detrás del telón: los grupos de interés**

Las estrategias de relaciones públicas desempeñan un papel clave en la formación de la opinión pública y la toma de decisiones políticas (Bitonti y Harris, 2017). A

---

<sup>5</sup> Las conexiones existentes entre el sistema carcelario de humanos y los zoológicos y acuarios —que abarcan desde aspectos históricos y estructurales hasta coincidencias en las empresas encargadas de su construcción— invitan a una reflexión más profunda al respecto (ver, por ejemplo, Morin, 2018 y Asamblea Antiespecista de Madrid, 2018).

<sup>6</sup> Según el Zoo Animal Welfare Education Centre, “la mayoría de indicadores comúnmente utilizados de bienestar deficiente en animales de zoológico”, son “comportamientos repetitivos e invariables sin función inmediata aparente (...) causados por los repetidos intentos del animal de adaptarse a su entorno o por una disfunción del sistema nervioso central” (Manteca y Salas, 2015).

pesar de que la compasión es un motor fundamental de la moralidad y las conductas prosociales (Nussbaum, 2001), en los capítulos de este libro se documenta cómo las industrias que emplean animales no humanos instrumentalizan el discurso del cuidado con fines persuasivos con el fin de normalizar la explotación animal.

A través de la creación de grupos de presión y la contratación de servicios de agencias de relaciones públicas, el complejo industrial animal trabaja activamente para influir en la narrativa pública en favor de sus intereses. Su influencia genera una paradoja social: cada vez más personas expresan su deseo de proteger a los animales, pero siguen participando en actividades que perpetúan su explotación. Este conflicto entre valores y acciones pone en evidencia un vacío en la investigación sobre cómo la industria influye en la percepción pública y dificulta que la sociedad tome decisiones informadas en coherencia con sus principios éticos (Ver capítulo 1 o Marciel y Magaña-Fernández, 2024). Por lo tanto, cuestionar el bloqueo de esta compasión en la sociedad —entendida como una empatía proactiva— es fundamental. Pero, en lugar de fomentar una respuesta activa ante el sufrimiento ajeno, la industria restringe el acceso a la información, dificultando así una acción coherente y efectiva. De acuerdo con Nussbaum (2013), para que florezca la compasión hay que juzgar que: (i) otro individuo sufre de forma significativa; (ii) el sufrimiento debe juzgarse no culpable o desproporcionado; (iii) existen las posibilidades (vulnerabilidades similares) de verse a uno mismo en la situación del otro; y, por último, aplicar el “eudaimonismo” que sitúa el sufrimiento de otro individuo como relevante en la vida de quien observa. Esto último requerirá ampliar el círculo de empatía y derivará en acciones para revertir el daño que se está causando.

## **CONSTRUYENDO UNA IMÁGEN PÚBLICA: EL CASO DE LA INDUSTRIA DE ZOOLÓGICOS Y ACUARIOS ESPAÑOLES**

Cuando pensamos en parques zoológicos, es posible que nos vengan a la mente visitas de la infancia, anuncios con actividades emocionantes e imágenes positivas. Este es, al fin y al cabo, el tipo de imagen que promueven estas instituciones y que encontramos en los resultados de nuestro análisis.

### **Autorrepresentación de los zoos y acuarios**

En primer lugar, los parques zoológicos se presentan como actores clave en la protección de especies y en la generación de conocimiento sobre el mundo natural. Por ejemplo, sus materiales de divulgación destacan la experiencia de sus equipos humanos y el impacto positivo de sus investigaciones, argumentando que sus estudios ayudan a mejorar el bienestar de los animales tanto en cautiverio como en libertad.

El discurso de la industria de nuestra investigación (Tabla 1) reitera un punto clave: la insistencia en marcar una distancia entre sus orígenes y la imagen del “zoológico moderno”. En su discurso, se enfatiza el cumplimiento de normativas y estándares de bienestar animal, lo que refuerza la idea de que estos espacios han evolucionado hacia instituciones responsables y comprometidas con la conservación. Sin embargo, al analizar más de cerca esta narrativa, surge una pregunta clave: ¿qué tan diferente es el zoológico moderno de las antiguas *ménagerie* y los espectáculos de fieras que solían entretener a las masas? Aunque la imagen ha evolucionado, no está claro hasta qué punto las prácticas han cambiado realmente.

La industria se basa en una argumentación sobre el progreso y el cumplimiento de la normativa y presenta su labor como un pilar del avance científico y tecnológico. Así, sugiere que, a mayor comprensión de su trabajo, mayor será el respaldo social a sus prácticas; si no se apoya, es porque no se conoce lo suficiente. En otras palabras, la narrativa corporativa no solo pretende justificar la existencia de los parques zoológicos, sino también reforzar su legitimidad ante un público que los cuestiona cada vez más.

Sin embargo, esta narrativa convive con una admisión reveladora por parte de la misma industria: en muchos países, los zoológicos siguen siendo percibidos como meros espectáculos de entretenimiento, una visión con raíces históricas difíciles de erradicar. De hecho, según un documento disponible en la página web de AIZA de la *World Zoo and Aquarium Conservation Strategy* (WZACS), en algunos casos, la percepción “histórica y social de que los zoos son meramente exposiciones de fieras para el entretenimiento” puede estar justificada (WAZA, 2005, 8–9). Esta contradicción pone de manifiesto las tensiones entre la imagen pública que la industria intenta proyectar y las realidades opuestas que también reconoce y que aún persisten en muchos de estos parques.

### **¿Espacios naturalizados o maquillados?**

En segundo lugar, los grupos de interés analizados insisten en su compromiso con el “bienestar animal”, el cumplimiento de estándares y la mejora constante a través de la investigación. Para transmitir este mensaje, las imágenes y videos empleados en su divulgación desempeñan un papel fundamental en la construcción de esta percepción. Así, muchas de sus campañas de comunicación utilizan colores vivos y composiciones visuales que simulan espacios naturales. De hecho, esta “naturalización” de los espacios, originalmente vinculada al diseño de inmersión (Braverman, 2013), constituye un elemento clave en su estrategia de modernización, ya que crear una apariencia menos artificial favorece la percepción de mejores condiciones de vida para los animales cautivos.

Sin embargo, las imágenes que difunden los zoológicos y acuarios a menudo son engañosas: incluyen, por ejemplo, planos cerrados, murales pintados y animales descontextualizados. Los planos cerrados enfocan la mirada del animal, difuminando o eliminando del encuadre elementos como cables, cristales o paredes. Los murales pintados incluyen fondos artificiales que imitan paisajes, pero ocultan espacios limitados y artificiales. Los encuadres descontextualizados a menudo presentan imágenes de animales sin ninguna información sobre sus hábitats o comportamientos en grupo: sus cuerpos están flotando o son imágenes en tres dimensiones.

Cabe destacar que estas estrategias visuales no solo buscan convencer al público de que los animales están bien cuidados, sino que también desvían la atención de las limitaciones del cautiverio. En muchos casos, ni siquiera es evidente si las imágenes muestran animales en semilibertad o en cautiverio, o si se trata de fotografías de archivo. De acuerdo con una de las personas entrevistadas, varios parques zoológicos españoles contratan los servicios de un centro con animales entrenados para anuncios y películas. Así, graban contenido promocional para zoos que simula animales silvestres en libertad y muestra los comportamientos deseados. Todos estos discursos e imágenes cuidadosamente seleccionados moldean la manera en la que el público entiende el bienestar animal, influyendo así en las respuestas emocionales y limitando la compasión.

### **¿Qué hay detrás de la imagen?**

Cuando se habla con el personal que trabaja directamente con los animales no humanos, es posible hacerse una idea de las realidades que se ocultan detrás de esta iconografía. Una de las principales preocupaciones de estas/os trabajadoras/es es la falta de protocolos claros y la insuficiente aplicación de los existentes. La escasez de personal, la burocracia excesiva y la falta de control en algunas prácticas —como la autorización veterinaria para la participación de animales en espectáculos sin previa evaluación— generan problemas graves. Las personas entrevistadas señalan la falta de un registro exhaustivo que documente lo que funciona para cada animal, sobre todo cuando se les reubica en instalaciones diferentes. En la práctica, esta documentación suele ser deficiente, lo que dificulta el seguimiento individualizado y el ajuste de atenciones específicas.

Otro aspecto que genera frustración entre el personal es la forma en que se distribuyen los recursos. Los fondos suelen destinarse prioritariamente a especies “icónicas” o “carismáticas”, aquellas que atraen más visitantes, en lugar de mejorar las condiciones de todos los animales. Esto implica que, mientras algunos recintos son ampliados y mejorados, otros apenas disponen de espacio y recursos. Al dirigir la atención y preocupaciones del público hacia unas especies en concreto, que cuentan con una mayor inversión, se desvía la atención de las condiciones generales

de la mayoría de animales y se distorsiona la percepción pública al respecto. Esta priorización también afecta al *enriquecimiento* de los espacios que habitan, es decir, al estímulo físico y mental que se les puede proporcionar. Aunque el enriquecimiento está, de por sí, limitado en estos contextos, las personas entrevistadas enfatizaron que su ausencia incrementa el nivel de estrés, las estereotipias y los conflictos entre individuos en cautiverio.

Además, las decisiones tomadas por los gestores de los recintos parecen responder más a criterios estéticos que funcionales; una de las trabajadoras entrevistadas señala que es duro ver cómo “solo están arreglando el aspecto visual”, sin atender a las necesidades reales de los animales o las peticiones de trabajadores/as. El impacto del sonido en el bienestar animal es un elemento llamativo que no suele aparecer en los materiales pero que surge en las entrevistas. Sobre esto, una de las entrevistadas expresa que los animales “se esconden en sus habitaciones interiores para evitar el ruido” cada vez que hay un espectáculo, lo que resulta “repetitivo porque los espectáculos se hacen tres o cuatro veces [al día] (...), la misma música, la misma intensidad”.

## INVESTIGACIÓN, VOCACIÓN Y PRECARIEDAD

Muchas personas que trabajan con animales en cautiverio afirman hacerlo por vocación. Los zoológicos y acuarios se aprovechan de esta imagen vocacional en sus discursos públicos, resaltando la importancia de la investigación en la formación del personal y en la mejora del bienestar animal de “las especies a su cargo”. En los materiales promocionales que difunden los grupos de interés, destacan la profesionalidad de sus equipos y las colaboraciones con asociaciones especializadas. Según esta narrativa, el conocimiento generado en estos centros no solo beneficia a los animales en cautiverio, sino que también contribuye a la conservación de especies en su entorno natural. Por ejemplo, la investigación realizada por estos centros también incluye el desarrollo de programas de captura “utilizando métodos ambientalmente apropiados”, lo cual es relevante porque “casi todos los peces e invertebrados marinos tropicales de los acuarios son capturados” (WAZA, 2009, 8). Aunque, estos grupos de presión admiten un debate sobre el comercio, ya que esto aumenta “los problemas de conservación” (WAZA, 2009, 8).

A pesar de lo anterior, las entrevistas con trabajadoras y trabajadores del sector revelan una realidad muy distinta. Detrás de la imagen de profesionalismo, dedicación y preocupación, se oculta una industria caracterizada por la falta de formación y protocolos adecuados, condiciones laborales y materiales precarias, y un considerable impacto en la salud mental del personal. Según los testimonios recogidos, estas deficiencias terminan afectando también a los animales en cautiverio.

### **Formación insuficiente y falta de protocolos**

Uno de los principales problemas señalados es la deficiencia en la formación. Los planes de estudio para quienes desean trabajar en zoológicos suelen centrarse en tareas prácticas como la limpieza de recintos y la preparación de alimentos, dejando de lado aspectos fundamentales de la atención y el comportamiento animal en cautiverio. Como resultado, muchas personas llegan al puesto sin herramientas suficientes para evaluar el estado de salud de los animales o implementar medidas adecuadas para mejorar su calidad de vida más allá de cubrir necesidades fisiológicas básicas. Esta falta de formación, sumada a la ausencia de protocolos claros, genera incertidumbre e inseguridad en la toma de decisiones diarias.

Debido a la motivación de algunas trabajadoras/es de mejorar la situación de los animales, varias de estas personas dedican tiempo libre y momentos de descanso a investigar sobre formas de enriquecimiento mental y físico para aquellos individuos de los que se encargan. Algunas entrevistadas incluso forman a compañeras con lo que aprenden; sin embargo, todas estas iniciativas son impulsadas por su cuenta.

### **Precariedad como norma y como estrategia**

Más allá de la formación, la precariedad laboral es una constante en el sector. Bajos salarios, sobrecarga de trabajo y ausencia de reconocimiento profesional son algunas de las condiciones que enfrentan quienes se dedican a esta labor. Pero lo más preocupante es cómo la industria se aprovecha del sentimiento de vocación de sus empleadas/dos para sostener este modelo laboral.

Las entrevistas revelan que, en España, esta explotación de la vocación es especialmente marcada. Como explica una de las participantes: “Es una herramienta de manipulación al 100%, (...) esa compasión o ese amor por los animales es lo que creo que nos tiene enganchados porque, dentro de esa precariedad, nosotros dejamos que pase”. Este compromiso personal lleva a muchas personas a aceptar jornadas laborales extensas sin pago de horas extra, porque saben que, si no lo hacen, los animales sufrirán las consecuencias. Otra trabajadora lo describe así: “El principal problema es que, al ser una vocación, (...) no me voy a ir a casa. Si esos dos animales se van a quedar sin comer, ¿qué pasa? No te pagan las horas extras, porque saben que las vas a hacer”.

Esta sobrecarga de trabajo no solo afecta la calidad de vida de los empleados, sino también la salud de los propios animales. En los testimonios recogidos, las vivencias más duras incluían el tener que elegir entre sacrificar las necesidades básicas de los animales —de alimentación y agua, limpieza o enriquecimiento— con salir

tarde del trabajo, trabajar horas extra no remuneradas o trabajar en condiciones de enfermedad, entre otras.

### **Impacto en la salud y ambiente laboral**

Las condiciones laborales también tienen un impacto significativo en la salud mental de quienes trabajan en zoológicos. Las personas entrevistadas mencionan casos de ansiedad, depresión, problemas de sueño y agotamiento debido a la carga emocional y física del trabajo. Algunas incluso reportaron haber simulado estar enfermas para tomarse un respiro ante la presión constante, alargando bajas y comenzando pautas de medicación por necesidad.

Además, este entorno genera un clima de competitividad entre trabajadores/as. Con una tasa bastante alta de rotación de empleo, hay personas que eligen no quejarse por miedo al despido fácil, pues, afirman, no costaría mucho sustituirlas. Otras personas se arriesgan para conseguir condiciones laborales y mejoras en el cuidado a los animales. Al final, terminan asumiendo responsabilidades adicionales de forma independiente para garantizar unas mínimas condiciones de vida, muchas veces fuera de su horario laboral.

### **¿Y LOS ANIMALES? REPRESENTACIÓN vs. CONDICIONES**

Los zoológicos y acuarios se presentan hoy en día como espacios dedicados al cuidado, la conservación, la educación e, incluso, al rescate y la recuperación de animales. En este contexto, ¿cómo representa la industria a los animales en cautiverio? Y ¿cuáles son sus condiciones de vida? La diferencia entre el discurso promovido por los grupos de interés y la realidad que enfrentan tanto los animales como las/os trabajadora/es evidencia una brecha significativa entre la imagen proyectada y la situación dentro de estos espacios.

#### **Cosificación: los animales como “especímenes de colección”**

Uno de los aspectos más llamativos del lenguaje empleado en estos espacios es su retórica museística: los animales no se describen como individuos, sino como parte de una “colección zoológica”. Así, los parques no hablan de individuos o grupos sociales, sino de “nuestras colecciones”, poniendo así la cuestión de la exhibición y la propiedad en el centro.

Como “especímenes”, la consideración de un mismo número puede ser parte tanto de una cantidad “requerida” como un excedente. Este enfoque también implica que los animales son percibidos como intercambiables. En las entrevistas con trabajadoras/es del sector, se menciona con frecuencia la movilidad de los animales

entre parques. Se los traslada por diversas razones. Por ejemplo, por incompatibilidad entre individuos de la misma especie, por exceso de ejemplares en un zoológico y la necesidad de “reubicar” a algunos, por intereses reproductivos (buscando apareamientos específicos por cuestiones genéticas) o por cierre de recintos que no cumplen con los estándares adecuados.

Si bien en el discurso de la industria se habla de estos traslados como medidas de conservación, algunas entrevistas revelan que en realidad también se produce compraventa de animales entre parques con fines comerciales, y esta no siempre queda registrada. Como ejemplo ilustrativo, una de las personas entrevistadas escuchó a sus superiores hablar de la necesidad de apresurar la compra de determinados animales a EE.UU. antes de que entrara en vigor la Ley estatal de Protección de los Derechos y Bienestar de los Animales (7/2023) y dichas prácticas pasaran a ser ilegales o a estar más reguladas.

### **“Bienestar”: entre la reproducción y la realidad del enriquecimiento**

En los mensajes de la industria, el supuesto bienestar de los animales también se asocia con su capacidad de reproducción. Se sugiere que, si un animal en cautiverio tiene crías, es porque “disfruta” de su entorno. Sin embargo, esta visión simplista ignora numerosos factores esenciales para el bienestar animal, más allá del entendimiento meramente instrumental que promueve la industria, y oculta las costosas inversiones en programas de reproducción forzada.

En las entrevistas, los/as trabajadores/as señalan graves carencias en la implementación de estrategias para estimular física y mentalmente a los animales cautivos. Hay que tener en cuenta que un entorno enriquecido es un requisito básico para mitigar problemas como el aburrimiento, el estrés o las conductas repetitivas y autodestructivas. Sin embargo, aunque esencial, el enriquecimiento no elimina las limitaciones inherentes al cautiverio ni compensa la falta de libertad, vínculos sociales y estímulos naturales.

### **El papel simbólico de los animales en los parques zoológicos**

Cabe destacar que, a diferencia de otras industrias de explotación animal, los zoológicos presentan una particularidad fundamental: están abiertos al público. En estos espacios, los animales son “gestionados” como parte de una colección y se construye una narrativa en torno a ellos. A estos animales se les asigna un papel performativo y simbólico: deben actuar como embajadores de sus especies y generar una conexión con el público.

En cuanto al imaginario visual, la subjetividad proyectada por los grupos de interés resulta, en muchos casos, ilusoria. Esta representación varía según la especie: algunos animales son presentados como embajadores altamente individualizados, con nombre propio y descripciones específicas de su carácter o historia personal, como ocurre de manera paradigmática con los osos pandas. En otros casos, especies como los tiburones o las águilas, aunque menos individualizadas, tienden a estar menos colectivizadas que otros peces o aves, destacándose por atributos simbólicos que refuerzan su imagen pública. Esta construcción visual fomenta, sobre todo, el asombro y el disfrute estético, pero su carácter simbólico y reduccionista dificulta una verdadera conexión empática con los individuos representados.

Asimismo, además de su dimensión cultural, también se les asigna a los animales un rol de embajadores financieros. Tal y como afirma Braverman: “Al sacrificar su libertad, los animales del zoo no solo recaudan dinero para el zoo, sino que también son embajadores financieros de su especie como colectivo” (2013, 47). Este fenómeno se extiende también a trabajadoras/es, quienes, en la imagen pública que se ofrece de ellas/os, aparecen como figuras casi heroicas, destacando los lazos afectivos que establecen con los animales.

### **El contacto físico: una estrategia de marketing con consecuencias**

Un elemento clave en la promoción de zoológicos y acuarios es el contacto directo con los animales que se ofrece al público. Fotografías y vídeos muestran contacto directo de diversos grupos humanos en forma de caricias a animales acuáticos y terrestres. Este contacto está principalmente facilitado por entrenadores/as del sector y está protagonizado, en su mayoría, por miembros de grupos vulnerabilizados (infancias, personas con discapacidad, etc.). En las imágenes se ofrecen experiencias como tocar mantarrayas, alimentar jirafas o incluso nadar con delfines. Estas interacciones se presentan como un “deseo hecho realidad” para los humanos, y como educativas y beneficiosas tanto para el visitante como para el propio animal.

En el discurso presente en las páginas webs, la posibilidad de cercanía física con los animales se destaca como un atractivo clave de la visita a los parques zoológicos. Loro Parque Fundación, por ejemplo, presenta sus espectáculos con leones marinos como “presentaciones educativas”, que permiten conocer su “gran inteligencia”. Eso sí, según la misma fundación, los animales en espectáculos “no pretenden mostrar un catálogo de comportamientos de la especie en la naturaleza; (...) simplemente buscan crear empatía hacia los animales en los visitantes”. En respuesta a las críticas que señalan que los espectáculos con animales no fomentan la empatía hacia otras especies, ya que refuerzan la supremacía humana, el grupo de interés sostiene que: “La superioridad humana sobre los animales puede no ser educativa, pero no es inmoral.

Sólo se presenta como inmoral en algunas corrientes culturales contemporáneas” (Loro Parque Fundación 2022, 49).

A menudo mostrando contacto visual entre animales y trabajadoras/es, las imágenes transmiten valores de amistad y comprensión mutua. Estos momentos capturados del trabajo de los cuidadores se presentan como encarnaciones de los valores de la industria, proyectando relaciones que van más allá de la atención básica para integrar un vínculo similar al familiar, donde se enfatiza la satisfacción de las necesidades afectivas de los animales.

Sin embargo, el testimonio de las/os trabajadoras/es muestra una realidad más compleja. Por ejemplo, el público a menudo ignora las normas y pone en riesgo a los animales no humanos. Algunos visitantes intentan agarrarlos con fuerza, les lanzan objetos o gritan para provocar reacciones. Este contacto llega a incluir casos de estrujamiento hasta herir de muerte en el caso de tanques Toca-Toca. AIZA, por un lado, da luz verde a los tanques Toca-Toca en sus comunicados, como práctica que puede contribuir a la educación de los visitantes y a la conservación de las especies (AIZA, 2021). Por otro lado, en sus directrices sobre “Normas para el mantenimiento de las especies y sus instalaciones”, la sección sobre la prevención del estrés o daño a animales contradice dichas declaraciones a pesar de que estas normas las precedan por más de una década (AIZA, 2009). Parques Reunidos, de forma similar y sin distanciarse del entretenimiento, anuncia baños con delfines a la vez que recomienda “sistemas de protección que impidan el contacto físico entre el público y los animales”.

En otros casos, se han registrado incidentes con animales ingiriendo objetos que los visitantes depositan en los tanques. La industria justifica todas estas prácticas afirmando que generan empatía. Sin embargo, las propias directrices de bienestar animal las contradicen, empezando por la falta de regulación clara sobre estas actividades.

Además, la tematización de estos espacios refuerza una visión sesgada de la conservación. Se presentan entornos artificiales que evocan paisajes exóticos o mundos futuristas, sin generar una comprensión profunda sobre las causas de la crisis ecológica ni fomentar cambios estructurales en el comportamiento humano.<sup>7</sup> Ejemplos como el de Atlantis Aquarium ilustran la tematización utilizada para

---

<sup>7</sup> Es importante destacar que la resistencia de los animales en cautiverio rara vez se reconoce más allá del sensacionalismo mediático, que la asocia únicamente con ataques o fugas, casi siempre seguidas de recaptura o muerte (Hribal, 2011). Propuestas recientes consideran la propia estereotipia como elemento indicativo de resistencia, puesto que apunta al sufrimiento evidente y a la no adaptación física y mental de los individuos en cautividad (Pouillard, 2023).

generar una conexión con la experiencia del consumidor. A través de la simulación de escenarios específicos, se busca inspirar esta conexión mediante una experiencia interactiva que pone al visitante en el centro, relegando a los animales en cautiverio a segundo plano.

Tal y como argumentó Milstein (2009), los visitantes de los zoológicos pueden recibir visiones parciales y simplificadas de las causas de los daños causados por los humanos, pero no se les dan herramientas para “resistir colectivamente o abogar por alternativas estructurales y sistémicas a gran escala” (40). Por ejemplo, cuando pide donativos, la industria afirma que “cualquier cantidad de dinero se convierte en una forma activa de luchar contra la sexta extinción masiva de especies, desencadenada por la actividad humana”. Pero son muchos los centros que no aportan ninguna formación o directrices que fomenten cambios en los hábitos del público, lo que termina convirtiéndose en un ejercicio de *greenwashing* o “ecoimpostura”, destinado más a mejorar la imagen corporativa que a generar un impacto real. La compasión y el deseo del público de hacer algo frente a los daños provocados por la humanidad se redirige a prácticas que benefician la propia industria en lugar de apoyar cambios estructurales o de mayor impacto en el consumo.

De este modo, mientras el discurso presenta la posibilidad de contacto y la presencia de espectáculos como una experiencia educativa, y las imágenes reflejan a las personas trabajadoras como mediadoras felices en el contacto, la realidad es mucho más compleja. El tipo de cuidado representado en el contenido audiovisual está basado en la regulación y evoca un pseudo-cuidado. Esto es, un cuidado ni genuino ni desinteresado construido por la narrativa para legitimar estas prácticas, en lugar de para centrar el foco en los intereses del individuo supuestamente cuidado. Además, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente sobre las condiciones laborales en estos parques, hay una discrepancia clara entre cómo el discurso narrativo y visual presenta a las/os trabajadoras/es (como representantes y núcleo de los zoológicos) y la falta de poder de decisión, precariedad y jerarquías experimentadas en el entorno laboral.

### **Trabajo emocional, físico y simbólico**

El trabajo de los animales no humanos ha sido teorizado y reflexionado en muchos contextos diferentes. El rol de embajadores cautivos que los parques zoológicos atribuyen a los animales no humanos puede entenderse mejor en el marco del trabajo performativo, simbólico y oculto de los animales empleados en la industria del turismo (Rickly y Kline, 2021). Estos últimos, encargados de la tarea de representar a sus homólogos en la naturaleza, son exhibidos para su contemplación, soportan un trabajo social, emocional y de cuidados, actúan en espectáculos y, a veces, interactúan con los visitantes en “zoológicos de mascotas” y otros espacios.

Este trabajo emocional, además, cuenta con una dimensión extra al tratarse principalmente de una cuestión digital. Esto es, el aprovechamiento de las imágenes de los animales en las campañas publicitarias audiovisuales de los lobbies, así como el contenido en su web y redes sociales, implica que más allá del momento de grabación este trabajo emocional es explotado digitalmente por el negocio zoológico: existe en diferido, y es reproducido, editado posteriormente, y posproducido con fines comerciales.

## **ENTRE EL DISCURSO Y LA REALIDAD, ¿DÓNDE ESTÁ EL CAMBIO?**

Tras analizar el discurso de los principales grupos de interés de la industria de parques zoológicos en España, analizar su contenido audiovisual y realizar entrevistas a trabajadores/as, solo podemos adoptar una postura crítica hacia las prácticas comunicativas de los lobbies españoles de la industria zoológica y de acuarios. Su discurso verbal y visual no representa formas éticas de relaciones públicas; la comunicación estratégica obstaculiza la transformación del sector hacia un modelo centrado en animales no humanos a través de una apropiación instrumental de la compasión. El conjunto de nuestro análisis, incluyendo las vivencias de quienes trabajan en estos espacios, cuenta una historia distinta a la construcción narrativa basada en bienestar, educación y conservación de la industria.

Frente a la crítica social, la industria zoológica del Estado español ha desarrollado una estrategia de comunicación que oculta sus contradicciones. Se apropia de un imaginario de cuidado y conservación para mejorar su imagen pública, pero, en la práctica, mantiene estructuras de explotación y dominación sobre los animales. Este fenómeno, conocido como *ethics-washing* o “lavado ético” (Breakey, 2023), se utiliza estratégicamente para hacer creer a la opinión pública y a las autoridades que la industria es más ética y responsable de lo que es y que tiene más apoyo del que realmente tiene. Su retórica audiovisual y discursiva distorsiona los daños que experimentan los animales y que son inherentes al cautiverio y a la exhibición.

En este contexto, los animales en cautiverio no se representan como individuos que forman parte de un colectivo sino principalmente como parte de una “colección”. El contacto con el público, presentado como educativo y enriquecedor, es en realidad una estrategia de marketing que blanquea los riesgos que supone para los animales.

Asimismo, destacamos la importancia de los testimonios de las personas que trabajan en contacto directo con los animales en cautiverio. Son el rostro visible y se les utiliza como parte de las campañas publicitarias y relaciones públicas, encarnando cuestiones como el cuidado y la profesionalidad. Sus experiencias contrastan con la imagen idealizada que proyectan los zoológicos tanto a nivel de recursos como de cuidados que pueden proporcionar en cautividad. También figuran en los zoos

factores ambientales como el ruido excesivo, el comportamiento del público y la lucha por defender mejoras dentro de estructuras jerárquicas.<sup>8</sup>

Por estos motivos es necesario replantear el modelo actual de los zoos. Es posible imaginar una transformación de los zoológicos y acuarios actuales en espacios de semi-libertad para individuos enfermos o explotados que no puedan vivir o ser reintroducidos en la naturaleza. Estos espacios tendrían que priorizar la rehabilitación y el cuidado individualizado en lugar de perpetuar dinámicas de explotación, captura y compraventa de animales, espectáculo y negocio maquillados con discursos de bienestar y conservación. La sociedad tiene un rol clave en este debate. Si queremos un modelo más ético y menos antropocéntrico y especista, debemos cuestionar la narrativa de los grupos de interés y exigir alternativas que realmente se centren en y respeten la vida de los animales, en lugar de justificar su cautiverio bajo el pretexto del entretenimiento humano o la ilusión de cuidado, educación y conservación. Es imprescindible escuchar a personas expertas en etología y ética animal, colaborar con quienes trabajan directamente con los animales no humanos, y empujar para que los cambios que se generen sean estructurales: que vayan más allá del marketing y las apariencias y que centren el respeto hacia los animales no humanos como individuos sintientes con intereses propios.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos especialmente a Júlia Castellano por su dedicación a la investigación de las entrevistas, así como a Betlem Pallardó Azorín, Oliver Hochadel, Ruben Sánchez y Núria Almiron por sus valiosas contribuciones que han enriquecido este trabajo.

## FINANCIACIÓN

La investigación de este capítulo está financiada por la subvención de contratos predoctorales para la formación de doctores PRE2021-099988, concedida por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y financiada por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y el European Social Fund Plus (ESF+).

## REFERENCIAS

AIZA. 2009. “Estándares para el mantenimiento de especies y sus instalaciones”. Barcelona: Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios. <https://www.aiza>.

---

<sup>8</sup> Los animales acuáticos no mamíferos son los individuos más perjudicados, reproduciendo sesgos especistas que afectan a su cuidado en la industria de los zoológicos (Conley, 2009) y en todo el complejo industrial animal (Mather, 2019).

[org.es/assets/documentos/paginas/Est%C3%A1ndares-Generales-AIZA\\_07\\_2009.pdf](https://www.aiza.org.es/assets/documentos/paginas/Est%C3%A1ndares-Generales-AIZA_07_2009.pdf)

AIZA. 2021. “Posicionamiento de AIZA sobre el contacto de visitantes con animales mantenidos en tanques ‘toca-toca’”. 7 de julio de 2021. <https://www.aiza.org.es/posicionamiento-de-aiza-sobre-el-mantenimiento-de-tanques-de-contacto-toca-toca>

AIZA. 2025. “Lista de miembros”. <https://www.aiza.org.es/lista-de-miembros>

Aranceta-Reboredo, Olatz y Júlia Castellano. 2025. “Inside the Spanish Zoological Park Industry: Worker Insights on Human-Animal Relationships and Shared Vulnerabilities in Spain”. En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor. Londres: Routledge.

Aranceta-Reboredo, Olatz y Núria Almiron. 2024. “Commodifying compassion: a critical discourse analysis of Spanish zoo, aquarium and animal theme parks’ lobbies”, *Frontiers in Communication* 9:1464190. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1464190>

Asamblea Antiespecista de Madrid. 2018. *En ese sitio maldito en el que reina la tristeza. Reflexiones sobre cárceles de animales humanos y no humanos*. Madrid: Ochodoscuatro ediciones.

Bitonti, Alberto y Phil Harris, eds. 2017. *Lobbying in Europe: Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries*. Londres: Palgrave MacMillan.

Braverman, Irus. 2013. *Zooland: The Institution of Captivity*. Stanford University Press.

Breakey, Hugh. 2023. “The Social Licence to Operate: Activist Weapon, Industry Shield, Empty Buzzword, or Vital Ethical Tool?” En *Social Licence and Ethical Practice*, editado por Hugh Breakey, 1–10. *Research in Ethical Issues in Organizations*, vol. 27. Leeds: Emerald Publishing Limited.

Conley, Marla. K. 2009. “Caring for dolphins, otters, and octopuses: Speciesism in the regulation of zoos and aquariums”. *Animal Law Review* 15, 237–264.

Emmerman, Karen S. 2019. “Moral Arguments Against Zoos”. En *The Routledge Handbook of Animal Ethics*, editado por Bob Fisher, 381–393. Londres: Routledge.

- Fernández, Laura, Estela M. Díaz, Olatz Aranceta-Reboredo y Núria Almiron. 2025. “Displaying Compassion to Hide Harms: An Analysis of the Visual Communication Strategies of the Spanish Animal Industrial Complex”. En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor. Londres: Routledge.
- Gray, Jenny. 2017. *Zoo ethics: the challenges of compassionate conservation*. Australia: CSIRO Publishing.
- Gruen, Lori. 2014. *The ethics of captivity*. Nueva York: Oxford University Press.
- Horta, Oscar. 2022. *Making a Stand for Animals*. Londres: Routledge.
- Hribal, Jason. 2011. *Fear of the Animal Planet: The Hidden History of Animal Resistance*. Chico, CA: AK Press.
- Kemmerer, Lisa. 2010. “Nooz: Ending Zoo Exploitation”. En *Metamorphoses of the Zoo: Animal Encounter after Noah*. Editado por Ralph R. Acampora, 37–56. Lexington Books.
- Lobbyfacts. 2025. “Loro Parque Fundación”. <https://www.lobbyfacts.eu/datacard/loro-parque-fundaci%C3%B3n?rid=901360334616-18>
- Loro Parque Fundación. 2022. “Enciclopedia de argumentos falsos en contra de mantener los mamíferos marinos bajo cuidado humano. Desmontando mitos comunes utilizados contra instituciones zoológicas y delfinarios modernos” Loro Parque Fundación. [https://www.loroparque.com/app/uploads/2023/02/Enciclopedia\\_de\\_argumentos\\_falsos\\_en\\_contra\\_de\\_mantener\\_los\\_mamiferos\\_marinos\\_bajo\\_cuidado\\_humano.pdf](https://www.loroparque.com/app/uploads/2023/02/Enciclopedia_de_argumentos_falsos_en_contra_de_mantener_los_mamiferos_marinos_bajo_cuidado_humano.pdf)
- Manteca, Xavier y Mónica Salas. 2015. “Stereotypes as animal welfare indicators”. *Zoo Animal Welfare Factsheet*, Zoo Animal Welfare Education no.2, <https://awecadvisors.org/wp-content/uploads/2023/09/Sheet-ZAWEC-2.pdf>
- Marciel, Rubén y Pablo Magaña-Fernández. 2024. “(Not So) Happy Cows: An Autonomy-Based Argument for Regulating Animal Industry Misleading Commercial Speech”. *Journal of Applied Philosophy* 41, no. 3: 498–515. <https://doi.org/10.1111/japp.12702>
- Mather, Jennifer. A. 2019. “Ethics and Care: For Animals, Not Just Mammals”. *Animal Law Review* 9, no. 12: 1018. <https://doi.org/10.3390/ani9121018>

- Milstein, Tema. 2009. “‘Somethin’ tells me it’s all happening at the zoo’: discourse, power, and conservationism”. *Environmental Communication* 3, no. 1: 25–48. <https://doi.org/10.1080/17524030802674174>
- Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. 2012. “Información general de los parques zoológicos por CCAA. Recursos genéticos y control del comercio”. Madrid: Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/recursos-geneticos/conservacion-exsitu/ce-exsitu-zoos-informacion.html>
- Morin, Karen M. 2018. *Carceral Space, Prisoners and Animals*. Londres: Routledge.
- Nussbaum, Martha. 2001. *Upheavals of thought. The intelligence of emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nussbaum, Martha. 2013. *Political Emotions. Why Love Matters for Justice*. Cambridge: Harvard University Press.
- Nussbaum, Martha. 2016. *Anger and Forgiveness. Resentment, Generosity, Justice*. Oxford: Oxford University Press.
- Pouillard, Violette. 2023. “The Silence and the Fury: Addressing Animal Resistance and Agency through the History of Human-Animal Relationships”. En *Animals Matter. Resistance and Transformation in Animal Commodification*, editado por Julien Dugnoille y Elizabeth Vander Meer, 32–55. Leiden: Brill. [https://doi.org/10.1163/9789004528444\\_004](https://doi.org/10.1163/9789004528444_004)
- Rickly, Jillian M. y Carol Kline. 2021. “Introduction: Working for the (hu)man in the tourism industry”. En *Exploring Non-human Work in Tourism. From Beasts of Burden to Animal Ambassadors*, editado por Jillian M. Rickly y Carol Kline, 1–20. Berlin/Boston: De Gruyter.
- WAZA. 2005. “Construyendo un Futuro para la Fauna Salvaje: La Estrategia Mundial de los Zoos y Acuarios para la Conservación”. Berna, Suiza: Asociación Mundial de Zoos y Acuarios. [https://www.aiza.org.es/assets/documentos/paginas/wzacs\\_es.pdf](https://www.aiza.org.es/assets/documentos/paginas/wzacs_es.pdf)
- WAZA. 2009. “Cambiano la Marea. Una estrategia global de acuarios para la conservación y sostenibilidad”. Gland, Suiza: Asociación Mundial de Zoos y Acuarios. <https://www.aiza.org.es/assets/documentos/paginas/AquariumStrategySpanish.pdf>



# COALICIONES DISCURSIVAS



## CAPÍTULO 7

### **Intersecciones discursivas: androcentrismo, especismo y capitalismo**

Laura Fernández, Núria Almiron, Estela M. Díaz y Olatz Aranceta-Reboredo

**Resumen:** El discurso de los grandes grupos de interés del complejo industrial animal en el Estado español refleja en su argumentario y su lenguaje las raíces interconectadas de opresión de género, especie y clase. En este capítulo analizamos las intersecciones discursivas de los principales grupos de interés españoles de alimentación cárnica, experimentación animal y entretenimiento basado en el uso de animales no humanos. Nuestro análisis destaca el uso del lenguaje no inclusivo en términos de género y la falta de diferenciación sexual en la explotación de los animales no humanos en paralelo a su control corporal y reproductivo. También detectamos un énfasis discursivo en la racionalización, que tiene como contraparte la feminización de la preocupación por los animales no humanos. El especismo se revela en la promoción de una jerarquía de especies adaptada a los intereses humanos, especialmente a través del uso de un lenguaje binario humano/animal y la supresión de la sintiencia y el sufrimiento no humano. Finalmente, el discurso de los grupos de interés analizados revela una narrativa pro-capitalista al dar prioridad al rendimiento productivo. Dicho discurso reproduce una lógica esclavista de los otros animales y favorece un encuadre economicista que se disfraza de altruismo. En conjunto, el análisis de las tres industrias revela una homogeneidad retórica articulada en torno a elementos androcéntricos, especistas y capitalistas, que funcionan como una coalición discursiva.

### **INTRODUCCIÓN**

El sufrimiento de los animales no humanos no es un hecho aislado. Las dinámicas estructurales que hoy los sitúan en los márgenes de la mayoría de las sociedades humanas proyectan una larga sombra. Las autoras ecofeministas advirtieron que la forma en que socialmente concebimos y tratamos a los demás animales y la tierra

no puede desconectarse de una mirada masculina de dominio y distanciamiento emocional que está marcada por los roles y construcciones de género normativos y patriarcales (por ejemplo, Adams, 2016; Gaard, 1993). Como contraparte, los ecofeminismos rescatan solapamientos en las experiencias de opresión entre las mujeres y personas disidentes de género y las de los animales no humanos. Proponen estrategias de compasión y “empatía enredada” (*entangled empathy*) (Gruen, 2015) en búsqueda de una liberación profunda y colectiva que permita dismantelar conjuntamente los diversos sistemas de opresión interrelacionados (Adams y Gruen, 2023).

Las relaciones de opresión de género, especie y clase a las que nos referiremos no se producen en el vacío. Por el contrario, rebobinar en la consolidación del orden social capitalista permite advertir varias claves. Como detalla el sociólogo David Nibert (2017), desde la Euroasia antigua hasta el colonialismo y el imperialismo, el sistema capitalista se constituyó como una organización social y económica basada en la acumulación de riqueza. Frente a los discursos que presentan el capitalismo como una fuerza benévola de organización del mercado, Nibert enfatiza la dominación y explotación colonial, especista, de género y de clase, así como la expropiación de tierras como los verdaderos motores de esa acumulación originaria cuyo legado se extiende hasta nuestros días. El actual estatus de los otros animales como bienes y propiedades, así como de numerosos colectivos humanos como subalternos, no puede entenderse sin los miles de años de dominación de las élites globales.

Esta genealogía de la explotación está presente en el discurso de los grandes grupos de interés del complejo industrial animal en el Estado español. Estas influyentes organizaciones reflejan en su argumentario y su lenguaje las raíces interconectadas de opresión de género, especie y clase. En este capítulo analizamos de forma conjunta el discurso de todos los grupos de presión españoles incluidos en el proyecto COMPASS, con especial interés en los tres ejes discursivos de androcentrismo, especismo y capitalismo. En concreto, en el ámbito de la experimentación animal estudiamos el principal grupo de interés, la Sociedad Española de las Ciencias del Animal de Laboratorio (SECAL). En el ámbito alimentario, analizamos las principales interprofesionales cárnicas: la Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola (AVIANZA), la Asociación Interprofesional de las Palmípedas Grasas (INTERPALM), la Organización Interprofesional para Impulsar el Sector Cunicola (INTERCUN), la Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne (INTEROVIC), la Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno de España (PROVACUNO), la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) y la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI). Finalmente, en el ámbito del entretenimiento basado en la explotación de animales no humanos, hemos considerado la Asociación Circos Reunidos, la Asociación de Sociedades Organizadoras de Carreras de Caballos en España, la Federación

Española de Galgos (FEG), la Fundación Toro de Lidia (FTL), la Unión de Criadores de Gallo Combativo Español (UCRIGA), la Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios (AIZA), la Fundación Loro Parque, el Grupo Parques Reunidos y la Fundación Parques Reunidos.

## ANDROCENTRISMO

El androcentrismo, una perspectiva que jerarquiza lo masculino sobre lo femenino, se puede encontrar en los textos de los principales grupos de interés analizados. A continuación, se detallan sus principales manifestaciones discursivas.

### **Lenguaje no inclusivo, omisión de la diferencia sexual y control corporal/reproductivo**

En el español, el uso del masculino genérico tiene dos dimensiones diferenciadas. Por un lado, desde un punto de vista lingüístico se explica como resultado de la evolución fonética y estructural del latín al romance; es decir, su origen no implica necesariamente una intención androcéntrica. Sin embargo, en la práctica, su empleo en contextos contemporáneos contribuye a invisibilizar la diversidad de género. Ejemplo de ello es la forma en la que los lobbies aquí estudiados se refieren a sus trabajadores solamente en masculino, independientemente de que la mayoría de su plantilla, en casos como en los zoológicos, esté formada por mujeres. Por otro lado, es innegable que utilizar el término “hombres” como sinónimo de humanidad reproduce un discurso universalista y excluyente de género. Sin embargo, la mayoría de los textos de la industria utilizan “hombres” para referirse a la totalidad de la especie humana. UCRIGA, por ejemplo, usa como argumento histórico y de autoridad la referencia a los “grandes hombres”. De forma similar, SECAL emplea el género masculino incluso en un texto dedicado al cáncer de mama. Igualmente, la industria ganadera utiliza el masculino genérico del lenguaje para referirse tanto a los sujetos que participan en las distintas fases de la cadena de producción como a “los consumidores”. La única excepción que hemos detectado es un documento de INTEROVIC donde hay una mención explícita a las “ganaderas” en femenino, instrumentalizada para vender un discurso maquillado de inclusión y diversidad que apenas disimula —y mucho menos transforma— las estructuras patriarcales y especistas que sostienen el modelo productivo.

El sesgo androcéntrico del lenguaje a menudo se traslada también a los animales no humanos, lo que repercute en un entendimiento limitado de su diferencia sexual o incluso en una instrumentalización de esa diferencia para dar continuidad a su explotación junto a fines sexistas, esencialistas y cisheteronormativos humanos (Jones, 2014).

En el caso de SECAL, en general se omite la diferenciación por sexo de los animales no humanos utilizados en la experimentación, salvo contadas excepciones (por ejemplo, “jerbos mongoles hembra”, y referencias a una ratona y a una oveja embarazadas), a pesar de las recomendaciones que la propia organización realiza en un artículo de incluir el sexo de los animales no humanos explotados para evitar sesgos y promover la reproducibilidad en la investigación. Trabajos como el de Carme Valls Llobet (2020) indican que, a pesar de las múltiples evidencias sobre las distintas formas de enfermar entre mujeres y hombres, se ha hecho muy poco para incorporar la ciencia de la diferencia a la práctica clínica; el lenguaje empleado por el mayor lobby español de la experimentación es una evidencia más de ello.

Si vamos un paso más allá, las epistemologías y las críticas feministas de la ciencia advierten que acabar con el sesgo androcéntrico no se limita a estudiar diferencialmente los síntomas según las características sexuales o corporales de las personas humanas y no humanas, sino que, en realidad, el androcentrismo y el sexismo fundacionales de la ciencia son los que han permitido inventar y tolerar la experimentación con animales no humanos hasta la actualidad (Anderson, 2024).

Por otro lado, las narrativas de los grupos de interés revelan sexismo y androcentrismo interseccionados en los discursos sobre el control corporal a través de la selección genética de los animales no humanos, así como en su explotación sexual y reproductiva en el marco de estas industrias.

El lobby de la industria de experimentación animal emplea numerosos animales no humanos modificados genéticamente con el objetivo de que estos se adecúen más a las necesidades de la explotación (re)productiva, mientras organizaciones como UCRIGA omiten cualquier información referente a los procesos reproductivos que implican diferencialmente a las gallinas frente a los gallos.

En lo relativo al control de la reproducción, cabe destacar que los animales no humanos se niegan mayoritariamente a reproducirse en situaciones de cautiverio (Hribal, 2016). Frente a esta resistencia, los zoológicos y acuarios promueven soluciones tecnológicas que ayuden a “mantener un alto nivel de cría”, como asegura AIZA, mientras la Fundación Loro Parque se refiere a “una red de seguridad genética sostenible”. El Grupo Parques Reunidos, por su parte, sostiene participar en “44 programas de reproducción de especies amenazadas”, mientras se siguen omitiendo los detalles sobre las implicaciones de estos programas de reproducción forzada (“inseminación artificial” en sus términos) y de la separación de crías y progenitores, así como las consecuencias físicas y emocionales que estas prácticas conllevan en la salud y bienestar de los animales cautivos en parques zoológicos y acuarios.

### **Discurso basado en la razón y feminización de la preocupación**

La FTL afirma que “el animalismo es una ideología que pretende equiparar los derechos de los hombres y de los animales, algo completamente incompatible con nuestra civilización”. Mientras que los hombres se presentan en su discurso como la máxima expresión de la humanidad y la cultura, la animalidad y los movimientos por los derechos de los animales se presentan como irracionales o contrarios a la civilización. La civilización constituye la máxima expresión del racionalismo androcéntrico y colonial, que encumbra un paradigma desarrollista y de dominio basado en las construcciones binarias humano/animal, cultura/naturaleza y civilización/barbarie (por ejemplo, Gaard, 1993). La racionalización es una de las bases de la retórica científica que emplean estos lobbies, y es utilizada como forma de legitimación asociada a la idea del progreso.

Así, los valores de *cuidado y bienestar animal* se perciben de forma instrumental, siempre orientados hacia la obtención de un resultado científico o productivo adecuado, lejos de la sintiencia y el sufrimiento no humano, preocupaciones asociadas a lo femenino (Donovan y Adams, 2007). En este sentido, SECAL afirma: “Es necesario adaptar el cuidado y manejo de este tipo de animales a las nuevas necesidades tecnológicas que permita realizar una investigación de calidad”. El énfasis racional se complementa, sin embargo, con un discurso emocional centrado en el sufrimiento humano (al que SECAL se refiere como “el dolor y la enfermedad”, que constituyen “los grandes temores de los hombres”) para justificar, así, la experimentación animal.

En el caso de la industria alimentaria, se realizan apelaciones racionales basadas en el asesoramiento legal, la investigación e innovación a través de programas I+D o la formación a lo largo de la cadena productiva. En el discurso de INTERPALM, por ejemplo, destaca un enfoque procedimental de la explotación que oculta el sufrimiento bajo un proceso técnico desprovisto de afecto. Sin embargo, este énfasis racional no está exento tampoco de apelaciones emotivas (haciendo siempre hincapié en las necesidades humanas), como cuando INTERPORC afirma: “Los profesionales del sector porcino español somos defensores del medio rural, porque es donde desarrollamos nuestro trabajo, donde vivimos y donde criamos a nuestros hijos, para que el día de mañana no tengan que abandonar los pueblos que les vieron crecer si desean permanecer en ellos”. En lo que respecta a las referencias al bienestar animal y al cuidado, este se enmarca en este caso también bajo una lógica androcéntrica, cuantitativa, regularizadora y mercantil. Por ejemplo, INTERCUN afirma ante las medidas de bienestar animal que “su ventaja principal es que reduce el estrés de los animales antes del sacrificio, lo que redundará en una mayor calidad de la carne”.

La racionalización también está presente en el discurso de los grupos de interés de las industrias de entretenimiento. Un ejemplo paradigmático es el de la

Federación Española de Galgos, que utiliza un argumentario sobre la tradición y el legado histórico androcéntrico, de “grandes hombres”, para legitimar el uso de galgos en carreras y competiciones. Por su parte, la FTL basa parte de su defensa de la actividad taurina en el hecho de que esta es legal, la cual se presenta como sinónimo de legítima. Además, tanto el discurso de FTL como de UCRIGA hacen uso del argumento de autoridad, pues se refieren a numerosas personalidades de diversas disciplinas científicas y humanísticas, así como históricas, que participan en sus jornadas y eventos y comparten afición. En relación más estrecha con la idea del progreso que con una tradición, AIZA defiende a través de un discurso racionalista la idea del “zoo moderno” que se separa de su pasado, y potencia la imagen de zoos y acuarios como “instituciones educativas, científicas, protectoras de las especies animales y fomentadoras de la biodiversidad”.

En contraste, los grupos de presión presentan al movimiento animalista como irracional, subjetivo, interesado, conectado con ideologías o sentimientos y en búsqueda de atención mediática. Esta penalización de lo emotivo y la deslegitimación de los sectores críticos hacia sus industrias encarna la asociación entre feminización e irracionalidad. Por ejemplo, la FTL señala los “superficiales buenos sentimientos” de las activistas o las campañas “aparentemente loables”, mientras que AIZA se refiere a la iniciativa ZooXXI como “una iniciativa ciudadana local y aparentemente sin antecedentes científicos”.

## **ESPECISMO**

El especismo, la discriminación por razón de especie que afecta especialmente a los animales no humanos, es un pilar fundamental para la experimentación animal, la explotación para el consumo alimenticio o el uso con fines de entretenimiento. A continuación, presentamos cómo se revela el especismo en la muestra analizada.

### **Lenguaje especista y supresión de la sintiencia**

En primer lugar, entre las dimensiones en las que se reproduce el binario humano/animal se incluye el lenguaje, y es en este binarismo jerárquico donde la humanidad se presenta como fuera de la animalidad y cognitivamente superior. Esto comunica que las vidas humanas valen más que las de los animales de otras especies, siendo estas últimas cosificadas e instrumentalizadas. De acuerdo con estas distinciones jerárquicas, el término “persona” sólo se aplica a las humanas, “animal” no incluye a la humanidad y el adjetivo “humano” se presenta como sinónimo de compasivo, y por tanto es connotado positivamente.

En concreto, los animales no humanos se presentan como “herramientas” y “modelos” en el discurso de SECAL. Un caso paradigmático es la comparación

mecanicista de los órganos de los peces cebra con piezas de coche en una editorial de la revista *Animales de Laboratorio*: “Daremos un papel protagónico y de forma resumida a la histología de los principales órganos del pez cebra adulto, explicándolo como si se tratara cada vez de una pieza distinta de un coche, su localización, descripción y funcionamiento”.

Por otro lado, el sufrimiento y la enfermedad humanos se utilizan para justificar la experimentación con animales, y se le atribuye un valor superior a la vida humana en el contexto de la investigación. Así mismo, a través de la omisión del sufrimiento de los animales no humanos se niega su sintiencia. Este ejercicio queda de relieve cuando SECAL ensalza los potenciales beneficios de la experimentación animal para las madres y criaturas humanas obviando completamente las consecuencias físicas y emocionales de estos procedimientos para las hembras y crías no humanas utilizadas:

Gracias al modelo experimental ovino, actualmente se están corrigiendo de forma prenatal en hospitales españoles malformaciones fetales letales o altamente mutilantes para el futuro niño, como la hernia diafragmática congénita grave, las tumoraciones pulmonares y cervicales de gran tamaño, el teratoma sacrocóxigeo, las obstrucciones del sistema urinario, las complicaciones en gestaciones de gemelos, el mielomeningocele y la espina bífida.

En estos discursos la supresión de la sintiencia se hace descentrando las experiencias de los animales no humanos y colocando en el centro, por el contrario, al colectivo trabajador humano. Por ejemplo, se presentan los problemas de salud de los animales no humanos como un perjuicio para la investigación, no como un problema para seres sintientes que sufren. En otras ocasiones, se hace referencia a los daños o enfermedades causados a los no humanos, pero omitiendo la experiencia encarnada del dolor o el sufrimiento.

Por su parte, los grupos de interés de la industria alimentaria presentan a los animales no humanos a través de un lenguaje higienizado y cosificador. Esto permite que quienes consumen sus productos no los asocien fácilmente a individuos que respiran, que son sintientes, inteligentes y tienen personalidad. Según la teoría del referente ausente de Carol J. Adams (2016), el referente —el individuo no humano concreto— se diluye a través de la publicidad y las campañas de relaciones públicas de las industrias, que promueven un proceso de cosificación, fragmentación y consumo. Por ejemplo, “salchicha”, “hamburguesa” o “jamón” son elecciones lingüísticas que disfrazan de neutralidad lo que son fragmentos de cuerpos de animales no humanos, evitando toda conexión con el animal vivo y borrando la individualidad de quienes fueron, así como la violencia a la que fueron sometidos. Otra estrategia retórica habitual es el uso de nombres colectivos o no contables (“sustantivos abstractos”,

Adams 2016), que permite referirse a los cuerpos animales de forma despersonalizada y cuantificable. Por ejemplo, en el caso de las aves, AVIANZA utiliza a menudo “pollo” en singular para referirse al producto y no al animal sintiente que es el gallo o la gallina, el ave viva. En otras ocasiones los lobbies recurren a eufemismos para ocultar a los individuos detrás del objeto de consumo. INTERPALM, utiliza el concepto de “palmípedas grasas” para referirse a los patos, gansos y las ocas explotadas para la producción y comercialización de “*foie gras*” (hígado inflamado por sobrealimentación que la industria define como “hipertrofia celular adiposa del hígado”) e INTERPORC, utiliza “porcino de capa blanca” para referirse a los cerdos de razas *Large White*, *Landrace* o *Pietrain*, cuyo tono de piel es rosado. Estas elecciones lingüísticas son estratégicas y para nada neutrales.<sup>1</sup>

Los grupos de interés de la industria del entretenimiento también reflejan un discurso especista. Encontramos referencias a “el mundo animal”, que singulariza y uniformiza la multiplicidad y diversidad inherente a las diferentes especies e individuos no humanos y sus experiencias y realidades complejas. AIZA, por su parte, utiliza conceptos como “especímenes”, “ejemplares” y “animales en exhibición” para referirse a los animales no humanos cautivos, concepto que les cosifica y desindividualiza lingüísticamente en una retórica museística. Esta cosificación facilita disimular y descentrar las consecuencias físicas y emocionales negativas que implica el cautiverio y la exposición constante para los animales no humanos (Casal y Montes-Franceschini, 2024; Malamud, 1998). Esta reducción de la complejidad de las vidas no humanas se une a la naturalización del cautiverio como parte de sus estrategias de relaciones públicas; los lobbies de parques zoológicos se refieren a los espacios como “hábitats”, “hogar”, e incluso de forma temática como la Fundación Parques Reunidos al referirse a la organización del zoológico Faunia según “4 ecosistemas (La jungla, bosque africano, bosque templado húmedo y Polos) y 16 áreas temáticas”.

FTL utiliza “toro de lidia” y “toro bravo” para referirse a razas de toros que han sido *producidas* a partir de la selección humana y que implican una carga ideológica utilitaria especista (atribución de que existen para la *lidia*, es decir, para ser *burlados* y después asesinados) y especialmente belicista (referente a su bravura, que a su vez

---

<sup>1</sup> En el caso de “porcino de capa blanca” de INTERPORC, este concepto devino especialmente efectivo de cara a las personas consumidoras en el contexto de las declaraciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la correlación entre las “carnes procesadas” y las “carnes rojas” con problemas graves de salud humana. A través de este concepto, este grupo de interés presenta la carne de cerdo como una carne “blanca” en lugar de “roja”. Las declaraciones de la OMS hicieron que los lobbies del complejo industrial animal reaccionaran con contundentes campañas de relaciones públicas que pudieran contrarrestar las posibles pérdidas económicas (Fernández y Almiron, 2024).

se utiliza discursivamente para defender la tauromaquia y justificar la creencia de que por haber sido criados para ello no sufren al ser lidiados).

La Unión de Criadores de Gallo Combatiente Español (UCRIGA), por su lado, se refiere a la selección artificial humana de los individuos para el moldeamiento de la raza en base a intereses humanos, en concreto “para la corrección de errores genéticos o de estimación de aptitudes y pruebas funcionales”. Se refieren a los casos de gallos que no cumplen con las exigencias para ser explotados como “errores genéticos”, reduciendo su existencia a los parámetros humanos especistas y capacitistas de estética, adecuación o funcionalidad (Taylor, 2021), y conectado en muchos casos a una retórica colonial relacionada con Latinoamérica.

### **Utilitarismo, supremacismo humano y compasión selectiva**

El utilitarismo hace referencia a una filosofía moral que, al igual que otras filosofías, tiene en cuenta el beneficio neto de ciertas acciones a la hora de considerar justificable el daño causado a algunos individuos. Este supuesto beneficio potencial promueve una consideración ética que en un principio permite incluir a los animales no humanos como individuos que tienen intereses y sufren; por ejemplo, el utilitarismo negativo busca reducir al máximo el sufrimiento total. Sin embargo, la combinación de considerar a los otros animales en función de su utilidad para las industrias que los explotan y el beneficio potencial que los grupos de interés promueven en su discurso, resulta en una compasión selectiva que excluye a ciertos animales, justificando su muerte en nombre de un supuesto bien mayor. La narrativa de los lobbies de parques zoológicos sigue esta lógica, pues diluye las experiencias negativas del cautiverio al otorgar más valor a la especie que al individuo. De este modo, el propósito mayor de la conservación o “supervivencia” de la especie en cautiverio está por encima del sufrimiento que genera. Del mismo modo ocurre con la experimentación animal, donde, a pesar de que los datos cuestionan la eficacia del modelo animal (Linzey y Linzey, 2018), el uso de animales no humanos se presenta como justificada por los potenciales beneficios que dicha investigación pueda tener para la medicina humana o la ciencia veterinaria.

El especismo se representa discursivamente en forma de supremacismo humano y antropocentrismo, donde únicamente son considerados relevantes los intereses humanos y se priorizan frente a cualquier otro. Los lobbies de la industria de alimentación priorizan y ensalzan las necesidades nutricionales, los supuestos beneficios para la salud o el placer gastronómico humano. El interés en vivir de los animales no humanos explotados queda totalmente invisibilizado: de los conejos “se pueden usar absolutamente todas las partes, están exquisitas y tienen diferentes texturas que nos dan un enorme juego” (INTERCUN), “la carne de cerdo es muy jugosa por su infiltración de grasa en el músculo” (INTERPORC), “la carne de vacuno

es la más apreciada y una de las más consumidas” (PROVACUNO) y el consumo alimenticio de aves constituye “una fuente de vitamina B5, cuya deficiencia puede provocar fatiga, alergias, náuseas y dolor abdominal” (AVIANZA). En esta línea, la mayoría de interprofesionales defiende la “Dieta Mediterránea” como modelo gastronómico y dietético referente.

### **Jerarquización animal**

El discurso de los lobbies del complejo industrial animal establece jerarquías entre las distintas especies de animales no humanos, lo que lleva a un uso y una consideración moral diferenciales y arbitrarios. Por ejemplo, en el caso de la experimentación animal, los animales considerados de compañía se presentan como merecedores de más compasión que los tradicionalmente utilizados en laboratorios; los biológicamente más parecidos a la especie humana (por ejemplo, los primates no humanos) estarían por encima de los más diferentes a esta (por ejemplo, los peces cebra).

SECAL apela a la supremacía humana al reducir al resto de animales a simples pasos previos en la escala evolutiva: “Es como si el genoma fuese un manual de instrucciones cuyo primer paso es la bacteria, para posteriormente pasar por un paso de pez, ave, mamífero y poder llegar por último al hombre”. Al mismo tiempo, su discurso canaliza la compasión hacia animales no humanos específicos. Al afirmar que la experimentación animal es importante para la salud veterinaria, la industria recurre a los supuestos beneficios que esta tendría sobre animales convivientes o evolutivamente más próximos al ser humano; es decir, aquellos hacia los que el público potencial siente una mayor empatía —principalmente perros y gatos—, en contraposición a roedores, anfibios o peces comúnmente explotados en laboratorios (Díaz, 2019). El especismo, entendido como la priorización de unas especies sobre otras siguiendo criterios antropocéntricos, queda evidenciado en esta afirmación de SECAL: “Perros, gatos y monos sólo se usarán cuando no haya ninguna otra especie apropiada”.

La jerarquización entre diferentes individuos y especies animales también se reproduce en el marco de la industria de la alimentación. A nivel interno, los animales explotados son valorados según criterios como la edad, la raza, el tamaño, la alimentación recibida o la denominación de origen, como señala PROVACUNO en relación con las vacas. Esta lógica comercial refuerza una visión instrumental de los animales, donde sus vidas se ordenan en función de su utilidad para el sistema productivo.

Al mismo tiempo, en los discursos del sector aparece el concepto de biodiversidad, presentado como un valor a proteger. Este planteamiento refuerza el especismo, ya que establece una jerarquización entre los animales que viven en

libertad —garantes del equilibrio ambiental— y los animales explotados, cuyas vidas quedan excluidas del imaginario conservacionista y reducidas a mercancía. No obstante, incluso aquella protección selectiva desaparece en cuanto la presencia de esos animales entra en conflicto con los intereses económicos del sector. Es el caso del lobo. INTEROVIC, por ejemplo, no solo reproduce una oposición especista entre ovejas y cabras, por un lado, y lobos, por otro, abogando por “la necesidad de mantener la gestión del lobo como única herramienta eficaz para la supervivencia de la ganadería, siendo esta la principal sufridora de los ataques del lobo”. En esta afirmación, la jerarquización no responde a una mayor estima por las vidas de las ovejas y cabras, sino al interés económico de la industria. De hecho, al describir a la ganadería como “la principal sufridora”, se desplaza la empatía desde los animales hacia el modelo productivo, invisibilizando tanto que las afectadas directas por la depredación son las ovejas y cabras como que la “gestión del lobo” implica condenar a muerte a estos individuos.

El discurso de los lobbies del entretenimiento basado en animales también jerarquiza entre diferentes especies no humanas. La Federación Española de Galgos, por ejemplo, se refiere a la liebre (también “medialiebre” o “rabona”) de una forma cosificada en sus textos. Estas liebres se describen con las características de interés para las carreras, centrado en su utilidad como objetos que los galgos atrapan.

En el caso de los lobbies de la industria de parques zoológicos, estos valoran a los animales que pertenezcan a una de las siguientes categorías por encima de las demás: aquellas en peligro de extinción o “con problemas de conservación”, y las consideradas “icónicas” o “carismáticas”. Tal es el caso de AIZA, que argumenta que “aunque todos los individuos que podrían acabar en zoológicos de tenencia privada merezcan un cuidado en caso de una reintroducción imposible, la existencia del valor para conservación pone a algunos individuos y su bienestar por encima de otros”.

Finalmente, otro ejemplo de la jerarquización entre especies es el de la Fundación Toro de Lidia. En una de sus cartas abiertas a políticos, comentan: “Animalismo, señor Alcalde, no es cuidar perros y gatos (...) es una ideología que pretende equiparar los derechos de los hombres y de los animales”. Este enunciado revela un distanciamiento entre animales convivientes, como perros y gatos, y animales explotados en contextos productivos. Así, sostiene implícitamente que el cuidado y respeto a los primeros es aceptable y comprensible, mientras que una actitud similar hacia los segundos es inaceptable, disparatada, y “completamente incompatible con nuestra civilización”.

## CAPITALISMO

El discurso de los grupos de interés analizados revela una narrativa pro-capitalista al dar prioridad al rendimiento productivo. En paralelo, se favorece un encuadre economicista que disfraza la actividad empresarial de altruismo (Almiron, 2024).

### Los ingresos primero

Las interprofesionales cárnicas se presentan como “referentes del sector”, brindan cifras sobre su magnitud en número de instalaciones y ensalzan las consecuencias positivas de su actividad en términos de desarrollo rural, creación y fomento del empleo y dinamización económica. ASICI, por su parte, subraya el valor de competencia en el mercado. Entre los objetivos de estas grandes interprofesionales cárnicas también se encuentra la expansión en el mercado internacional, donde difunden la denominada “Marca España”.

Estos grupos de interés, sin embargo, no explican el tipo del empleo que ofrece la industria de alimentación: trabajos con alto nivel de precariedad y explotación laboral, lo cual se hace especialmente evidente en el caso de los mataderos. Los ritmos intensos, el trabajo en cadena, el contacto constante con sangre y vísceras, entre otras características, suponen no sólo riesgos físicos como enfermedades respiratorias o lesiones, a menudo graves (Ramsey, Musolin y Mueller, 2015), sino también riesgos de salud mental como la exposición a síndrome de estrés post-traumático y secuelas de por vida (Dorovskikh, 2015). En concreto en el Estado español, Comisiones Obreras afirmó que el porcentaje de trabajadores extranjeros en los mataderos españoles llega al 80% (Sevillano, 2020). La población migrante, muchas veces más vulnerable debido a una situación administrativa irregular, a los pocos recursos o a la existencia de una red de apoyo menos estable hace que este colectivo se vea obligado a aceptar condiciones muy duras de trabajo (McNeill, 2024) y a sobrevivir en un entorno donde las drogas y el alcohol son un recurso habitual entre trabajadores para soportar el trabajo (García Pereira, 2018). Por lo tanto, el tipo de empleo y fijación rural que la industria promete, así como las imágenes bucólicas que proyecta, contrastan claramente con las realidades que resultan de sus prácticas.

El discurso de SECAL también incorpora un encuadre economicista con una lógica de coste/beneficio. Esta lógica se hace evidente, por ejemplo, cuando se refieren a las ventajas económicas de utilizar el pez cebra en comparación con los ratones para la experimentación animal, una especie “relativamente barata de mantener” cuyas características de “docilidad” y alta tasa de reproducción son muy valoradas en términos de beneficio económico: “Características como la posibilidad de poner 100 huevos a la semana, no ser agresivo ni entre animales de su misma especie ni

con los humanos, no desprender olor o no ‘escaparse ni esconderse’ podrían hacer de esta especie un posible sustituto del ratón”.

En lo que respecta al lobby del entretenimiento, FTL remarca “la importancia cultural y empresarial de la tauromaquia” y reconoce abiertamente la recepción de ayuda económica por parte de entidades públicas y privadas. Su discurso en torno al desarrollo económico se centra, como en el caso de otros grupos de interés, en el empleo humano. Pero, a diferencia de industrias como la de experimentación, en este caso aparecen cuestiones identitarias claras que relacionan con la ruralidad, lo tradicional, lo español y el miedo a la pérdida. La Asociación Circos Reunidos, similarmente, enfatiza este aspecto en su apelación emocional contra la implantación de la ley de protección de los derechos y el bienestar de los animales en el Estado español: “Una ley que deja desamparados a miles de trabajadores y animales”. Teniendo en cuenta la narrativa de “familia” que emplean estos últimos, es interesante cómo ello permite agrupar los intereses de los animales con los intereses económicos de los humanos de la industria, pues esto permite invisibilizar el sufrimiento de los animales usados en circos a la vez que moviliza una respuesta emocional de empatía hacia los trabajadores humanos.

En el caso de AIZA, su enfoque se basa en argumentos económicos y sociales: “Con 300 millones de euros de facturación agregada, las 47 instituciones zoológicas que integran la Asociación dan empleo a 5.000 personas”. Las capacidades de los centros se conectan implícitamente con su retribución social. Además, se aprecia un énfasis en los aspectos positivos de los vínculos entre trabajadores y animales en cautividad a lo largo de todo el contenido como estrategia de marketing y de relaciones públicas (Aranceta-Reboredo y Castellano, 2025). Por otro lado, el tipo de cuidado que la industria presenta es un espejismo de las dinámicas de poder entre animales humanos y no humanos (Fernández et al., 2025).

Los discursos apuntan además hacia la maximización del beneficio, algo que no sorprende por parte de industrias cuyo objetivo son las ganancias económicas. Es el caso de la Asociación de Sociedades Organizadoras de Carreras de Caballos en España, entre cuyos objetivos se encuentra “maximizar el valor de los hipódromos españoles, su competitividad y posibilitar el desarrollo de la industria”, y de la Fundación Parques Reunidos que se presenta a sí misma como un negocio exitoso y activo que ha comprado 57 parques de ocio en Europa y Estados Unidos. Esta última cuenta con “marcas establecidas en los cuatro segmentos principales del mercado (Parques de Atracciones, Acuarios, Zoológicos, Parques Acuáticos)”, logrados gracias a sus “50 años de crecimiento y diversificación constantes”, y como “el principal operador de parques de animales de Europa”.

### **Animales no humanos reducidos a valor productivo**

En el discurso de SECAL, los animales no humanos son considerados principalmente por su rendimiento productivo. Sus cuerpos son fragmentados y mercantilizados para el beneficio de la industria, y así lo demuestran las referencias a ellos como: “mejora zootécnica”, “animales modificados genéticamente”, “colonias alteradas genéticamente”, “quimeras”, “hembras superovuladas, machos vasectomizados y hembras receptoras” “ratones conocidos como SCID (Severe Combined Immune Deficiency)”, “modelos generados en laboratorio” o “herramienta multifacética” (en referencia a los peces cebra). La transgénesis animal y la biotecnología intensifican el carácter de reducir a los individuos a un simple “recurso”: “Su riñón, diseñado ‘a la carta’ por bioingeniería, abre una vía esperanzadora al trasplante renal”.

Estos discursos reproducen la lógica esclavista por la que los animales no humanos no son considerados agentes de producción. Con esto nos referimos a que, a diferencia de los agentes de producción humanos, los demás animales no cuentan con derechos ni reconocimiento de intereses como trabajadores. El único tipo de reconocimiento que reciben es simbólico, como a través del concepto de “huella científica”, muy utilizado en el discurso de SECAL, que refleja el impacto científico que los animales no humanos explotados de diferentes especies tuvieron en un descubrimiento o mejora biomédica. Sin embargo, esta “huella” no se traduce en ninguna repercusión positiva en la vida de los individuos utilizados en los experimentos.

En la industria de alimentación, los animales no humanos valen más muertos y procesados en forma de *carne* que vivos. Sus intereses básicos son negados, y el aprovechamiento al máximo de sus cuerpos a través de la comercialización se presenta como objetivo deseable. Ejemplo de ello es la celebración de AVIANZA sobre cómo las gallinas y gallos “se pueden consumir casi en su totalidad: alas, pechuga, muslos, patas, corazón, cresta...” e INTERCUN reproduce la misma idea en el caso de los conejos, proponiendo recetas que utilicen la cabeza de los conejos para realizar caldos. Sin mención alguna a la totalidad del animal, sus fragmentos son los referentes principales y, en calidad de consumo, la vida del individuo sigue ausente del discurso.

El mismo tipo de lógica esclavista se hace explícita, por ejemplo, en el reconocimiento simbólico del trabajo de los animales no humanos por parte de los lobbies de zoológicos y acuarios. Así, por ejemplo, AIZA sostiene que “estas especies actúan como ‘embajadores’ y aportan una experiencia enriquecedora a la visita”, y varios lobbies hacen referencia a la importancia de que la población en cautividad sea sostenible sin capturar más individuos de la naturaleza. A pesar de ello, no se reconoce el papel que desempeñan la cría de animales no humanos y los programas reproductivos en la renovación constante del negocio, sino que, al

contrario, las ganancias económicas se presentan como necesarias y desinteresadas para garantizar el cuidado de los animales no humanos.

### **El disfraz altruista y la retórica de la necesidad**

El énfasis económico y mercantil de los grupos de interés analizados pasa a menudo desapercibido por sus esfuerzos, a través de sus campañas de relaciones públicas, por autoproclamar su altruismo. El discurso de los grupos de interés analizados está cargado de conceptos connotados positivamente como “amor”, “cariño”, “respeto”, “bienestar” y “cuidado”.

En consonancia con este tono, es habitual que los lobbies destaquen la dimensión afectiva de la mano de cuestiones de regularización en materia de bienestar animal. Así, la Asociación Circos Reunidos afirma: “En el circo amamos y respetamos a los animales” y explica que los animales no humanos en los circos “cuentan con grandes recintos para correr y jugar” o “tienen un veterinario las 24h”. Para *entrenarlos* a realizar comportamientos antinaturales para su especie sostienen que “se usa el método premio-cariño”.

En el caso de la Fundación Loro Parque, el altruismo se presenta en dos dimensiones. Por un lado, los animales no humanos se encuentran “bajo [su] cuidado”, “alojados” en “hogares” y “ecosistemas”. Por otro lado, se presentan como los principales salvadores de animales no humanos, en concreto, de aquellos cuyas especies están amenazadas o en peligro de extinción. De acuerdo con esta idea, AIZA asevera que “si dejaran de criarse esas especies amenazadas en los zoológicos, cuando en el futuro se hayan eliminado sus amenazas, no existirán individuos para reintroducir y la especie podría desaparecer para siempre”. La Fundación Loro Parque explica que gracias a su labor ha habido “doce especies salvadas de la extinción” y aseguran que “con tu donativo estarás contribuyendo al rescate, el estudio y la preservación de hábitats de especies amenazadas o en peligro de extinción. Cualquier importe se convierte en una forma de lucha activa contra la sexta extinción masiva de especies, desatada por la actividad del ser humano”. De esta forma, el negocio se presenta como una solución a la extinción de especies. Además de difuminar el legado colonial y extractivista de los parques zoológicos<sup>2</sup> y sus relaciones históricas con la caza furtiva y la desaparición de especies (Malamud, 1998), la única solución proactiva de ayuda que se ofrece a los consumidores es la donación a la industria. No hay contenido sobre cambios de hábitos, prácticas, o propuestas a iniciativas concretas a las que donar directamente.

---

<sup>2</sup> Actualmente, AIZA reconoce que una parte considerable de sus “colecciones” de animales acuáticos proviene de capturas en el medio natural, alcanzando prácticamente la totalidad en el caso de los invertebrados.

Por su parte, los lobbies de la industria alimentaria también proclaman su altruismo. INTEROVIC, por ejemplo, apela emotivamente a la tradición del pastoreo y la trashumancia. Esta organización también relaciona el consumo alimenticio de ovejas y cabras con la reducción de incendios y el sostenimiento económico del mundo rural y la “España vaciada”, auto-presentándose como “una economía circular que fomenta el aprovechamiento”. Tanto INTEROVIC, PROVACUNO como INTERPORC presentan a las industrias que representan como promotoras del cuidado del medioambiente y defensoras de la sostenibilidad y la biodiversidad. Sin embargo, esta narrativa oculta que dichas industrias se encuentran entre las más contaminantes del planeta y que sus actividades, además de generar sufrimiento animal, están vinculadas a la erosión, la deforestación, la contaminación del agua y el incremento de gases de efecto invernadero, entre otros impactos negativos (Greenpeace, 2021). INTERPORC, por ejemplo, resume en esta cita su altruismo autoproclamado: “Desarrollo económico y social, protección del medio ambiente, seguridad alimentaria, cohesión social, igualdad de género, oportunidades de empleo y un futuro mejor para los jóvenes”. Se trata de un ejemplo de distorsión discursiva de la explotación animal humana y no humana y la devastación medioambiental en la que están implicadas las industrias de la alimentación basada en animales.

Finalmente, SECAL disfraza su actividad de altruismo autoproclamado a través de campañas y eslóganes basados principalmente en la apelación a la salud y el bienestar humanos: “El trabajo de todas y cada una de las personas que componen este colectivo está encaminado a dar respuesta a las exigencias que esta misma sociedad nos plantea” o “es importante explicar a los amantes de los animales, y al público en general, que apoyamos la investigación porque queremos a los animales”. Por el contrario, sus carteles, folletos educativos y publicaciones están explícitamente patrocinados por empresas socias pertenecientes al sector de la experimentación animal.<sup>3</sup> Esta financiación pone de manifiesto los intereses corporativos detrás de SECAL, lo que confirma su papel como grupo de interés.

Por otro lado, SECAL se caracteriza por su uso de la retórica de la necesidad, de la no alternativa, la cual mantiene una fuerte afinidad con la retórica del TINA (*There Is No Alternative*) que ha impulsado las políticas neoliberales, el *laissez-faire*, la (supuesta) autorregulación del mercado y la globalización desde los años ochenta (Munck, 2003). Sin embargo, como explicaba Karl Polanyi (2016), sin un considerable apoyo institucional el neoliberalismo y la globalización no se habrían extendido. Así, la retórica TINA que SECAL utiliza para defender la inevitabilidad del modelo animal en la ciencia, también olvida que la experimentación animal se ha convertido en dominante debido al enorme apoyo estatal que ha recibido. Su

---

<sup>3</sup> Entre ellas encontramos empresas como Glaxo Smith Kline, Rettenmaier Ibérica, Animalaria, Sodispan Research, Charles River, Granja San Bernardo, Harlan o Steris.

inevitabilidad es en realidad una opción política profundamente influida por la industria de la experimentación y en alianza con ella.

## CONCLUSIONES

En síntesis, los principales grupos de interés españoles relacionados con la experimentación animal, la industria de alimentación cárnica y el entretenimiento basado en el uso de animales no humanos comparten una intersección discursiva articulada en torno a los mismos elementos androcéntricos, especistas y capitalistas. Esta homogeneidad retórica opera como una auténtica coalición discursiva, construyendo una macronarrativa que no solo legitima, sino que refuerza las prácticas de explotación en todas estas industrias. De este modo, se configura una especie de alianza transversal, aunque tácita, que consolida un frente común en defensa de unos intereses compartidos.

Esta coalición discursiva comparte tanto rasgos como contradicciones. Comparte la instrumentalización de la compasión hacia los animales no humanos mediante la apropiación del discurso del bienestar animal buscando legitimación y apoyo social, encubriendo así prácticas de explotación bajo un lenguaje de altruismo y sostenibilidad. Al mismo tiempo, comparte la asociación de la preocupación por el sufrimiento animal con lo irracional y carente de fundamento, así como su feminización, en coherencia con una lógica patriarcal. Finalmente, comparte la construcción especista de la diferencia de especie y el refuerzo del discurso de superioridad humana, en sintonía con los intereses económicos de cada industria.

## REFERENCIAS

- Adams Carol J. y Lori Gruen, eds. 2023. *Ecofeminismo. Intersecciones feministas con otros animales y con la Tierra*. Barcelona: Levanta Fuego.
- Adams, Carol J. 2016. *La política sexual de la carne. Una teoría crítica feminista vegetariana*. Madrid: Ochodoscuatro.
- Almiron, Núria, ed. 2024. *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*. Londres: Routledge.
- Anderson, Elizabeth. 2024. “Feminist Epistemology and Philosophy of Science”. En *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2024 Edition)*, editado por Edward N. Zalta y Uri Nodelman. <https://plato.stanford.edu/archives/fall2024/entries/feminism-epistemology>

- Aranceta-Reboredo, Olatz y Júlia Castellano. 2024. "Inside the Spanish Zoological Park Industry: Worker Insights on Human-Animal Relationships and Shared Vulnerabilities in Spain". En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor. Londres: Routledge.
- Casal, Paula y Macarena Montes Franceschini. 2024. "Fatal attractions: the ethics of persuasion in the animal-based entertainment industry" in *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*, editado por Núria Almiron, 72–87. Londres: Routledge.
- Díaz, Estela M. 2019. "Emerging Attitudes towards Nonhuman Animals among Spanish University Students". *Society & Animals* 27, no. 2: 197–223. <https://doi.org/10.1163/15685306-12341490>
- Donovan, Josephine y Carol J. Adams, eds. 2007. *The feminist care tradition in animal ethics*. Nueva York: Columbia University Press.
- Dorovskikh, Anna. 2015. "Killing for a Living: Psychological and Physiological Effects of Alienation of Food Production on Slaughterhouse Workers". Undergraduate Honors Thesis, Paper 771, Universidad de Colorado Boulder. <https://www.semanticscholar.org/paper/Killing-for-a-Living%3A-Psychological-and-Effects-of-Dorovskikh/4912c917ba1a786b66e0c22dee0c658a80264ad6>
- Fernández, Laura y Núria Almiron. 2024. "Case study: the meat lobby and the World Health Organization". En *Animal Suffering and Public Relations. The Ethics of Persuasion in the Animal Industrial Complex*, editado por Núria Almiron, 66–71. Londres: Routledge.
- Fernández, Laura, Estela M. Díaz, Olatz Aranceta-Reboredo y Núria Almiron. 2025. "Displaying Compassion to Hide Harms: An Analysis of the Visual Communication Strategies of the Spanish Animal Industrial Complex". In *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor. Londres: Routledge.
- Gaard, Greta, ed. 1993. *Ecofeminism. Women, Animals, Nature*. Filadelfia: Temple University Press.
- García Pereira, Mauricio. 2018. *Maltrato animal, sufrimiento humano*. Barcelona: Ediciones Península.

- Greenpeace. 2021. “Macrogranjas, veneno para la España rural. Efectos ambientales de la ganadería industrial”. Madrid: Greenpeace España. <https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2021/10/macrogranjas-LR-2.pdf>
- Gruen Lori. 2015. *Entangled Empathy. An Alternative Ethic for our Relationships with Animals*. Nueva York: Lantern Books.
- Hribal, Jason. 2016. *Los animales son parte de la clase trabajadora y otros ensayos*. Madrid: Ochodoscuatro.
- jones, pattrice. 2014. *The oxen at the intersection: A collision*. Nueva York: Lantern.
- Linzey, Andrew y Clair Linzey. 2018. *The Ethical Case Against Animal Experiments*. Urbana: University of Illinois Press.
- Malamud, Randy. 1998. *Reading Zoos. Representation of Animals and Captivity*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Mcneill, Zane. 2024. *Building Multispecies Resistance Against Exploitation, Stories from the Frontlines of Labor and Animal Rights*. Nueva York: Peter Lang Verlag. <https://doi.org/10.3726/b21657>
- Munck, Ronaldo. 2003. “Neoliberalism, necessitarianism and alternatives in Latin America: there is no alternative (TINA)?” *Third World Quarterly* 24, no. 3: 495–511.
- Nibert David, ed. 2017. *Animal Oppression and Capitalism*. Santa Barbara, CA: Praeger.
- Polanyi, Karl. 2016. *La gran transformación. Crítica al liberalismo económico*. Barcelona: Virus.
- Ramsey, Jessica G., Kristin Musolin Kristin y Charles Mueller. 2015. “Evaluation of Carpal Tunnel Syndrome and Other Musculoskeletal Disorders among Employees at a Poultry Processing Plant”. Health Hazard Evaluation Program, HHE Report no. 2014-0040-3232 (Marzo-Junio). US Department of Health and Human Services. <https://www.cdc.gov/niosh/hhe/reports/pdfs/2014-0040-3232.pdf>
- Sevillano, Elena G. 2020. “Los mataderos, en el epicentro de los brotes del virus”. *El País*, 31 de mayo de 2020. <https://elpais.com/sociedad/2020-05-30/los-mataderos-en-el-epicentro-de-los-brotes-del-virus.html>

Taylor, Sunaura. 2021. *Crip. Liberación animal y liberación disca*. Madrid: Ochosocuatro.

Valls Llobet, Carme. 2020. *Mujeres invisibles para la medicina*. Madrid: Capitán Swing.

## CAPÍTULO 8

### **Marcar la agenda mediática: aportaciones desde el estudio de las coaliciones discursivas en prensa española sobre tres industrias basadas en animales**

Jose A. Moreno

**Resumen:** En un contexto de abundancia informativa y de actores que compiten por introducir sus mensajes, es difícil encontrar asuntos de explotación animal no abordados de forma puntual en una agenda mediática de por sí saturada. Por este motivo, es de interés el análisis comparativo de casos que marcaron la agenda mediática, que fueron recogidos por la prensa durante un tiempo suficiente como para que diversos actores se pronunciaran y que tuvieran consecuencias políticas. Debates como el del escándalo de Vivotecnia, el de la discusión sobre macrogranjas a raíz de una campaña del Ministerio de Consumo y el de la Ley de Bienestar Animal, sucedidos entre 2021 y 2023, son ejemplos de cómo la explotación de los animales, en ocasiones, emerge en la agenda periodística. Mediante el análisis de redes discursivas de la cobertura en prensa española de estos tres casos, este capítulo elabora una comparación de los tres debates surgidos a raíz de estos acontecimientos, de los actores que participaron en la discusión y de los argumentos empleados. Esta comparación y sus implicaciones teóricas sobre la incidencia en la agenda mediática pueden resultar de interés para los ámbitos de la comunicación activista y de los estudios críticos sobre animales y medios de comunicación.

## INTRODUCCIÓN

En la sociedad tienen lugar debates sobre los problemas que la atañen, las posibles medidas que tomar y cómo perseguir el bien común. Estos debates tienen lugar en la esfera pública, un espacio imaginario que hace referencia a los lugares en los que miembros de una sociedad discuten problemas e ideas (Habermas y Finlayson, 2005). Estos lugares pueden incluir desde los medios de comunicación a espacios públicos físicos o las redes sociales. Utópica en su origen, la idea de esfera pública no está exenta de críticas, puesto que no se trata de un espacio igualitario donde

todos tengan el mismo acceso y poder para hacer valer sus ideas. Incluso en una época en la que las redes sociales parecen servir de altavoz para democratizar las discusiones públicas, siguen existiendo desigualdades. Estas desigualdades, al inicio, estaban más bien circunscritas a un mal funcionamiento de la esfera pública por la concentración de poder de los medios de comunicación y el acceso a los mismos en pocas manos (Habermas y Finlayson, 2005). En la actualidad, aunque la abundante disponibilidad de información y otros contenidos en medios y en internet aporte una sensación de mayor libertad, surgen otros problemas como la sobreabundancia de contenidos (infoxicación) y la difusión de mensajes dirigidos a distorsionar y tergiversar la discusión pública (desinformación), que se unen al tradicional problema del acceso y control de los medios. Los medios de comunicación han sido tradicionalmente los agentes con más influencia a la hora de determinar la agenda pública, entendiendo por *agenda* el conjunto de temas que discute la sociedad y quiénes aparecen representados en los asuntos de discusión (Rogers y Dearing, 1988; Noelle-Neumann, 2003; McCombs, 2014). En este contexto, este capítulo se centra en los debates sociales sobre la explotación animal que han tenido lugar en los medios de comunicación y, más específicamente, en la prensa española.

Un actor social puede iniciar un debate de diversas formas: ya sea mediante afirmaciones vertidas en medios de comunicación o en sus propios canales de difusión, a través de la publicación de un informe, la organización de un evento, o comentando un acontecimiento que acapare la atención del público y de los medios, entre otras. Iniciar un debate consiste en introducir un tema en la agenda, es decir, hacer que ese tema destaque por encima de otros (McCombs, 2014). Cuando un tema ya está en la agenda de los medios, otros actores aportan sus ideas para tratar de introducir su punto de vista en la agenda. Esto es, en un primer nivel del establecimiento de la agenda, un actor introduce un tema, o un evento acontece y la discusión al respecto emerge, y, después, en un segundo nivel, los actores sociales se lanzan a comentarlo y a tratar que su punto de vista sobre ese asunto prevalezca. Es en este segundo nivel cuando comienzan a formarse coaliciones discursivas en torno a ideas y opiniones sobre un asunto sujeto al debate público.

Una coalición discursiva abarca a actores sociales que comparten líneas argumentales en torno a un tema (Hajer, 1993). Los discursos sobre un tema no surgen de la nada, hay actores que los emiten y periodistas que los introducen en la agenda mediática. Si un discurso tiene éxito y la sociedad acaba empleándolo, si se convierte en el modo predominante de entender un evento o tema, decimos que ese discurso se ha institucionalizado (Hajer, 1993). Pero, para que un discurso se institucionalice, hace falta que esas líneas argumentales se difundan y sean conocidas, comprendidas y compartidas. Aquí es donde la labor de los medios de comunicación es relevante, ya que tienen el poder de seleccionar qué actores visibilizar y, por tanto, las ideas que estos transmiten y las coaliciones que se forman en torno a ellas.

Un enfoque de coaliciones discursivas es de particular interés en un contexto marcado por la creciente polarización social y política (Miller, 2023). Desde esta perspectiva es posible ver, por un lado, qué actores están alimentando qué líneas argumentales y, con ello, contribuyendo a polarizar un debate; y, por otro, permite ver qué actores, pese a encontrarse en posiciones opuestas en un debate polarizado, pueden llegar a compartir ideas en torno a un tema en concreto. Que en un debate social se formen coaliciones discursivas en función de determinadas ideas no quiere decir que los actores que defienden esas ideas estén coordinados. Es decir, dos organizaciones, o dos personas, cuando dan su apoyo a un asunto y la prensa lo visibiliza, se alinean formando una coalición que piensa de la misma manera, pero no por ello han de estar vinculadas, ni coordinadas, ni alineadas en otros asuntos. De este modo, pensar en coaliciones discursivas nos permite comprender qué cúmulo de actores se alinean cuando un tema emerge en el debate público sin que necesariamente esos actores tengan contacto.

Este capítulo toma este enfoque de coaliciones discursivas para comparar tres casos de estudio de debates en la prensa española sobre las tres grandes industrias basadas en animales: la de la alimentación, la de la experimentación y la del entretenimiento. Esta comparativa de tres casos de análisis de coaliciones discursivas toma como elemento central de discusión la siguiente cuestión: ¿cómo se marca la agenda mediática? El examen de los elementos más prominentes de los tres casos de análisis permitirá responder a esta pregunta desde un enfoque alineado con los estudios críticos sobre animales y medios de comunicación (Almiron, Cole y Freeman, 2016). Los tres casos escogidos, presentados a continuación, son idóneos para una reflexión de estas características porque una gran variedad de actores se pronunció sobre ellos y sus argumentos fueron recogidos por la prensa española.

## **TRES CASOS QUE ACTIVARON EL DEBATE SOBRE EL USO DE ANIMALES**

En los años 20 del siglo XXI, la evidencia científica y social que apoya un trato ético hacia los animales no humanos no para de crecer y es, cada vez, más abrumadora. La ciencia es clara sobre la necesidad medioambiental de dejar de explotar animales para alimentación (Kozicka et al., 2023). Cada vez hay más voces que reclaman una experimentación científica que no emplee modelos animales, debido a su crueldad, falta de eficiencia y problemas en la extrapolación a modelos humanos (Herrmann y Kimberley, 2019). En España, el 80% de la población opina que tiene sentido atribuir dignidad a los animales no humanos; el uso de animales que mayor rechazo causa es el del entretenimiento (Fundación BBVA, 2022). En general, esta creciente sensibilidad hacia el sufrimiento animal responde al requerimiento que la filosofía moral demanda de dar un trato ético a los animales no humanos (Gruen, 2011). Aunque queda mucho por avanzar, asistimos a debates sociales que toman

en consideración estas cuestiones. Comúnmente, los medios de comunicación han presentado contradicciones éticas al representar los asuntos relacionados con el trato hacia los animales no humanos (ver, por ejemplo: Adams, 2016; Fernández, Moreno y Suárez-Domínguez, 2022; Moreno y Almiron, 2021). Además, los grupos de interés de las industrias basadas en animales han reaccionado ante la creciente compasión que despierta en la sociedad construyendo discursos para tratar de justificar la explotación (Almiron, Fernández y Rodrigo-Alsina, 2024; Aranceta-Reboredo y Almiron, 2024; Moreno y Almiron, 2024). Este capítulo contribuye a cubrir la laguna de conocimiento que existe en la combinación de estos dos ámbitos: el de los medios de comunicación y el de la construcción de discursos en la sociedad en relación con la explotación animal.

Para estudiar esta génesis de los discursos en un debate social en la prensa es de utilidad tomar casos de amplia repercusión que hayan tenido visibilidad mediática. Al abordar estos casos, podemos comprobar qué actores han iniciado la discusión, qué actores han aportado qué narrativas, con qué otros se han alineado estos actores y qué líneas argumentales han recibido más apoyos. Los tres casos seleccionados que han tenido repercusión mediática entre 2021 y 2023 en España son: para el caso de la industria alimentaria, el debate sobre las macrogranjas; para el caso de la experimentación con animales, la polémica surgida en torno al laboratorio Vivotecnia y, para el caso del entretenimiento con animales, la discusión previa a la aprobación de la Ley de Bienestar Animal. La tabla 1 sintetiza los elementos principales del estudio de cada caso.

El primer caso estudiado, el caso sobre la industria alimentaria, surgió en julio de 2021, cuando el Ministerio de Consumo, liderado por Alberto Garzón (Unidas Podemos), lanzó una campaña de concienciación sobre el elevado consumo de carne en España. Como parte de esta campaña, el ministro concedió una entrevista al periódico británico *The Guardian* en diciembre de ese año (Jones, 2021). En ella, Garzón alertó sobre los impactos ambientales y sanitarios de las macrogranjas, factorías de explotación animal intensiva para alimentación que concentran miles de animales hacinados. Esta entrevista causó un gran revuelo entre diversos actores políticos, sociales y económicos en España, generando tanto apoyos a su iniciativa como demandas de dimisión por parte de algunos sectores.

El debate suscitado a raíz de la campaña del Ministerio de Consumo fue recogido ampliamente por la prensa española. Del análisis de 270 textos de prensa entre diciembre de 2021 y abril de 2022 surgen 140 actores que se posicionaron sobre el problema de las macrogranjas en España. Los actores más prominentes en el debate recogido por la prensa fueron partidos políticos (Unidas Podemos, PP y PSOE) y los argumentos más empleados giraron en torno a la defensa de la industria, el cuestionamiento general de las macrogranjas, o el reproche de las afirmaciones del

ministro. Un estudio anterior sobre el impacto mediático de este caso, centrado más en los contenidos y no tanto en los actores, mostraba que la discusión suscitada por los medios en este asunto era superficial (Ruiz Andana y Pérez Curiel, 2024). En concreto, “los medios de comunicación prefirieron, en líneas generales, quedarse en la superficie y centrarse única y exclusivamente en el conflicto político derivado del mismo” (Ruiz Andana y Pérez Curiel, 2024, 1220). Es decir, este caso supuso una oportunidad perdida para la prensa española en cuanto a la contextualización y profundización en el problema de la agricultura animal, sus implicaciones morales y sus impactos ambientales y sanitarios.

**Tabla 1. Datos principales de los tres casos estudiados**

<b>Caso de estudio</b>	Alimentación: Macrogranjas	Experimentación: Vivotecnia	Entretenimiento: Ley de Bienestar Animal
<b>Periodo analizado</b>	12/2021 – 04/2022	04/2021 – 11/2022	10/2021 – 03/2023
<b>Textos estudiados</b>	270	84	214
<b>Actores identificados</b>	140	49	109
<b>Actores que predominan</b>	Partidos políticos	Administración y ONGs	Partidos políticos
<b>Argumento que predomina</b>	Defensa de la industria	Incumplimiento de normativas	Animales para caza en la ley
<b>Resultado político</b>	Debate social sobre la agricultura animal intensiva, sin medidas políticas	Debate social sobre experimentación y suspensión de actividad del laboratorio	Debate social sobre entretenimiento y aprobación de la ley con enmiendas

El segundo de los casos abordados en este capítulo trata sobre la polémica suscitada a raíz del escándalo del laboratorio Vivotecnia en Madrid. El día 8 de abril de 2021 la ONG Cruelty Free International (CFI) lanzó una campaña de concienciación contra la experimentación con animales basada en la exposición de un caso de abuso en el laboratorio Vivotecnia. En concreto, la organización publicó una serie de vídeos que habían sido obtenidos de forma encubierta por una persona trabajadora del centro, Carlota Saorsa, donde se mostraban abusos sistemáticos a los animales allí explotados. Estos incluían actos de crueldad como bofetadas, burlas, golpes y otros maltratos hacia los animales allí confinados, estresados y moribundos.

Las malas prácticas denunciadas en Vivotecnia, al margen de su cuestionamiento ético, incumplían las normativas básicas sobre experimentación con animales en España y la Unión Europea. Las imágenes, por su virulencia e implicaciones éticas, suscitaron un debate que la prensa recogió. El primer medio en dar a conocer el caso fue *The Guardian*, en el Reino Unido, seguido por *elDiario.es*, en España. El estudio de este caso en la prensa aquí realizado abarca desde el 1 de abril de 2021 hasta el 31 de noviembre de 2022, ya que tuvo un recorrido largo. Del análisis de 84 textos de prensa obtenemos que los actores predominantes son institucionales, como la Comunidad de Madrid, y activistas, como la ONG Cruelty Free y diversos colectivos animalistas, entre los que destaca el partido animalista PACMA. En este caso, las ideas predominantes en el debate giraron en torno al incumplimiento de las normativas sobre experimentación con animales, sobre el rescate de los animales que se encontraban en el laboratorio y sobre los estándares de esta industria. Los argumentos sobre los estándares de bienestar animal encontrados, emitidos principalmente por actores relacionados con la industria o la investigación con modelos animales, se alinean con lo expuesto por Almiron, Fernández y Rodrigo-Alsina (2024): la industria trata de crear una imagen de protección de los animales o de cumplimiento con regulaciones estrictas, pero que deja al margen las consideraciones morales del propio uso de animales para fines de experimentación.

El tercer caso estudiado aquí, conocido como la Ley de Bienestar Animal, abarca el debate periodístico en torno a dos propuestas legislativas simultáneas: la Ley de Protección de los Derechos y el Bienestar de los Animales (Ley 7/2023) y la reforma del Código Penal en materia de abandono y maltrato animal. En todo su recorrido legislativo, estas medidas han recibido amplia cobertura mediática y suscitado debate en la prensa. Diversos actores se posicionaron sobre la ley, expresando su apoyo a una ley más o menos estricta. Aunque la ley abarcaba diversos aspectos, el debate analizado aquí se centra en la regulación del entretenimiento con animales, es decir, en actividades como espectáculos, caza, festejos y deportes.

El análisis de redes discursivas en 214 textos de prensa entre el 1 de octubre de 2021 y el 3 de marzo de 2023 para el caso de la Ley de Bienestar animal muestra que los principales actores mencionado en el debate son los partidos políticos, por encima de la industria del entretenimiento basado en animales y de los grupos animalistas. El argumento más discutido, con diferencia, es la inclusión de los animales utilizados para caza en la ley. Este asunto fue de vital relevancia en el debate puesto que un número relevante de actores se posicionaron en contra de las restricciones en el uso de animales empleados en el sector de la caza, y el PSOE terminó proponiendo una enmienda para recoger los intereses de esta industria. Otros argumentos comentados estaban relacionados con el uso de animales para entretenimiento, abarcando desde zoológicos y turismo hasta carreras y peleas, y su inclusión en la ley. También se discutió la viabilidad de la aprobación de la ley, debido a las dificultades políticas

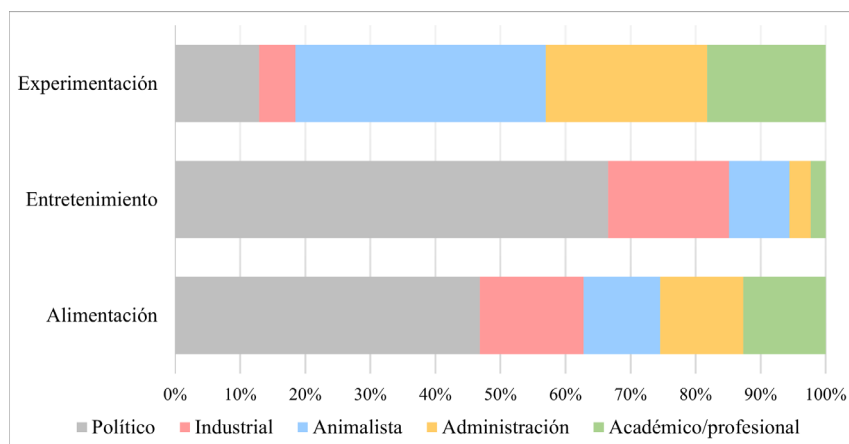
en su recorrido parlamentario. Estudios previos sobre la Ley de Bienestar Animal se han centrado en sus temáticas y en el uso de la imagen. Un ejemplo es el trabajo de Rivera-Martín (2023), que revela un escaso interés social por el tema y un marcado radicalismo en ciertos medios defensores de la caza, los cuales utilizaron imágenes potencialmente intimidatorias. Esta hostilidad hacia el gobierno se mantuvo a lo largo del debate.

## COMPARACIÓN ENTRE LOS TRES CASOS

En relación con el primer nivel de la agenda mediática, es decir, la introducción de un tema en el debate público, se observan tanto similitudes como diferencias entre los casos estudiados. En los debates sobre macrogranjas y sobre la Ley de Bienestar Animal, Unidas Podemos es quien introduce el tema en la agenda. Se diferencia el caso de Vivotecnia, donde la discusión sobre la experimentación con animales en la prensa la desata la ONG Cruelty Free International. Esta diferencia en quién inicia el debate periodístico llamando la atención de los medios marca de entrada la agenda porque influencia sobre quiénes participarán, haciendo un efecto llamada sobre la discusión. Esto explica que sean los partidos políticos quienes sean más citados y dirijan la discusión en las discusiones sobre macrogranjas y sobre la Ley de Bienestar Animal. Al introducir Unidas Podemos ambos debates en la agenda, tanto sus socios de Gobierno del PSOE como los partidos de la oposición se pronunciaron sobre el asunto en el espacio público. En cambio, en el caso de Vivotecnia, la discusión fue impulsada por ONG animalistas y actores de la administración, responsables de supervisar la regulación del laboratorio y aplicar posibles sanciones. En este contexto, aunque algunos partidos políticos también participaron, su presencia no alcanzó la misma relevancia ni generó el mismo impacto en el debate público.

Si se asocia a cada uno de los actores que participan en la discusión con un interés específico, la comparación entre los tres casos revela diferencias sustanciales (Figura 1). En el caso del debate sobre experimentación, los intereses animalistas, de la administración y académico/profesional están más presentes que en los debates sobre entretenimiento y sobre alimentación, dominados por los intereses de los partidos políticos. Esta distribución guarda relación con el tipo de actores que han marcado el primer nivel de la agenda, en cada caso. Es de interés señalar que, en los casos de la Ley de Bienestar Animal y de las macrogranjas, los intereses animalistas han aparecido menos en el debate que los intereses industriales. Solo en el caso de Vivotecnia los actores animalistas han aparecido ampliamente en el debate, muy por encima de los intereses de la industria de la experimentación.

**Figura 1. Distribución de menciones a actores en cada uno de los debates estudiados en función del tipo de interés que representan**



Si atendemos al segundo nivel de la agenda mediática, el de qué ideas sobre un tema se discuten una vez la discusión ya está en la agenda, existen paralelismos entre los casos de entretenimiento y alimentación, y el debate sobre experimentación vuelve a mostrar diferencias con estos. En los casos de la discusión sobre macrogranjas y sobre la Ley de Bienestar Animal tiene lugar una dinámica parecida: los grupos de interés de la industria se pronuncian e introducen sus líneas argumentales en el debate. En el caso de la Ley de Bienestar Animal esa introducción es más pronunciada, con cuestionamientos al proyecto legislativo por considerarse poco viable o confuso, y con una defensa amplia hacia la actividad de la caza —argumentalmente entremezclada con los intereses del “mundo rural” — que termina en la presentación de una enmienda alineada con esos intereses por parte del PSOE en un momento clave (las cercanas elecciones autonómicas). En el caso de las macrogranjas, aunque el PSOE tampoco apoya a sus socios de Gobierno, la defensa de este modelo de explotación intensivo no cuenta con una variabilidad argumental que los actores que lo apoyan hayan sido capaces de colocar en la agenda. Esto es, en el caso de la Ley de Bienestar Animal sí que hay una argumentación más diversa en contra del proyecto, contra los grupos animalistas y contra el Gobierno. En cambio, en el caso de las macrogranjas, el debate presenta más diversidad de argumentos críticos con estas, basados en motivos ambientales, sanitarios o animalistas, en el menor de los casos, y también apoyados ocasionalmente en voces profesionales y académicas.

Por su lado, el caso de Vivotecnia presenta un debate en el que los argumentos más contundentes en defensa de la experimentación tienen que ver con que existen unos férreos estándares de bienestar y con la necesidad de estas actividades. En cambio, la coalición crítica con la experimentación introdujo una mayor diversidad de

argumentos, relacionados con el incumplimiento de la norma, el rescate y sufrimiento de los animales del laboratorio, con la necesidad de aplicar normas más estrictas o con el rechazo integral a la experimentación con animales. Esto es, el debate que abre Vivotecnia se sitúa en un plano de la discusión sobre los derechos animales mucho más progresista que los que tienen lugar en relación con las macrogranjas y la Ley de Bienestar Animal. Para comprender esta situación, resulta relevante analizar en qué argumentos coinciden las coaliciones a favor y en contra de la ampliación de los derechos animales en cada uno de los casos.

En el debate en prensa sobre la Ley de Bienestar Animal, los argumentos son más bien polarizantes: se emplean para defender una ley más estricta o menos estricta. Esto lo realizan, principalmente, los actores que participan en la discusión, ya sea defendiendo la inclusión de más animales en la ley o abogando por mantener y añadir excepciones que permitan seguir utilizándolos, como en el caso de los espectáculos con cetáceos en cautividad. También sucede que, bajo el argumento de retroceso, hay quienes abogan por una ley más estricta y por ello se posicionan en contra de que se apruebe. En un momento inicial en el desarrollo de la ley, tanto sectores que defendían las actividades con animales en el mundo rural como los grupos animalistas coincidían en que el proyecto podría dar lugar a confusiones. En cualquier caso, el debate sobre los animales utilizados para entretenimiento ha mostrado, en general, una clara falta de entendimiento entre las coaliciones enfrentadas: unos defienden la inclusión de ciertos animales en la ley, mientras que otros abogan por su exclusión. En cambio, en los otros dos casos, sí existen argumentos que han dado pie a que actores contrarios coincidan.

En el debate sobre las macrogranjas, esta coincidencia sucede en argumentos como la defensa genérica de la industria y la mayor regulación de las macrogranjas. Aunque los empleen eminentemente actores críticos con la explotación animal intensiva o defensores de los derechos animales, también actores con intereses en la explotación animal extensiva, de sectores rurales o ecologistas, pueden llegar a coincidir en estos argumentos. Es decir, la vía de la regulación de las macrogranjas, en este caso, podría no levantar demasiadas reacciones en contra en la sociedad, puesto que incluye puntos en común que diversos actores a priori enfrentados comparten.

En el caso de Vivotecnia, los argumentos compartidos son más diversos puesto que el escándalo del laboratorio afectó a la imagen y credibilidad de la propia industria. Entonces, en ese debate, argumentos sobre el incumplimiento de normativas, el rescate de los animales, la suspensión de la actividad del laboratorio, la mayor regulación de la experimentación o el desarrollo de métodos alternativos tuvieron amplio respaldo entre quienes defienden o cuestionan la experimentación. Esto sucede porque, al margen del posicionamiento sobre la experimentación, los actores que aparecen en este debate están en contra de lo sucedido en Vivotecnia. Unido a la

incidencia en la agenda de los actores animalistas que aportaron evidencias sobre el sufrimiento y las malas prácticas en el laboratorio, el posicionamiento general contra lo documentado en Vivotecnia facilitó una discusión más centrada en la aplicación de cambios en esta industria.

En los tres casos estudiados hay líneas argumentales que compiten por aparecer en el debate y ser hegemónicas. Ninguna lo consigue del todo, en algunos casos predominan unas más que otras, pero coexisten. De este modo, se identifican dos líneas argumentales: una que promueve la compasión hacia los animales y otra que la minimiza para defender los intereses de la industria. En el caso de Vivotecnia, la línea argumental pro-compasión animal es más visible, ya que aparecen argumentos relacionados con el sufrimiento animal, con su rescate o con el endurecimiento de las normativas que rigen esta actividad. En el caso de la Ley de Bienestar Animal los argumentos relacionados con la compasión están menos presentes, visibilizada principalmente en las peticiones de inclusión de más animales en el proyecto legislativo. En cuanto al caso de las macrogranjas, la cuestión del sufrimiento y la necesaria compasión hacia los animales explotados aparece relegada en el debate, pero aun así está presente y es defendida por organizaciones animalistas.

Algunos actores han mantenido un comportamiento similar en los tres casos; un ejemplo de ello son los partidos políticos. Los partidos conservadores han tendido a promover discursos más alineados con la defensa de la industria, mientras que los partidos progresistas se han acercado a posiciones de mayor compasión hacia los animales. Aquí una excepción es el PSOE, cuya línea argumental ha ido dirigida a suavizar los argumentos que presentaba su socio de Gobierno Unidas Podemos y se ha visto afectada por intereses electorales regionales y por grupos de interés de las industrias de la agricultura animal y de la caza. Un caso destacable también es el de PACMA que, pese a no tener representación parlamentaria, ha aparecido en los tres casos e introducido en la agenda argumentos que han dirigido la conversación hacia el sufrimiento de los animales, en muchas ocasiones invisibilizado en estas discusiones. En cualquier caso, no es habitual que los mismos actores aparezcan en los tres casos. Incluso aquellas organizaciones que podrían tener interés en participar en los tres debates pueden no haberse pronunciado, no haber visto recogidas sus reivindicaciones en la prensa o haber actuado por otras vías.

## CONCLUSIONES

Este capítulo aporta dos reflexiones en torno a cómo se configura la agenda mediática, es decir, las prioridades temáticas que los medios de comunicación eligen para el debate público, en este caso, relacionadas con la explotación animal.

En primer lugar, situándonos en el primer nivel de la agenda mediática (qué temas tratan los medios), los casos estudiados revelan que la prensa tiende a visibilizar de forma destacada al actor que origina el hecho noticioso o que primero presenta el asunto ante los medios. Al centrarse en este actor y en el tema que plantea, la prensa introduce el asunto en su agenda, representando un debate al que progresivamente se suman más actores con sus respectivos puntos de vista. Esto se evidencia en las diferencias observadas entre el caso de Vivotecnia y los casos sobre las macrogranjas y la Ley de Bienestar Animal.

En el caso de Vivotecnia, la discusión reflejada por la prensa estuvo más centrada en los intereses animales, mientras que en los otros dos, este debate tuvo un tinte más político y de reproches entre partidos, con presencia de más grupos de interés de la industria. Que en el caso Vivotecnia fuera una ONG animalista quien presentó el hecho noticioso (la difusión de las imágenes del trato a los animales en el laboratorio) hizo que fuera integrada en la agenda mediática por los periódicos estudiados y que recibiera atención constante durante el transcurso de la discusión en el periodo analizado. Esta primera aparición y este impacto en la agenda mediática marcó el transcurso del debate representado por los periódicos: atrajo a más organizaciones animalistas y otros actores de distinto tipo, que ofrecieron sus puntos de vista, organizaron acciones de protesta y buscaron la atención mediática.

Las organizaciones representadas en la cobertura del caso Vivotecnia estaban ubicadas en un plano más cercano a los intereses animales que en los casos de la representación periodística de las discusiones sobre macrogranjas y sobre uso de animales para entretenimiento en la Ley de Bienestar Animal. Los casos sobre macrogranjas y la Ley de Bienestar animal estuvieron más politizados y giraron más en torno a los intereses de la industria que se pretendía regular que sobre los intereses de los propios animales. A pesar de que Unidas Podemos lideró la labor de visibilización de las problemáticas relacionadas con el uso de animales en macrogranjas y en actividades como la caza, la discusión reflejó más implicación de los grupos de interés de la industria que de aquellos dedicados a la defensa de los derechos animales.

La segunda reflexión está unida al segundo nivel de análisis de la agenda mediática (cómo tratan los medios un tema que ya está en la agenda). En este plano, una vez introducido en la agenda el asunto objeto de discusión, los actores con interés por el tema promueven sus argumentos en el debate para que estos logren visibilidad. En este caso, es posible distinguir una mayor diversidad de ideas y una argumentación más rica en las coaliciones discursivas pro-compasión animal que en las coaliciones en defensa de la industria. Las coaliciones que defienden los derechos de los animales producen diversas ideas relacionadas con los impactos ambientales, sanitarios y sobre el sufrimiento de los animales explotados por la industria. En

cambio, las coaliciones que defienden la actividad industrial basada en animales aportan argumentos de tipo económico, de tradición, de defensa de la industria o de ataque al adversario político. Estos argumentos tienen un cariz conservador y obstruccionista que busca apoyar la explotación animal que se ha venido ejerciendo hasta ahora, sin plantear las problemáticas que emanan de esa explotación. En este sentido, en el segundo nivel de la agenda mediática, lo que encontramos en los tres casos analizados es una propuesta de discusión por el avance en los derechos animales seguida de una reacción. Esta reacción es más fuerte en los casos sobre macrogranjas y sobre la Ley de Bienestar Animal que en el caso Vivotecnia.

En relación con lo anterior, es pertinente destacar que, en los tres casos, hay argumentos que pueden llegar a ser compartidos tanto por actores que promueven la compasión animal como por actores que defienden las industrias basadas en su explotación. En cierto punto, actores pro-compasión animal pueden estar de acuerdo con al menos una mayor regulación de la explotación de animales que, como mínimo, mejore la situación de estos. A su vez, los actores interesados en su explotación también pueden llegar a estar de acuerdo con estas regulaciones, ya que les permitirán seguir explotando animales y les aportarán una imagen de promoción del bienestar animal que servirá para justificar su actividad económica. Esta presentación de mejoras poco significativas en las condiciones de explotación de los animales pero que no cuestiona la explotación en sí misma constituye lo que se conoce como *humane-washing* (Stucki, 2017).

El *humane-washing* designa el lavado de imagen de compañías que se dedican a la explotación animal en base a criterios de cuidado o interés por el bienestar de los animales, pero que enmascara el sufrimiento y la aniquilación detrás de las prácticas de explotación (Stucki, 2017). Esta dinámica sucede también en otros ámbitos, como el medioambiental, en lo que se conoce como *greenwashing*, una estrategia que empresas contaminantes emplean y que se basa en la comunicación de mejoras cosméticas para tratar de legitimar sus actividades (Moreno y Ruiz-Alba, 2021). Retomando el estudio comparativo de este capítulo es, de nuevo, en el caso sobre Vivotecnia donde hay una mayor aceptación de argumentos reformistas por parte de las coaliciones crítica y no crítica con la experimentación pues, para ambas, que se avance en las restricciones o regulación de la industria sería un paso positivo. En cambio, en el caso sobre las macrogranjas o sobre la Ley de Bienestar Animal, estas medidas reformistas o de bienestar animal ni siquiera consiguen amplios consensos, pues son vistas como ataques a la industria, a la España rural y, además, para los actores pro-compasión animal, son claramente insuficientes.

Las conclusiones aquí expuestas guardan relación con investigaciones anteriores sobre debates y coaliciones discursivas en la prensa. En concreto, la tesis de que quien genera el acontecimiento noticioso y marca el primer nivel de la agenda mediática

lidera la discusión representada por la prensa ha sucedido también en el caso del debate periodístico del impuesto a la carne en la prensa del Reino Unido (Almiron y Moreno, 2021). Dado que, en cualquier discusión, siempre habrá coaliciones discursivas que apoyen la medida discutida y coaliciones discursivas que reaccionen frente a dicha medida, la acción de impulsar un tema y fijar, al menos, el marco del debate en la prensa, ya muestra un liderazgo discursivo y sitúa la agenda en un punto concreto. En un panorama mediático marcado por la abundancia informativa y la diversidad de problemáticas sociales que discutir, marcar el primer nivel de la agenda y conseguir que la prensa visibilice un determinado debate ya es todo un hito.

Asimismo, este análisis comparativo de tres casos de discusión en prensa sobre industrias basadas en animales nos arroja ideas en torno a las campañas activistas y su efectividad. Que para el caso de Vivotecnia la discusión estuviera más centrada en la compasión animal que en los casos de macrogranjas y la Ley de Bienestar Animal puede estar relacionado con la potencia del uso de imágenes en la comunicación activista. Como sostiene Fernández (2021), las imágenes sobre opresión animal pueden despertar compasión a través de un *shock* moral. Esto sucedió en el caso de Vivotecnia, y esto lo diferencia de los otros dos casos estudiados. Probablemente la dureza de estas imágenes hizo que los grupos de interés animalistas participaran en el debate con más vigor que en discusiones de tipo político como las de las macrogranjas o la Ley de Bienestar Animal. De hecho, la dureza y evidente ruptura de las normas sobre experimentación con animales de las imágenes pudo favorecer también una representación de actores pro-compasión animal de una forma no estereotipada ni sesgada, como sí ha ocurrido en otros casos de protesta contra la explotación animal en la prensa (por ejemplo, Williams, Archer, y O'Mahony, 2022). En los otros dos casos estudiados, aunque hay cierta participación de actores activistas por los animales, la discusión fue más política y centrada en los partidos. No hubo grandes manifestaciones ni acciones de comunicación por parte de actores activistas como en el caso Vivotecnia que resituaran la discusión fuera del marco de los partidos políticos.

Por último, es de interés retomar la importancia del sustrato cultural a la hora de plantear asuntos de debate relacionados con el uso de animales. En el caso de Vivotecnia es palpable que la población puede llegar a empatizar al observar imágenes de sufrimiento como las difundidas. Pero, al mismo tiempo, existe una barrera cognitiva que impide la generación de empatía hacia los animales empleados en experimentación porque esta actividad se vincula a la salud humana. También los ámbitos del entretenimiento y de la alimentación basada en animales presentan barreras cognitivas que dificultan la compasión. Estas barreras, por lo general, se basan en una concepción de la explotación animal como una actividad normal, natural y necesaria, sesgos que se nutren de sustratos psicológicos y culturales en la sociedad (Joy, 2013). Este fenómeno sucede también en otros ámbitos como puede

ser el del cambio climático, donde ideologías sustentadas en el antropocentrismo, el androcentrismo y la noción de progreso basada en el crecimiento económico dificultan la adopción de cambios en la sociedad (Almiron y Moreno, 2022). Además, en un contexto político polarizado (Miller, 2023), los debates politizados sobre las macrogranjas y la Ley de Bienestar Animal despertaron recelos ideológicos entre bandos enfrentados. Esta polarización no ha sido hasta ahora tan fuerte en los debates sobre experimentación con animales o, al menos, no lo ha sido en el caso sobre Vivotecnia estudiado. Lo cual puede deberse, en parte, a que la discusión sobre experimentación animal no ha tenido tanto recorrido político como los asuntos de explotación animal en los ámbitos de la alimentación y el entretenimiento en España. Pese a la posibilidad de entendimiento en ciertas cuestiones o en posibles medidas reformistas, los discursos de los partidos han tendido más bien a promocionar la polarización en lugar de buscar terrenos comunes desde los que buscar avances.

En este punto es de interés acudir al clásico debate entre idealismo y pragmatismo, para valorar hasta qué grado es eficaz y beneficia a los animales explotados un discurso dirigido a su liberación total o un discurso enfocado a conseguir pequeñas metas que tengan mayor consenso a corto plazo. En cualquiera de los casos, es un imperativo ético para quienes se dedican a la comunicación la promoción de un trato ético hacia los animales explotados y la búsqueda de la mejora de sus condiciones de vida (Freeman, 2016). Cada debate tiene sus particularidades y, posiblemente, no exista una estrategia idónea para la promoción de esos valores de compasión en la sociedad. Siendo esto así, los actores que buscan promover la compasión animal deberían tener siempre en cuenta ese horizonte ético y esforzarse en situar los intereses de los propios animales explotados en el debate, muchas veces un elemento clave, pero olvidado en el transcurso de la discusión.

## REFERENCIAS

- Adams, Carol. 2016. "Consumer Vision. Speciesism, Misogyny, and Media". En *Critical Animal and Media Studies. Communication for Nonhuman Animal Advocacy*, editado por Núria Almiron, Matthew Cole, y Carrie P. Freeman, 56-73. Nueva York: Routledge.
- Almiron, Núria, Matthew Cole y Carrie P. Freeman, eds. 2016. *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. Nueva York: Routledge.
- Almiron, Núria, Laura Fernández y Miquel Rodrigo-Alsina. 2024. "Illusory Authenticity: Negotiating Compassion in Animal Experimentation

- Discourse”. *Discourse Studies* 26, no. 2: 153–172. <https://doi.org/10.1177/14614456231219633>
- Almiron, Núria y Jose A. Moreno. 2021. “Think tanks neoliberales y falsos debates: la propuesta del impuesto a la carne para combatir la crisis climática”. En *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío*, editado por Daniel Rodrigo-Cano, Rosalba Mancinas-Chávez, y Rogelio Fernández-Reyes, 222–48. Madrid, España: Dykinson.
- Almiron, Núria y Jose A. Moreno. 2022. “Más allá del negacionismo del cambio climático. Retos conceptuales al comunicar la obstrucción de la acción climática.” *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, no. 55: 9–23. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.01>
- Aranceta-Reboredo, Olatz y Núria Almiron. 2024. “Commodifying compassion: a critical discourse analysis of Spanish zoo, aquarium and animal theme parks’ lobbies”. *Frontiers in Communication* 9:1464190. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1464190>
- Fernández, Laura. 2021. “Images That Liberate: Moral Shock and Strategic Visual Communication in Animal Liberation Activism”. *Journal of Communication Inquiry* 45, no. 2: 138–58. <https://doi.org/10.1177/0196859920932881>
- Fernández, Laura, Jose A. Moreno y Alejandro Suárez-Domínguez. 2022. “‘The Unbearable Green Demon’: A Critical Analysis of Press Representation around the Extermination of Monk Parakeets in Madrid”. *Journalism and Media* 3, no. 3: 382–404. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3030027>
- Freeman, Carrie P. 2016. “The Role of Activist & Media Communication in Helping Humanity Establish its Responsibility Toward Fellow Animals”. En *Intervention or Protest: Acting for Nonhuman Animals*, editado por Andrew Woodhall y Gabriel Garmendia da Trindade, 131–58. Malaga, Spain: Vernon Press.
- Fundación BBVA. 2022. “Estudio Fundación BBVA Visión y Actitudes hacia los Animales en la Sociedad Española”. Fundación BBVA. <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2022/01/Presentacion-Estudio-de-Animales.pdf>
- Gruen, Lori. 2011. *Ethics and animals: An introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Habermas, Jürgen y James Gordon Finlayson. 2005. *Habermas: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Hajer, Maarten A. 1993. “Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain”. En *The Argumentative*

- Turn in Policy Analysis and Planning*, editado por Frank Fischer y John Forester, 43–76. Durham, UK: Duke University Press.
- Herrmann, Kathrin y Jayne Kimberley. 2019. *Animal Experimentation: Working Towards a Paradigm Change*. Brill.
- Jones, Sam. 2021. “Spanish should eat less meat to limit climate crisis, says minister”. *The Guardian*, 26 de diciembre de 2021. <https://www.theguardian.com/world/2021/dec/26/spanish-should-eat-less-meat-to-limit-climate-crisis-says-minister>
- Joy, Melanie. 2013. *Por qué amamos a los perros, nos comemos a los cerdos y nos vestimos con las vacas. Una introducción al carnismo*. Pozuelo de Alarcón: Plaza y Valdés.
- Kozicka, Marta, Petr Havlík, Hugo Valin, Eva Wollenberg, Andre Deppermann, David Leclère, Pekka Lauri, et al. 2023. “Feeding Climate and Biodiversity Goals with Novel Plant-Based Meat and Milk Alternatives”. *Nature Communications* 14, no. 1: 5316. <https://doi.org/10.1038/s41467-023-40899-2>
- Leenaert, Tobias. 2018. *Hacia un futuro vegano. Un enfoque pragmático*. Pozuelo de Alarcón: Plaza y Valdés.
- McCombs, Maxwell E. 2014. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. 2.ª ed. Cambridge, UK: Polity Press.
- Miller, Luis. 2023. *Polarizados. La política que nos divide*. Barcelona: Deusto.
- Moreno, Jose A. y Noelia Ruiz-Alba. 2021. “¿Periodismo o greenwashing? Patrocinadores de la COP25 Chile-Madrid en la prensa española”. *Revista Mediterránea de Comunicación* 12, no. 2: 285–300. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.19089>
- Moreno, Jose A. y Núria Almiron. 2021. “Representación en la prensa española del papel de la agricultura animal en la crisis climática”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27, no. 1: 349–64. <https://doi.org/10.5209/esmp.73745>
- Moreno, Jose A. y Núria Almiron. 2024. “Climate Obstruction in Spain. From Boycotting the Expansion of Renewable Energy to Blocking Compassion Toward Animals”. En *Climate Obstruction across Europe*, editado por Robert J. Brulle, J. Timmons Roberts, y Miranda Spencer, 294–319. Nueva York: Oxford University Press.
- Noelle-Neumann, Elizabeth. 2003. *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*. 2.ª ed. Barcelona: Paidós.

- Rivera-Martín, Beatriz. 2023. “Imagen y discurso mediático sobre los derechos de los animales en España: La Ley de Protección, Derechos y Bienestar de los animales en la prensa generalista y especializada”. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual* 13, no. 2: 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4566>
- Rogers, Everett M. y James W. Dearing. 1988. “Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?” En *Communication Yearbook 11*, editado por J. A. Anderson, 555–94. Newbury Park, California: SAGE.
- Ruiz Andana, Francisco Javier y Concha Pérez Curiel. 2024. “El tratamiento informativo en torno al debate de las macrogranjas en la prensa digital española: análisis mediático de ABC, El Mundo, El País y La Vanguardia”. En *Exigencias de gobernabilidad, sostenibilidad y perspectiva de género en la atención al mundo rural*, editado por Miguel Ángel Martín López y Adriana Fillol Lazo, 1200–1222. Madrid: Dykinson.
- Stucki, Saskia. 2017. “(Certified) Humane Violence? Animal Welfare Labels, the Ambivalence of Humanizing the Inhumane, and What International Humanitarian Law Has to Do with It”. *AJIL Unbound* 111:277-81. <https://doi.org/10.1017/aju.2017.65>
- Williams, Deborah K, Catherine J Archer y Lauren O’Mahony. 2022. “Calm the Farm or Incite a Riot? Animal Activists and the News Media: A Public Relations Case Study in Agenda-Setting and Framing”. *Public Relations Inquiry* 11, no. 3: 403–25. <https://doi.org/10.1177/2046147X211055192>



## CAPÍTULO 9

### Antianimalismo: un estudio exploratorio de lobbies y discursos reaccionarios en el contexto español

Olatz Aranceta-Reboredo

**Resumen:** Desde hace unas décadas, asistimos a una creciente preocupación por los derechos, el bienestar y la consideración moral de los animales no humanos. Aunque la oposición a estos avances no es un fenómeno nuevo, la consolidación de una identidad “antivegana”, el uso de estrategias populistas para desacreditar las medidas de reducción del consumo de productos de origen animal y su alineación con los movimientos de nuevas derechas constituyen desarrollos recientes que merecen una atención particular en el análisis contemporáneo. El objetivo de este capítulo es identificar y analizar tanto las estrategias como los argumentos del discurso antianimalista en España. Con este fin, se realiza un análisis de carácter exploratorio del contenido de la Fundación Toro de Lidia, la Federación FAUNA, Loro Parque y Loro Parque Fundación, y *La declaración de Santander contra el animalismo*. Los resultados revelan un discurso de carácter persuasivo caracterizado por elementos del ideario reaccionario y el uso de herramientas populistas. La estrategia argumentativa se articula en dos dimensiones: una confrontativa y otra victimista. Asimismo, se evidencia una marcada apelación identitaria y emocional, que presenta al animalismo como (1) una industria manipuladora y organizada y (2) una amenaza política e ideológica. La apelación a la unidad dentro del discurso antianimalista, así como a la conspiración, marcan una diferencia clave con la oposición tradicional al activismo en defensa de los animales.

### INTRODUCCIÓN

*“El animalismo es un ataque directo y frontal a la España rural. Cada propuesta animalista, cada guiño en campaña al animalismo es una bala al corazón de la España vaciada”*

- Victorino Martín, presidente de la Fundación Toro de Lidia

De acuerdo con un estudio de la Fundación BBVA (2022) sobre la percepción y las actitudes hacia los animales en la sociedad, la mayoría de la población española considera que los seres humanos tenemos una obligación moral de velar por el bienestar

de los demás animales. En la misma línea, los últimos datos disponibles sobre la opinión pública respecto al uso de animales revelan percepciones diversas: mientras que existe una mayor aceptación en contextos como la investigación veterinaria y médica, así como en la alimentación, también se observa un creciente rechazo hacia su utilización en espectáculos (Díaz, 2019; Fundación BBVA, 2022). Este rechazo resulta especialmente significativo en prácticas como las corridas de toros, el circo o el entretenimiento en fiestas locales (Fundación BBVA, 2025). A nivel general, los debates mediáticos sobre escándalos de bienestar animal y cuestiones éticas se han convertido en mayoritarios (véase los casos de Vivotecnia, las macrogranjas y la ley de bienestar animal del capítulo 8). Frente a cierto progreso a favor de los animales también destaca una resistencia u oposición al cambio. Determinados sectores de la población articulan su resistencia al cambio en torno a la defensa de tradiciones, intereses económicos y la idea de un orden inalterable. De este modo, defienden un *statu quo* que les beneficia.

En este contexto, resulta fundamental examinar cómo se configuran las estrategias discursivas que el complejo industrial animal ha desarrollado como respuesta a los discursos activistas. La literatura ha abordado este discurso en distintos contextos. Por un lado, el discurso de este complejo ha sido estudiado a través de los mensajes en espectáculos (Scollen y Mason, 2020), la cobertura mediática (Almiron y Khazaal, 2016), las declaraciones de la industria (Twine, 2024) y el análisis del contenido de las páginas web de sus lobbies (Aranceta-Reboredo y Almiron, 2024; Fernández et al., 2025). Estas investigaciones han identificado cambios en las estrategias de legitimación de prácticas especistas, pero no han vinculado a la industria con retóricas explícitamente antianimalistas.

Por otro lado, la investigación sobre la estereotipación y retórica antivegana conocida como vegafobia (Cole, 2015) se ha centrado principalmente en dos aspectos: la representación simplificada y negativa en medios de comunicación (Cole y Morgan, 2011), y su relación tanto con la masculinidad hegemónica como con el escepticismo climático (Kunnas, 2023). De forma general, el rechazo al activismo en defensa de los animales proviene tanto de la derecha como de la izquierda política (Sorenson, 2011). Asimismo, la criminalización y la asociación del movimiento antiespecista con acciones, discursos y emociones percibidas como una amenaza no son fenómenos nuevos. No obstante, en los últimos años han despertado interés las conexiones discursivas y retóricas entre el antianimalismo y las nuevas derechas ultras o radicales (Bridenbaker, 2021; Muller, Rooney y Cerja, 2024). En este sentido, se ha documentado recientemente la creación de una identidad “antivegana” (Gregson, Piazza y Shaw, 2024), que se articula en paralelo al uso del populismo<sup>1</sup> como estrategia de reacción

---

<sup>1</sup> Este capítulo entiende el populismo como ciertas ideas y estrategias en relación a la política, no definidas, que consideran (y apelan a) la sociedad dividida en dos grupos homogéneos y antagonicos: el pueblo que se enfrenta a la élite corrupta (Mudde, 2004).

por parte de las derechas políticas ante medidas orientadas a reducir el consumo de carne (Michielsen y van der Horst, 2022). Figuras como el *troll* antivégano ilustran esta identidad reactiva ante el avance de la preocupación social por los animales. Este tipo de figura utiliza las redes sociales para violentar y ofender a quienes defienden posturas antiespecistas, enmarcándose dentro de las llamadas “guerras culturales” y conectándose con ideologías reaccionarias (Hannan, 2024).

Este capítulo explora cómo la tendencia reaccionaria, apoyada en estrategias populistas, se configura como una herramienta fundamental del antianimalismo en España. Aquí se consideran como antianimalistas —o promotores de discursos alineados con estas posturas— aquellos discursos que indican estar en contra del “animalismo”, “antiespecismo”, “veganismo” o la “ideología animalista”, ya sea a nivel identitario o argumentativo.<sup>2</sup> Pero, ¿a qué nos referimos con “tendencia reaccionaria”? Si bien el estudio de discursos reaccionarios globales y contemporáneos identifica propuestas como el lenguaje inclusivo, la “ideología de género” o el animalismo como claves en su argumentario de “amenazas al orden tradicional” (Stefanoni, 2023, 69–70), es necesario ofrecer una contextualización de esta tendencia en el Estado español por las especificidades culturales que presenta.

De acuerdo con la exhaustiva documentación histórica del pensamiento reaccionario español realizada por Herrero (2020), los representantes de esta corriente son aquellos que, ante iniciativas progresistas que implican un cambio social, actúan con el objetivo de frenarlas. El pensamiento reaccionario trasciende ideologías; a diferencia de los conservadores, caracterizados por aferrarse al pasado y oponerse a las transformaciones, el pensamiento reaccionario se define por el uso de ciertas estrategias cuando la tradición y el principio de autoridad se ven amenazados. Algunas de estas estrategias son el recurso a lo que se ha venido en llamar conspiración, la promoción de una visión dualista entre el bien y el mal (donde el bien estaría del lado del *statu quo* y el mal representaría a quienes buscan subvertirlo), y el uso de emociones —especialmente el miedo— para influir en la respuesta de los individuos ante el cambio (XXXII–XXXIII). La “racionalidad específica” reaccionaria se articula, a su vez, en el intento de “condenar y deslegitimar la modernidad”, así como en frenar las revoluciones sociales y políticas (XLI).

---

<sup>2</sup> A partir de este punto, emplearé el término “animalismo” de manera general para incluir también el antiespecismo y el veganismo. Esta decisión responde no solo a la necesidad de simplificar la lectura y ajustarme al límite de extensión, sino también a la forma en que el discurso analizado en este capítulo emplea estos términos de manera intercambiable (en algunos casos, incluso, se mezcla con el concepto de “ecologismo”). Sin embargo, cuando sea necesario, haré distinciones entre esos tres conceptos: el antiespecismo como ideología política, el veganismo como práctica y el animalismo como una sensibilidad no vinculada a prácticas.

Para contextualizar el discurso antianimalista en el marco del pensamiento reaccionario español, es fundamental señalar que este, desde sus orígenes, se ha posicionado en contra de uno de los pilares esenciales de la Ilustración: “La liberación del *animal*” (Herrero 2020, 115). Un ejemplo de ello es el argumentario utilizado por el Padre Rodríguez —uno de los representantes del discurso reaccionario español— para oponerse a las subversiones propuestas por los pensadores de la Ilustración, a las que calificaba de “maldad” e “hipocresía”: “¡Qué bestialidad igual y contradictoria: (...) igualar su mismo ser y el de todos los hombres con las bestias!” (Herrero 2020, 115). La defensa de una supuesta jerarquía natural de la especie humana por encima de los demás animales también aparece en otros textos que vinculan la amenaza a las tradiciones españolas con ideas percibidas como foráneas y critican las limitaciones a ciertas libertades, como la expresión cultural.

Este capítulo tiene como objetivo identificar y analizar los elementos que conforman el discurso antianimalista de carácter reaccionario en España. Para ello, este capítulo lleva a cabo un análisis exploratorio de dicho discurso, compuesto por un conjunto de estrategias y argumentos que se oponen tanto a la ampliación de derechos como a una mayor consideración moral hacia los animales no humanos. El estudio se centrará en tres organizaciones: la Fundación Toro de Lidia (constituida en 2015), la Federación de Asociaciones Unidas por la Naturaleza y los Animales (Federación FAUNA, activa desde 2021) y Loro Parque junto a Loro Parque Fundación (esta última fundada en 1994).<sup>3</sup> El corpus de estudio está compuesto por textos extraídos de las páginas web de estos lobbies, con un rango temporal que abarca desde 2005 hasta 2022 (Tabla 1).

El contenido diseminado por estos materiales contribuye a la construcción de una red discursiva de distintas maneras. La primera fundación de la lista, la Fundación Toro de Lidia, publica recursos en defensa de la tauromaquia y en oposición al movimiento animalista. Estos materiales, que forman parte del corpus estudiado, se presentan en diversos formatos, tales como el libro *La Tauromaquia frente a la censura* (2020), vídeos organizados en una lista bajo el título “animalismo” en YouTube,<sup>4</sup> y su participación en reportajes como *Wild Frank: Toros* (2018).<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Todos estos lobbies fueron identificados en el mapeo inicial del proyecto COMPASS, detallado en el capítulo 2. Tanto Loro Parque como Loro Parque Fundación figuran como lobbies registrados en el Registro de Transparencia de la Unión Europea.

<sup>4</sup> Fundación Toro de Lidia. “Animalismo: Explicación y consecuencias de los avances de la Industria Animalista”, YouTube [lista de reproducción], s.f. Esta lista de reproducción cuenta con 21 vídeos a día de 14 de febrero de 2025, de los que se han analizado cinco. Lista disponible en la siguiente dirección: <https://youtube.com/playlist?list=PLDwXb2Nn1kWKDwGhFtPOOG8N4c2WDDHSU&si=I2uVM9008CpAF0MM>

<sup>5</sup> Este vídeo cuenta con la participación y colaboración de varios miembros de la Fundación Toro de Lidia a lo largo de distintos capítulos del reportaje, incluido su presidente, Victorino Martínez.

**Tabla 1. Corpus de estudio**

	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Muestras analizadas</b>	<b>Fecha del contenido</b>
Fundación Toro de Lidia	Texto de página web	30	2015-2023
	Videos	10	2019-2023
	Libro	1	2020
Federación FAUNA	Texto de página web	30	s.f - 2022
Loro Parque Fundación	Videos	2	Abril, 2024
	Texto de página web	6	2018-2022
<i>La declaración de Santander contra el animalismo (2023)</i>	Texto de página web	1	12 de diciembre de 2023
	Videos	2	

De forma análoga, la Federación FAUNA actúa como fuente de información para organismos públicos. Esta federación aglutina diversas asociaciones y criadores de animales en España, incluyendo entidades dedicadas a la avicultura, la acuariofilia, la cetrería, entre otras.

Por último, se analiza el discurso de Loro Parque Fundación, vinculada al parque zoológico Loro Parque, fundado en Tenerife por Wolfgang Kiessling y su padre en 1972. Aunque Loro Parque Fundación lleva años respondiendo a denuncias de organizaciones animalistas, no adoptó una postura explícita contra el veganismo hasta abril de 2024, a través de su canal de YouTube, del cual se incluyen dos vídeos en el corpus.

Otro elemento del corpus que merece una introducción previa antes del análisis exhaustivo es la *Declaración de Santander contra el animalismo (2023)*. Más allá del posicionamiento explícito que sugiere su título, esta declaración proclama un “compromiso con nuestra cultura, tradición y medio ambiente”. Firmada el 23 de diciembre de 2023, cuenta con el respaldo de diversas asociaciones y grupos de interés vinculados a la industria cárnica, así como al ámbito cinegético y a otros deportes basados en el uso de animales.<sup>6</sup> De este evento se analizan la página web, el vídeo promocional y la grabación del acto de firma.

<sup>6</sup> Se considera la caza como deporte de acuerdo con los argumentos de Faria y Castellano (2024).

## EL DISCURSO ANTIANIMALISTA ESPAÑOL

El discurso antianimalista español se articula en dos dimensiones centrales que permiten comprender sus principales estrategias argumentativas: la confrontación y el victimismo. La primera se manifiesta mediante la deslegitimación activa del movimiento animalista, la ridiculización de sus propuestas y la representación del activismo como una amenaza social. La segunda dimensión, el victimismo, presenta a los defensores de las tradiciones especistas como víctimas de una supuesta imposición moral o cultural, apelando a emociones como la indignación y el sentimiento de pérdida.

La conspiración, entendida como la creencia en la existencia de planes ocultos orquestados por actores poderosos para perjudicar a un colectivo, es el eje principal que se articula en ambas dimensiones de manera transversal; no constituye su propio bloque, sino que se manifiesta a través de diversas amenazas: la amenaza política e ideológica, la amenaza económica y la amenaza cultural y social. La Tabla 2 resume las particularidades de este discurso que reclama la autoridad de los *lobbies*, desacredita al movimiento animalista e integra en la opinión pública la necesidad de conservar prácticas culturales basadas en la explotación animal. En conjunto, el análisis revela una función persuasiva orientada a reforzar el statu quo y resistir el avance de una mayor consideración moral hacia los animales no humanos.

**Tabla 2. Características del discurso antianimalista**

<b>Dimensión</b>	<b>Apelación estratégica</b>	<b>Recursos</b>	<b>Función discursiva</b>
Confrontativa	Identitaria	Uso de términos polarizantes y descalificativos. Construcción de un enemigo común mediante la diferenciación “nosotros” vs. “ellos”: Antielitismo igualado con antianimalismo. Amenazas a la identidad nacional/rural.	Deslegitimar activamente al movimiento animalista y presentarlo como una amenaza social.  Cohesionar y reforzar la identidad antianimalista a través de la delimitación de fronteras ideológicas.
	Emocional	Invocación de sentimientos como la indignación, la desconfianza y el miedo: Animalismo como industria oculta y manipuladora. Denuncias de infiltración en la esfera política y mediática.	Movilizar emociones que refuercen la oposición y el rechazo hacia el animalismo.
Victimista	Identitaria	Autodefinición como salvadores sacrificados. Llamada a la unión frente a la amenaza de la cultura y la libertad: Animalismo construido como antipluralista. Amenazas a la identidad nacional/rural.	Posicionar a los defensores de tradiciones especistas como víctimas, consolidando una identidad común.
	Emocional	Movilización basada en pasiones: <i>Storytelling</i> catastrofista. Construcción de una hegemonía que martiriza. Uso de hipérbolos para indicar realidades hipotéticas que si no son verdad lo serán.	Generar empatía y justificar la defensa del <i>statu quo</i> al apelar a la vulnerabilidad y el resentimiento.

## El discurso antianimalista de la confrontación

La conspiración, como parte de la estrategia agresiva, es clave en la construcción del animalismo como industria manipuladora en su dimensión confrontativa. Tal y como indica Herrero (2020), la conspiración es el “elemento axial del pensamiento reaccionario” (XXXII). Esta crea un enemigo común, representante de varias amenazas, frente al que sería necesario aliarse. Para el caso de nuestros tres lobbies, dicha conspiración se estructura, por un lado, en torno a la infiltración de agentes animalistas financiados desde fuera de España en las esferas públicas, mediáticas y sociales de España; por otro lado, alrededor del intento organizado de desmantelar la identidad, las tradiciones y la economía rural españolas mediante la promoción de una agenda animalista.

Estos ejes de la conspiración se articulan a través del nombramiento del animalismo y veganismo como “Industria Animalista” (Fundación Toro de Lidia, 2019) e “Industria Ecologista” (Loro Parque, 2024b). Se construye así una narrativa que diferencia entre el “nosotros” y el “ellos” y que asocia el animalismo a intenciones ocultas y transformaciones peligrosas para el orden social. Esto incluye declaraciones en las que se advierte sobre campañas activistas cuantiosamente financiadas, empresas de comida 100% vegetal y la inclusión de principios animalistas en programas electorales.

Por un lado, la Industria Ecologista se define en base a afirmaciones como: “Ha nacido una nueva industria: se llaman ecologistas”. Y también: “ha surgido una nueva industria que se enriquece atacando (...) mediante difamaciones, mentiras, escenarios inexistentes y daño a la reputación, dificultando la vida. Influencian nuestra vida según sus ideas. Quieren que todos vivamos como veganos”.<sup>7</sup> A través de la invocación de sentimientos de desconfianza y miedo, se moviliza la oposición en contra del animalismo.

Por otro lado, la Industria Animalista, según Fundación Toro de Lidia, es “una industria engrasada para terminar absolutamente con todo”, que favorece la inclusión de principios animalistas en programas electorales españoles “con consecuencias absolutamente mortales”, con “campañas hiperfinanciadas” con las que “van a ir a por todos”. Se trata de una industria que “lo que quiere es tener un campo libre para ellos trabajar”, y “eliminar a todos los ganaderos pequeños” porque “tienen una gran industria de la transformación” a la que le da igual “que por la puerta entren terneros o entren carretillas y carretillas de carne artificial” (Fundación Toro de Lidia, 2019).

---

<sup>7</sup> Originalmente se trataba de una serie compuesta por tres videos. Hoy en día solamente se conservan dos en el canal Loro Parque Fundación de Youtube (2024a, 2024b).

En esta dimensión confrontativa, la estrategia populista se manifiesta en la creación y construcción de enemigos existenciales, así como en la caracterización de quienes no les apoyan como opositores al pueblo y a la patria (de la Torre, 2022). Frente a estos ataques, estos lobbies construyen identidades polarizadas. Es desde esta identidad antianimalista desde donde se articula la delimitación de las fronteras ideológicas; en mayor o menor medida, todos los actores contraponen el animalismo al cuidado o a las necesidades del sector agrario y del mundo rural español. Una lógica similar, con el mundo rural como argumento, se identifica en el capítulo 8 de este volumen, en relación con el debate mediático sobre el proyecto legislativo de la Ley de Bienestar Animal,<sup>8</sup> donde se muestra cómo los defensores de la caza entrelazan sus intereses con los del ámbito rural. A nivel general, la apelación a la España rural vaciada sirve para reforzar una dicotomía que agrupa lo rural, tradicional y libre en contra de lo urbano, interesado e impuesto.

La movilización e influencia también apela directamente a la esfera política. La Fundación Toro de Lidia se refiere con tono de reproche a los partidos políticos que mantienen acuerdos con sectores animalistas, e insta a su audiencia a tenerlo en cuenta a la hora de votar. La Federación FAUNA ofrece sus servicios para orientar a organismos públicos a la hora de colaborar sobre cuestiones de bienestar animal y para “acercar la ciencia y la naturaleza a la sociedad” en contraposición a “la visión sesgada que se da a la sociedad desde las filosofías animalistas” a través de la “desinformación”. Entre sus líneas de actuación, se encuentra, precisamente el contrapeso mediático y político: “Desde la neutralidad política, convertirnos en fuente de información veraz para instituciones tanto públicas, privadas, gobiernos y medios de comunicación a fin de que la ciencia tenga su espacio y haga contrapeso a ideologías, filosofías o religiones animalistas” (Federación FAUNA, s.f.).

Asimismo, los informes de Loro Parque Fundación deslegitiman activamente al movimiento animalista de varias maneras: presentan las críticas y denuncias recibidas como acientíficas, interesadas, sesgadas y en contra del conocimiento científico; conectan el veganismo a la idea de la conspiración multimillonaria, antipluralista y extranjera que impone su agenda en España; se legitima una ideología especista: “La superioridad humana sobre los animales quizás no sea educativa, pero no es inmoral. Solo se presenta como inmoral en algunas tendencias culturales de la nueva era” (2022, 49).

Finalmente, el discurso antianimalista polarizante de lobbies y empresas hace uso de una lógica racionalista, en sintonía a lo visto en el capítulo 7 de este volumen, que busca legitimar los intereses corporativos a través de establecer una “verdad”

---

<sup>8</sup> Ley 7/2023, de 28 de marzo, de protección de los derechos y el bienestar de los animales.

científica y objetiva. Desde esta perspectiva aparentemente objetiva, el discurso sostiene que el animalismo en España se fundamenta en una supuesta hipocresía. Por ejemplo, defender solo a ciertos animales (como oponerse a la tauromaquia mientras se consume carne) o adoptar el veganismo sin comprender, según esta narrativa, las verdaderas necesidades de los animales —como ocurre, afirman, en el caso de personas urbanas que conviven con perros en ciudades sin proporcionarles el cuidado adecuado.

### **El discurso antianimalista del victimismo**

La segunda dimensión que revela nuestro análisis es el victimismo, concretamente aquel en el que los actores antianimalistas se autoconstruyen como defensores de un pueblo amenazado por una agenda global. La conspiración que se articula en esta dimensión tiene una configuración populista; no solo presenta al animalismo como una amenaza externa, sino también como un proyecto que impone una uniformidad cultural y de pensamiento. Esta imposición partiría de una industria manipuladora que amenaza la identidad y las tradiciones de las clases populares en España.

La estrategia identitaria se basa en la llamada a la unión y a la defensa de las tradiciones. Esta estrategia permite un desplazamiento discursivo que evita abordar cuestiones éticas o de bienestar animal, y presenta el mantenimiento de prácticas que implican sufrimiento animal como una cuestión de libertad de consumo y defensa de la pluralidad. Dado que, según esta lógica, los animalistas pretenden sustituir una diversidad cultural, económica y social, la alternativa a apoyar el uso de animales sería, según la Fundación Toro de Lidia, “un mundo gris”. De acuerdo con Kiessling, co-fundador de Loro Parque, este sería un mundo en el que imperan las prohibiciones y no se busca mejorar la vida de los animales (Loro Parque, 2024b). Así, estos actores se presentan como guardianes de la libertad y de la pluralidad cultural frente a la agenda de la “industria animalista” o “industria ecologista”. Hay una llamada a la unidad, la organización, la manifestación.<sup>9</sup> La propia *Declaración de Santander* (2023) nace con esta perspectiva, pues denuncia los “intentos de uniformar el pensamiento” y subraya la necesidad de preservar la pluralidad de tradiciones “frente al avance de la ideología animalista y antiespecista”. Esta declaración incluye un llamamiento directo: “Instamos a las autoridades a legislar a favor de la preservación de la pluralidad de tradiciones,

---

<sup>9</sup> Es el caso de las protestas contra la ley de bienestar Animal y la reforma del código penal. Un ejemplo de ello es la “Manifestación del Mundo Rural”, también conocida como “20M Juntos por el campo” o la “Marea Naranja”. En esta movilización se escucharon declaraciones contra la llamada “religión climática”, se compartieron historias de vida, se denunció la “persecución” de la tauromaquia y se enarbolaron lemas como “Sí a la caza y al mundo rural, No a la dictadura animalista” (Ortiz et al., 2022).

elementos culturales, económicos y ecosistemas organizados en torno a nuestra relación con los animales”. Similarmente, la Federación FAUNA busca consolidar una representación que incremente su “fuerza en un frente común”. Su web se acompaña de imágenes de los Vengadores de MARVEL, y emplean un lenguaje bélico con tintes militaristas de reclutamiento, como en la siguiente frase: “Uníos a nosotros. Sed bienvenidos a FAUNA”.

Todo esto recuerda a características identificadas en los populismos reaccionarios del siglo XXI. Tal y como desarrolla Gallardo Paúls (2024), nos encontramos ante retóricas descalificadoras que incluyen “una inversión de la dinámica víctima/perpetrador” que “propone falacias con un aparente cuidado argumentativo” (193-194). Esta inversión de la dinámica se refuerza mediante el uso de relatos que activan intensas respuestas emocionales. Los relatos catastrofistas son protagonizados por pastores, ganaderos, aficionados e incluso animales cuyo bienestar está, de acuerdo con esta narrativa, amenazado por los animalistas. Las funciones psicológicas del relato político permiten, así, integrar el colectivo antianimalista en una identidad positiva, aportar certidumbre a través del relato, y enfatizar la oposición entre dos polos de forma simplificadora (D’Adamo y García Beaudox, 2016). De este modo, la crítica que podría dirigirse a la industrialización de sectores como la ganadería se desplaza y redirige a la idea de la “Industria Animalista”.

Es a través de esta narrativa conspirativa sobre las industrias animalista y ecologista como se articula la llamada a la unión frente a la amenaza, conectándola con una argumentación basada en el victimismo y en el uso de las emociones. En estos vídeos, Kiessling afirma: “Por favor, no crean todo lo que cuenta esta nueva industria que persigue puras estrategias de marketing y no protección de animales. Lo que es seguro es que están recaudando enormes sumas de dinero”. El fundador y presidente de Loro Parque solicita a quienes le escuchan que “no se dejen engañar, tenemos mucho que contar”. Y afirma: “[Los ecologistas] declaran mejor un animal muerto que un animal como mascota. Reciben mucho millones [sic], y solo el 2% lo dedican a los animales. No buscan mejorar la vida de los animales” (Loro Parque, 2024b). Del mismo modo, desde la Fundación Toro de Lidia llevan años construyendo la narrativa del victimismo con iniciativas como la de “No Hay Derecho”, donde recopilan las críticas que reciben en redes.

En el escenario que se plantea, los actores antianimalistas estarían reaccionando frente a lo que se denomina “hegemonía progresista” o “marxismo cultural” desde las nuevas derechas (Stefanoni, 2023). Quienes defienden el uso tradicional de animales son así presentados como una minoría frente a una mayoría animalista y asociada a la corrección política. Como ilustración, la Fundación Toro de Lidia presenta su labor y a la tauromaquia como la “última barrera” frente a la destrucción de todas las tradiciones, la economía y el mundo rural por parte del animalismo,

incluso asegurando: “Si algún día cae la tauromaquia, caerá todo lo demás”.<sup>10</sup> Esto es, el animalismo sería antipluralista y hegemónico. El reportaje de *Wild Frank: Toros* (2018) alimenta esta misma idea, en especial relacionado con el ecologismo y la representación de industrias como la tauromaquia como una minoría víctima del animalismo y la corrección política. Un año después del estreno, en el programa *El Hormiguero* (2019), el protagonista del reportaje, Frank Cuesta,<sup>11</sup> vinculó la falta de libertad de expresión con la intolerancia hacia perspectivas distintas (p. ej. “nos obligan a ser feministas”), y defiende la tauromaquia y el mundo del toro como expresión del “ecologismo más puro”, en referencia al contenido del reportaje. En consonancia con el discurso de Fundación Toro de Lidia, Frank Cuesta asegura que las mismas personas que están en contra de la tauromaquia están en contra de España, que la gente tiene miedo, y añade que “los del mundo del toro tienen los huevos más grandes de España, porque están todos en contra de ellos” y eso “merece respeto”.

La defensa del mundo rural aparece vinculada al discurso sobre la globalización en clave conspirativa, al plantear que la “industria animalista” sería una de las causas del aumento de la despoblación rural. El animalismo, de acuerdo con esta narrativa, buscaría “conseguir una sociedad uniforme, homogénea” con “consecuencias absolutamente mortales para nuestra economía, para nuestra cultura, para el medio ambiente”. Dicha industria no sólo formaría parte de una maquinaria “perfectamente engrasada económicamente, que intenta imponer una nueva moral pública”, sino que sus consecuencias las pagarían “primero los más débiles” (Fundación Toro de Lidia, 2019). En el evento de firma de la Declaración de Santander (2023), Fundación Toro de Lidia afirmó: “El animalismo supone el fin de todo lo que somos. Detengamos esta ideología” (Fundación Toro de Lidia, 2023). Asimismo, la configuración del animalismo como antiespañol y como una filosofía ajena traída por “gurús” (Federación FAUNA) lo conecta con una visión reaccionaria del discurso antiglobalización.

Entre los relatos más frecuentes, destaca el que presenta al animalismo como un movimiento que, en realidad, no se preocupa por los animales. Siguiendo las

---

<sup>10</sup> Fundación Toro de Lidia (@ftorodelidia), “🙄 Pesadilla antes de la próxima Navidad: Los animalistas quieren prohibir también el roscón de Reyes. ❌ La directora de Animanaturalis en España, una de las organizaciones del lobby europeo que está detrás de la ley animalista, quiere poner este dulce en el centro del debate”, X, 10 de enero de 2023, 11:06 am. <https://x.com/ftorodelidia/status/1612752699065307139>

<sup>11</sup> Frank Cuesta es un presentador que se hizo famoso a través de programas como *Frank de la jungla* (2010–2013) y *Wild Frank* (2014–2020), en los que recorría varios países mostrando animales silvestres en su hábitat natural y concienciando sobre el tráfico ilegal de especies protegidas. Aunque el análisis detallado de su discurso como presentador queda fuera de los objetivos de este capítulo, algunas de sus declaraciones resultan especialmente relevantes para el mismo.

características del *storytelling* (D’Adamo y García Beaudoux, 2016), se identifica lo siguiente: articulación con secuencia y causalidad clara, historias concretas, analogías, planteamiento de conflictos, inclusión de moralejas, activación de emociones, historias de vida, inclusión de elementos visuales, aprovechamiento de tramas familiares para la ciudadanía y búsqueda de la inspiración para actuar, en este caso, en contra del animalismo.

Un ejemplo de esta narrativa es la construida por la Fundación Toro de Lidia en su crítica a la denominada “Industria Animalista” durante el acto Sostenibilidad, Mundo Rural y Animalismo (Fundación Toro de Lidia, 2019). El evento comienza enmarcando el animalismo como una industria organizada, para luego desarrollar el concepto de “ataques veganos”: acciones atribuidas a personas veganas que, según se afirma, “incluyen ataques físicos, violencia y amenazas”. Estas acciones se describen como “cacerías organizadas, lideradas y financiadas por el animalismo”, cuyas víctimas llegarían a incluir incluso a menores. A continuación, se presenta una crítica a las alternativas sintéticas a productos de origen animal, acompañada de datos y gráficos sobre la financiación de organizaciones defensoras de los derechos de los animales, como Compassion in World Farming International, Mercy for Animals y Animal Equality. Además, se exponen una serie de teorías sobre el “cataclismo” que, según los ponentes, supondría el avance del animalismo en España. El acto continúa con la intervención de un pastor de los Picos de Europa, quien muestra imágenes de su entorno laboral, critica la globalización y presenta a los animalistas como individuos que legislan “desde la capital” y “desde un pensamiento y un conocimiento de medios urbanos”. El pastor subraya la importancia ecológica de los ganaderos de “toro bravo” y, a través de ejemplos, contraponen la vida rural con la de “animalistas que tienen un mastín del Pirineo de 50 o 60 kg (...) metido en un piso”. Finalmente, defiende que el trabajo de los pastores y ganaderos “es querer a los animales”. El evento finaliza con las siguientes palabras del presidente de la Fundación Toro de Lidia, Victorino Martín García:

Os invito a todos los dirigentes públicos y a todos los aquí presentes a plantar cara al animalismo. Pero también os invito, sobre todo, a celebrar lo que somos, nuestra riqueza y nuestra cultura, nuestros pueblos. Peleemos por todo ello ahora que todavía estamos a tiempo. Preservar y transmitir el legado de nuestros pueblos será la causa más noble por la que podemos luchar (2019).

Al oponer estratégicamente lo rural a lo global, y lo tradicional, la cultura y la naturaleza —definidos como “españoles”— a lo animalista y “antiespañol”, nos encontramos ante un uso de la dimensión emocional del discurso que conduce a la crispación y a la criminalización de sistemas de creencias (Gallardo Paúls, 2024,

197–198); en este caso, del sistema de creencias antiespecista o animalista. Este discurso, además de catastrofista, es altamente emocional y movilizador.

## CONCLUSIONES

Este capítulo ha analizado cómo el discurso antianimalista se erige como una respuesta a los cambios sociales, enmarcando la oposición al animalismo como una defensa de la pluralidad cultural, la libertad y la España rural vaciada. Asimismo, se han identificado determinados grupos de interés en España que articulan su discurso desde una posición defensiva y victimista, al tiempo que recurren al ideario reaccionario y a estrategias populistas. Estos grupos configuran una coalición discursiva capaz de conectar con amplios sectores de la población. Además de buscar influir en el ámbito político, persiguen también un impacto social mediante campañas, organización de eventos y la difusión de material educativo dirigido tanto a jóvenes como a personas adultas. De este modo, pretenden mantener o recuperar un clima de opinión favorable a sus prácticas.

El análisis ha identificado varios argumentos de importancia en la configuración del discurso antianimalista en España. Entre estos destaca la identidad antianimalista, la conspiración, una llamada a la unión frente a la amenaza cultural y económica del animalismo y la deslegitimación/desacreditación del animalismo, el veganismo y el antiespecismo. Los actores antianimalistas se erigen en defensores de un pueblo amenazado por unas “industrias” animalista y ecologista que, según afirman, pretenden uniformar la sociedad y debilitar la identidad nacional. Estos actores representan el animalismo como una ideología hipócrita y, a la vez, un intento organizado de acabar con la identidad, tradiciones, economía y ruralidad españolas a través de la agenda animalista. De este modo, prácticas con menor aprobación social (tauromaquia, espectáculo con animales y tenencia de animales exóticos) se insertan en la escena social, permitiendo derivar aspectos positivos hacia sí mismos de su comparación con los animalistas como grupo homogéneo.

El caso del antianimalismo español sirve para ilustrar el giro discursivo de al menos algunos grupos de interés de las industrias basadas en animales. El estudio evidencia, asimismo, que este discurso no se limita a una mera oposición al activismo en favor de los derechos de los animales, sino que se inserta en un entramado más amplio de disputas culturales y políticas. Más allá de limitarse a negar cuestiones como la capacidad de sentir (sintiencia) de otros animales, estos actores debaten sobre la relevancia moral de tomar en consideración dicha sintiencia, deslegitiman el animalismo, y refuerzan su trabajo como necesario para la cultura, tradición e identidad de muchas personas en España. El análisis identifica el discurso populista y la retórica de la conspiración como elementos centrales en la respuesta al animalismo. Este hallazgo coincide con la identificación de movimientos populistas contrarios

a los cambios alimentarios como medidas climáticas en el Reino Unido (Carlile, Barnett y Cooke, 2024; Hutchinson, 2025); con el uso de nociones populistas como base ideológica de la reacción negativa a la promoción de dietas basadas en plantas como medida de salud humana y planetaria en los Países Bajos (Michielsen y van der Horst, 2022); y con la interrelación entre discursos que legitiman la producción ganadera y el populismo vinculado a otras “amenazas” percibidas para la cultura y la identidad en Suecia (Olausson, 2018). En conjunto, esta construcción argumentativa refuerza la invisibilización de los animales no humanos dentro de esta narrativa, redirigiendo la atención pública hacia un posicionamiento antianimalista.

En definitiva, este capítulo destaca la relevancia de analizar el discurso persuasivo antianimalista desde el marco del pensamiento reaccionario, poniendo un énfasis particular en las estrategias populistas que emplea. Desde 2015, y con una presencia cada vez más visible, los grupos mencionados no solo responden y se adaptan al discurso activista, sino que también lo contrarrestan de manera activa. En el debate contemporáneo sobre el uso de animales para satisfacer intereses humanos, conceptos como la defensa de la libertad y la crítica al poder son instrumentalizados mediante una retórica conspirativa. Esta estrategia dificulta la respuesta a los discursos populistas, ya que no basta con ofrecer datos contrastados: la credibilidad del movimiento animalista se ve erosionada por el encuadre de incompatibilidad cultural y la propagación de desinformación. En este sentido, futuros estudios podrían explorar estrategias efectivas para afrontar estos debates de manera más sólida y contundente.

## **AGRADECIMIENTOS**

Este capítulo no habría sido posible sin las valiosas conversaciones, sugerencias, correcciones y aportes por parte de Aleix Martí, Coque Mampel, Darío Doña, Erick Adrián Paz González, Eze Páez, Jose A. Moreno, J., Leire Morrás, Loredana Loy, Maite Goñi y Nacho Martínez, así como a Núria Almiron y, especialmente, Estela M. Díaz, por sus contribuciones y confianza depositada en el capítulo. Gracias por el apoyo, ánimos e interés en el proceso.

## **FINANCIACIÓN**

La investigación de este capítulo está financiada por la subvención de contratos predoctorales para la formación de doctores PRE2021-099988, concedida por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y financiada por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y el European Social Fund Plus (ESF+).

## REFERENCIAS

- Almiron, Núria y Natalie Khazaal. 2016. “Lobbying against compassion: Speciesist discourse in the vivisection industrial complex”. *American Behavioral Scientist* 60, no. 3: 256–275. <https://doi.org/10.1177/0002764215613402>
- Almiron, Núria, Laura Fernández y Miquel Rodrigo-Alsina. 2024. “Illusory authenticity: Negotiating compassion in animal experimentation discourse”. *Discourse Studies* 26, no. 2: 153–172. <https://doi.org/10.1177/14614456231219633>
- Aranceta-Reboredo, Olatz y Núria Almiron. 2024. “Commodifying compassion: a critical discourse analysis of Spanish zoo, aquarium and animal theme parks’ lobbies”. *Frontiers in Communication*. 9:1464190. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1464190>
- Bridenbaker, Jonathan. 2021. *Milk as Political Aesthetic: Alt-Right Symbolism and Trolling to Culture Jam*. Tesis de maestría, University of Southern Mississippi, Hattiesburg, Estados Unidos.
- Camargo Fernández, Laura. 2024. *Trumpismo discursivo. Origen y expansión del discurso de la ola reaccionaria global*. Madrid: Editorial Verbum.
- Carlile, Claire, Adam Barnett y Phoebe Cooke. 2024. “Revealed: The Climate Denial Network Behind ‘Classic Astroturf’ Farmers’ Campaign”. *DeSmog*, 26 de abril de 2024. <https://www.desmog.com/2024/02/08/revealed-the-climate-denial-network-behind-classic-astroturf-farmers-campaign/>
- Cole, Matthew y Karen Morgan. 2011. “Vegaphobia: Derogatory Discourses of Veganism and the Reproduction of Speciesism in UK National Newspapers”. *The British Journal of Sociology* 62, no. 1: 134–53. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2010.01348.x>
- Cole, Matthew. 2015. “Getting (green) beef: anti-vegan rhetoric and the legitimizing of eco-friendly oppression”. En *Critical Animal and Media Studies. Communication for Nonhuman Animal Advocacy*, editado por Núria Almiron, Mathew Cole y Carrie P. Freeman, 107–123. Nueva York: Routledge.
- Cuenca, Ernesto. 2024. “La Bestial Carta De Frank Cuesta a Una Vegatalibana”. *Periodista Digital*, 14 de septiembre de 2024. <https://www.periodistadigital.com/gente/20161119/bestial-carta-frank-cuesta-vegatalibana-noticia-689401534962/>
- D’Adamo, Orlando y Virginia García Beaudoux. 2016. “Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión”. *Comunicación y Hombre*, 12: 55–68. <http://dx.doi.org/10.32466/eufv-cyh.2016.12.187.23-39>

- de la Torre, Carlos. 2022. “Populismo: Estrategias Conceptuales Y Debates”. *RIPS: Revista De Investigaciones Políticas Y Sociológicas* 21, no. 2. <https://doi.org/10.15304/rips.21.2.8791>
- Declaración de Santander contra el animalismo*. 2023. <https://declaraciondesantander.com/>
- Díaz, Estela M. 2019. “Emerging Attitudes towards Nonhuman Animals among Spanish University Students”. *Society & Animals* 27, no. 2: 197–223. <https://doi.org/10.1163/15685306-12341490>
- El Hormiguero. 2019. “Frank Cuesta se sincera sobre su opinión acerca de los grupos animalistas - El Hormiguero 3.0”. Video de YouTube, 2:14. 15 de febrero de 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=z0cKvekUKCo>
- Faria, Catia y Júlia Castellano. 2024. “Lenguaje especista y caza”. En *Especismo y Lenguaje*, coordinado por Catia Faria y Núria Almiron, 173–184. Madrid: Plaza y Valdés.
- Federación FAUNA, s.f. <https://federacionfauna.com/>
- Fernández Riquelme, Pedro. 2022. *El discurso reaccionario de la derecha española: de Donoso Cortés a VOX*. Sevilla: Editorial Doble J.
- Fernández, Laura, Estela M. Díaz, Olatz Aranceta-Reboredo y Núria Almiron. 2025. “Displaying Compassion to Hide Harms: An Analysis of the Visual Communication Strategies of the Spanish Animal Industrial Complex”. En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor. Londres: Routledge.
- Fundación BBVA. 2022. “Estudio Fundación BBVA Visión y Actitudes hacia los Animales en la Sociedad Española”. Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública. <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2022/01/Presentacion-Estudio-de-Animales.pdf>
- Fundación BBVA. 2025. “Estudio Fundación BBVA Percepciones de la naturaleza y los animales”. Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública. <https://www.fbbva.es/noticias/estudio-opinion-publica-animales-espana-2025/>
- Fundación Toro de Lidia. 2019. “Sostenibilidad, Mundo Rural y Animalismo”. YouTube, 29 de octubre de 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=RIZMv0iVJY&list=PLDwXb2Nn1kWKDwGhFtPOOG8N-4c2WDDHSU&index=5>

- Fundación Toro de Lidia. 2020. *La tauromaquia frente a la censura: Artículos y discursos de la Fundación Toro de Lidia 2016 – 2020*. Madrid: Fundación Toro de Lidia.
- Fundación Toro de Lidia. 2023. “El animalismo es el fin de todo lo que somos | Declaración de Santander”. YouTube, 12 de diciembre de 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=xpZ4LcNGmP4>
- Gallardo Paúls, Beatriz. 2024. *Contra el lenguaje. La connotación política en la era del sobresalto*. Valencia: Publicaciones de la Universitat de València.
- Gregson, Rebecca, Jared Piazza y Heather Shaw. 2024. “Is being anti-vegan a distinct dietarian identity? An investigation with omnivores, vegans, and self-identified ‘anti-vegans’”. *Appetite* 192. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107126>
- Hajer, Maarten A. 1993. “Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain”. En *The Argumentative Turn in Policy Analysis and Planning*, editado por Frank Fischer y John Forester, 43–76. Durham, UK: Duke University Press.
- Hannan, Jason. 2024. “‘But bacon!’ The Performative Violence of Anti-Vegan Trolling”. En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine y Kenneth Mentor, 54–67. Routledge.
- Herrero, Javier. 2020. *Los orígenes del pensamiento reaccionario Español*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Hutchinson, Elise. 2025. “How Populist Discourse on Social Media Impacts the Food Sustainability Debate”. *Freedom Food Alliance*, 23 de febrero de 2025. <https://www.freedomfoodalliance.org/unfork-the-food-system/how-populist-discourse-social-media-impacts-food-sustainability-debate>
- Kunnas, Säde. 2023. *Stop Climate Hysteria! Misogyny and Hegemonic Masculinities in Climate Sceptic Discourse of the Finns Party*. Master’s thesis: University of Helsinki.
- Loro Parque Fundación. 2022. “Enciclopedia de argumentos falsos en contra de mantener los mamíferos marinos bajo cuidado humano. Desmontando mitos comunes utilizados contra instituciones zoológicas y delfinarios modernos” Loro Parque Fundación. [https://www.loroparque.com/app/uploads/2023/02/Enciclopedia\\_de\\_argumentos\\_falsos\\_en\\_contra\\_de\\_mantener\\_los\\_mamiferos\\_marinos\\_bajo\\_cuidado\\_humano.pdf](https://www.loroparque.com/app/uploads/2023/02/Enciclopedia_de_argumentos_falsos_en_contra_de_mantener_los_mamiferos_marinos_bajo_cuidado_humano.pdf).
- Loro Parque. 2024a. “Mensaje de Wolfgang Kiessling”. YouTube, 15 de abril de 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=Fbp2ijsPakk>

- Loro Parque. 2024b. “No te dejes engañar - Loro Parque”. YouTube, 22 de abril de 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=tnMmi0waBPI>
- Marshall, Heather. 2023. *Vegan children in English secondary schools: Challenging norms and personal impacts*. Tesis Doctoral Inédita. University of Chester, Reino Unido..
- Michielsen, Yolie J. y Hilje M. van der Horst. 2022. “Backlash against Meat Curtailment Policies in online discourse: Populism as a missing link”. *Appetite*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.105931>
- Moreno, José A. y Núria Almiron. 2024. “Climate Obstruction in Spain: From Boycotting the Expansion of Renewable Energy to Blocking Compassion Toward Animals”. En *Climate Obstruction Across Europe*, editado por Robert J. Brulle, J. Timmons Roberts y Miranda C. Spencer, 294–319. Nueva York: Oxford University Press.
- Mudde, Cas. 2004. “The Populist Zeitgeist”. *Government and Opposition* 39, no. 4: 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Muller, Marek S., David Rooney y Cecilia Cerja. 2024. “Long live the Liver King: right-wing carnivorism and the digital dissemination of primal rhetoric”. *Frontiers in Communication* 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1338653>
- Novoa, Raúl. 2023. “Misoginia, negacionismo y xenofobia: ¿condicionan los mensajes de ‘youtubers’ y ‘streamers’ el voto joven?”. *elDiario.es*, 4 de julio de 2023. [https://www.eldiario.es/era/redes-sociales-jovenes-streamers-extrema-derecha-elecciones\\_1\\_10340650.html](https://www.eldiario.es/era/redes-sociales-jovenes-streamers-extrema-derecha-elecciones_1_10340650.html)
- Olausson, Ulrika. 2018. “Stop Blaming the Cows!”: How Livestock Production is Legitimized in Everyday Discourse on Facebook”. *Environmental Communication* 12, no. 1: 28–43. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1406385>
- Ortiz, Ana María, Raquel Villaécija, Pablo R. Rocés y Cristina Luis. 2022. “Manifestación del mundo rural en Madrid | Cientos de miles de manifestantes marchan contra la ‘ruina en el campo’”. *ElMundo*, 20 de marzo de 2022. <https://www.elmundo.es/economia/2022/03/20/6236e66ea78eee001fd60bf9-directo.html>
- Rivera-Martín, Beatriz. 2023. “Image and media discourse of animal rights in Spain: The Law on the Protection, Rights and Welfare of Animals in the general and specialised press”. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual* 13, no. 2: 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4566>

- Scollen, Rebecca Jane y Andrew Mason. 2020. “Sea World – Gold Coast, Australia’s discourse of legitimation: signage and live animal shows (2015–2018) as indicators of change in messaging”. *Journal of Sustainable Tourism* 28, no. 10: 1686–1701. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1750620>
- Serrano, Sara. 2022. “‘El Hormiguero’ Y El Machismo En La Ciencia”. *Público*, 29 de noviembre de 2022. <https://www.publico.es/politica/hormiguero-machismo-ciencia.html>
- Sorenson, John. 2011. “Constructing Extremists, Rejecting Compassion: Ideological Attacks on Animal Advocacy from Right and Left”. En *Critical Theory and Animal Liberation*, editado por John Sanbonmatsu, 219–237. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Stefanoni, Pablo. 2023. *¿La rebeldía se volvió de derechas? Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Stibbe, Arran. 2001. “Language, power and the social construction of animals”. *Society & Animals* 9: 145–161. <https://doi.org/10.1163/156853001753639251>
- Stibbe, Arran. 2005. “Counter-discourses and the relationship between humans and other animals”. *Anthrozoös* 18: 3–17. <https://doi.org/10.2752/089279305785594289>
- Twine, Richard. 2024. “Meat Scientists Fight Back! What the Dublin Declaration tells us about the Role of Academia in the Animal-Industrial Complex” En *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex Human-Animal Entanglements*, editado por Gwen Hunnicutt, Richard Twine and Kenneth Mentor, 21—39. Routledge.
- Wild Frank: Toros | Max. 2018. Max. <https://www.max.com/es/es/shows/wild-frank-toros/2375b7cb-d157-4486-84a9-8176f2c7ec5e>

# REFLEXIONES FINALES

---



## CAPÍTULO 10

### **“Defender a los animales no es defender causas perdidas”**

Entrevista realizada por Estela M. Díaz y Núria Almiron

**Resumen:** En esta entrevista, conversamos con una abogada especializada en Derecho Animal y Derecho Ambiental, con una sólida trayectoria tanto en el ámbito privado como en el público. Pionera en la promoción de legislación para mejorar la situación de los animales en España y a nivel internacional, nuestra entrevistada ha trabajado en la redacción de normativas clave y en la defensa de los derechos de los animales ante diversas instituciones. En esta entrevista nos comparte su experiencia como defensora de los animales y ofrece su visión sobre el lobismo corporativo que presiona por mantener la explotación animal.

### **SOBRE EL MOVIMIENTO EN DEFENSA DE LOS ANIMALES NO HUMANOS**

#### **¿El derecho animal sigue siendo ejercido solo por una minoría de practicantes de la abogacía?**

En efecto, defender a los animales se sigue considerando como algo secundario. Y, sin embargo, tiene las mismas exigencias y requiere la misma responsabilidad que cualquier otra área del derecho. A pesar de que a veces se nos define como “abogados de causas perdidas”, yo no me siento para nada así. No creo que esté defendiendo causas con pocas o nulas posibilidades de éxito, que es lo que se entiende por una causa perdida, sino que, por el contrario, mi trabajo trata de la defensa de valores e ideales que están en constante evolución y progreso, con lo cual no hay nada perdido.

#### **¿Cómo defines a las organizaciones dedicadas a la defensa de los animales y qué las diferencia de otras organizaciones sociales?**

Las organizaciones en defensa de los animales son entidades que se comprometen y centran su actividad en prevenir, mitigar o poner fin al sufrimiento de los animales

y a mejorar sus condiciones de vida y de muerte. Son entidades que velan por los intereses de un colectivo que no puede defenderse directamente en el plano social y político. Esto es lo que en mi opinión las diferencia principalmente de otras entidades activistas. Y al mismo tiempo, representan una creciente porción de la sociedad civil, aquella que no acepta el trato que se le da a los demás animales y el nivel de violencia sistemática que se perpetra contra ellos.

### **¿Es más difícil defender a los animales no humanos que a los seres humanos?**

Sin duda. Como decía, estamos ante un colectivo que no puede defenderse a sí mismo. Es verdad que esto no sucede solo con los animales; esto también pasa con algunos colectivos humanos —como la infancia—. Pero en el imaginario colectivo, se suele pensar que la defensa de los animales es una tarea menor, una causa secundaria, frente a otras más “nobles” a las que se debería dedicar el tiempo y la energía. Sin embargo, muchas veces quienes piensan de esta manera ni siquiera son capaces de comprometerse con esas otras causas que consideran tan valiosas. Además, aunque el sufrimiento animal a veces es evidente o explícito, en otras ocasiones no lo es tanto. También nos enfrentamos a la crítica de que humanizamos a los animales, pero esto no es cierto. No buscamos otorgarles los mismos derechos que tienen los seres humanos, sino evitar que sean tratados como meros objetos o mercancías, y asegurarles un trato que reconozca su cualidad de seres sintientes.

### **¿Quién financia la defensa de los animales?**

Detrás del financiamiento de las organizaciones en defensa de los animales hay, ante todo, personas: ya sea en forma de colectivos organizados o de socios o donantes individuales. Todos ellos dan su apoyo económico para construir una sociedad más ética, justa y también más segura. A diferencia de las industrias que explotan animales, que pueden llegar a recibir un financiamiento gubernamental considerable, el apoyo económico de las instituciones públicas a las organizaciones en defensa de los animales es mínimo.

Por ejemplo, los grupos de presión de la industria ganadera intensiva han conseguido crear un sistema basado en subvenciones y exenciones adaptadas a sus intereses. Es decir, la industria no solo recibe dinero público de forma estructural, sino que está exenta de pagar por ciertos conceptos. Mientras que las subvenciones públicas que se convocan dirigidas a entidades de protección animal son muy puntuales. Solo se convocan esporádicamente para cubrir aquellos aspectos más esenciales, y principalmente para paliar las consecuencias de la propia acción humana. Es el caso de las subvenciones destinadas a refugios de perros y gatos, animales que terminan en estos espacios debido a la falta de políticas públicas, la escasa promoción pública destinada a concienciación, la falta de control o la proliferación de criaderos, entre

otros factores. Muchas veces estos problemas son también causados por la propia administración pública, al no asumir sus obligaciones competenciales, que tienen que ser suplidas, en el caso de los animales de compañía, por protectoras de animales con sus propios medios.

A ello hay que sumar que la industria que explota a los animales cuenta con una capacidad promocional propia enorme, destinando grandes sumas de dinero a mejorar su imagen y desarrollar campañas de marketing (a veces manipulando contenidos) que les permiten mantener o aumentar sus beneficios.

**¿Qué opinas de la crítica del complejo industrial animal que sostiene que los defensores de los animales actúan por interés económico y, en realidad, promueven una industria animalista?**

Entiendo que se refieren a las empresas que han surgido debido a la demanda de productos libres de explotación animal. Evidentemente estas empresas tienen una clara finalidad económica también, pero hay que tener en cuenta que están proporcionando alternativas de origen no animal que sustituyen a los productos cárnicos o lácteos, lo cual es fundamental. Constituyen alternativas que permiten que los consumidores puedan ejercer su derecho a elegir libremente un producto u otro en función del impacto en los animales y en el medio ambiente.

**¿Consideras adecuado referirse a la defensa de los animales en general como el “lobby animalista”?**

Es cierto que el término “lobby” suele tener connotaciones negativas, ya que se asocia con el uso de tácticas desleales o agresivas. Los lobbies corporativos, en efecto, emplean este tipo de estrategias para ejercer presión sobre las instituciones públicas, buscando que hagan o dejen de hacer ciertas cosas. Y es verdad que el objetivo de estos lobbies es proteger los intereses económicos de las industrias que representan, lo que le da al concepto una carga negativa. Esto permitiría entender la expresión “lobby ético” que se escucha a veces con respecto a la defensa organizada de los animales.

**Háblanos ahora de las estrategias que usan las organizaciones en defensa de los animales para ser influyentes.**

Es importante combinar distintas estrategias para crear un impacto real y ser influyentes. El trabajo legislativo a nivel gubernamental se dirige a influir en la creación o modificación de las normas jurídicas para conseguir regulaciones más estrictas y va acompañado de investigación y evidencia científica. Para conseguir visibilizar que una norma actual o futura es perjudicial para los animales, y que

debe cambiarse, pueden ser efectivas las protestas (que siempre tienen que ser no violentas), que incluyen tanto activismo digital en redes sociales como en la calle. Las campañas de sensibilización y educación tienen por objetivo informar al público sobre la verdadera situación de los animales y, en ocasiones, la colaboración de figuras públicas consigue un impacto mayor porque llegan a audiencias más amplias.

Muchas organizaciones también tienen un departamento de incidencia corporativa que trabaja directamente con las empresas para promover cambios hacia prácticas más éticas. Esto incluye presionar a grandes cadenas de alimentos, fabricantes de cosméticos y empresas de moda para que adopten políticas más amigables con los animales, como abastecerse de huevos que provengan de gallinas criadas sin jaulas o evitar experimentos en animales.

Otra estrategia, que se consigue como consecuencia de todo lo anterior, es que las administraciones públicas también adopten compromisos con respecto a su consumo. Por ejemplo, en el restaurante del Congreso de los Diputados ya hay una opción vegana. Conseguir que todas las administraciones públicas, todos los organismos públicos, todos los centros hospitalarios, escuelas, prisiones, etc. alcancen este tipo de compromiso es muy importante.

## **SOBRE LA PRESIÓN CORPORATIVA A FAVOR DE LA EXPLOTACIÓN ANIMAL**

### **¿A qué nos referimos cuando hablamos de lobbies corporativos?**

El ejercicio del lobby corporativo puede ejercerse de distintos modos. Por un lado, están los máximos representantes del sector, generalmente agrupados en una única entidad o asociación, que acuden a los políticos para defender y promover sus intereses. Por otro lado, existe el lobista profesional, personas muy especializadas que trabajan para la industria, poseen un alto nivel de negociación y un profundo conocimiento del sector. Todos ellos suelen presentarse como defensores de los intereses generales, pero en realidad solo representan a unos intereses concretos.

### **¿Cuál es la principal consecuencia de la existencia de grupos de interés a favor de la explotación animal?**

En primer lugar, la existencia de los grupos de interés que defienden la explotación animal de la industria garantiza la continuidad del actual sistema de explotación animal, protege sus intereses económicos y, sobre todo, garantiza que el bienestar animal quede siempre en un segundo plano, subordinado a otros factores.

En segundo lugar, la existencia de estos lobbies frena cualquier progreso de carácter científico o social, porque niegan los avances científicos y sociales y anteponen los beneficios socioeconómicos de la producción al bienestar animal y a la triple crisis planetaria (contaminación, biodiversidad, cambio climático).

**¿Cuáles son las principales estrategias, en tu opinión, de los lobbies a favor de la explotación animal?**

Por un lado, es muy común que las industrias recuerden constantemente a las administraciones públicas su impacto económico: en el empleo, en el PIB nacional, en la riqueza en general. Aunque no siempre dicen la verdad al respecto. En julio de 2013, por ejemplo, cuando se celebraron las comparecencias en el congreso para la Proposición de Ley de Regulación de la Tauromaquia como Patrimonio Cultural, se afirmó que la industria taurina contribuía con un 2% al PIB español, cosa que no es cierta y que incluso el representante del sector taurino tuvo que salir a desmentir.

Por otro lado, la desinformación es una estrategia habitual para difundir información inexacta o sesgada. En esta línea, una táctica habitual es la captación de expertos. Un caso claro fue la Declaración de Dublín en 2023, firmada por un centenar de científicos que daban su apoyo a la producción y el consumo de carne. Luego se supo que esta iniciativa había sido impulsada por la industria y que la mayoría de los científicos firmantes tenían vínculos con la misma. Pero esto no es una excepción. Cuando algo amenaza al consumo y al negocio, estas acciones son comunes.

En otros casos la estrategia simplemente es conseguir que desaparezca aquello que les supone una amenaza. Por ejemplo, en 2021, la Comisión Europea se comprometió a actualizar la legislación de bienestar animal sobre cría de animales en granjas, transporte y muerte, que incluía por ejemplo poner fin a la matanza de pollitos macho de un día en la producción de huevos (estos pollitos nacen en una industria que no les otorga ningún valor económico, por no ser hembras, y simplemente se eliminan mediante el sistema de trituración). Este decisivo paso formaba parte del compromiso adoptado después de que la Iniciativa Europea Ciudadana *End The Cage* consiguiera recabar los apoyos necesarios, pero debido a la presión de la industria estos compromisos desaparecieron de la agenda de la Comisión Europea a la hora de definir acciones específicas y un calendario asociado. Algunos eurodiputados afirmaron que nunca antes se habían encontrado con tácticas tan intimidatorias como las que ejerció la industria en ese momento para frenar ese cambio, a pesar de las conclusiones de los dictámenes científicos de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA). La industria afirmaba que estos dictámenes entraban en conflicto con la realidad (es decir, con sus prácticas, lógicamente).

También está la estrategia de la dilación. Frente a peticiones como la de la EFSA, basadas en evidencias científicas, la industria afirma que estos estudios no son relevantes, o que hay que realizar más estudios, o que no se pueden tomar decisiones aún. Y así se alarga la toma de decisiones indefinidamente. En muchas otras ocasiones, para que no entre en vigor una normativa o para demorar más el plazo de actualización de ciertas medidas de bienestar animal, se ejerce presión para frenar su entrada en vigor o simplemente para conseguir una parálisis porque dichas medidas comprometen la capacidad de producción de la industria. A veces, la administración pública acepta las peticiones de la industria y las disfraza de medidas de flexibilización burocrática, cuando en realidad son auténticas concesiones a la industria con un fuerte impacto sobre los animales.

También está el argumento del supuesto coste excesivo del bienestar animal y la amenaza de trasladar este coste al consumidor; una estrategia efectiva para conseguir la inactividad política.

Por último, una táctica de manipulación muy poderosa, y que es de esperar desaparezca a medida que entren en vigor directivas europeas, es el *humane washing*. Esta táctica es utilizada por la industria (por ejemplo, en la cadena alimentaria, en el entretenimiento o en la confección de pieles) como ventaja competitiva aprovechándose de la sensibilidad social. Se traslada a la sociedad el mensaje de que los animales están bien tratados según certifican sellos creados por la propia industria o afirmaciones engañosas (ej. *máximo confort animal*). Lo peor de esta táctica es que al falsear compromisos éticos, retrasan el progreso real.

### **¿Por qué la clase política cede ante la presión de la industria?**

La industria ejerce una poderosa influencia sobre los legisladores, los medios de comunicación, las instituciones financieras y la sociedad en general. Esta influencia se manifiesta en la inclusión en la legislación de parámetros dictados por los lobbies corporativos para favorecer sus intereses, en la aplicación de moratorias excesiva para la entrada en vigor de nuevas normativas, o, directamente, en el bloqueo legislativo, ya sea paralizando tramitaciones iniciadas o incumpliendo los compromisos de mejorar o actualizar la legislación sobre bienestar animal. Asimismo, en demasiadas ocasiones, cuando está a punto de lograrse un avance legal o incluso después de haberlo alcanzado, y al acercarse el plazo para la adaptación del sector, la industria exige un nuevo cambio en la legislación para preservar su capacidad productiva. Finalmente, la administración suele ceder ante estas demandas, bajo supuestas medidas de flexibilización y reducción de la carga burocrática.

Por otro lado, la industria juega en todos los niveles. En España, la industria afirma que no deben hacerse más cambios mientras no vengan de Europa, al mismo

tiempo que hacen lobby a nivel europeo, en alianza con el resto de los lobbies de otros países, para frenar cualquier posible cambio que venga de Europa. O, peor aún, provoca cambios que luego usa como pretexto. Por ejemplo, los productores de *foi-gras* franceses consiguieron en los años 90 introducir en la regulación sobre alimentación forzada de aves la incorporación de pesos mínimos de los hígados de patos y ocas para definir lo que es un hígado graso. Actualmente estos mismos productores se amparan en estos pesos para justificar alimentar a los animales a la fuerza, pues de otro modo no se conseguiría alcanzar esos pesos.

Esta capacidad de influencia y habilidad para manipular de la industria, junto a su poder económico, combinado con la falta de sensibilidad por parte de la clase política, explica por qué los políticos ceden ante lo que pide la industria.

### **Y a pesar de ello, algunos todavía critican a la legislación por humanizar a los animales...**

Sí, se inventan teorías sobre el riesgo de humanizar a los animales que, aunque no de forma generalizada, son repetidas por algunas formaciones políticas ultra-conservadoras. Es una forma de desviar y obstruir cualquier debate verdadero sobre la sostenibilidad, la ética y el bienestar animal.

Por ejemplo, hace 12 años se obligó, por aplicación de una Directiva europea, a sustituir las “jaulas en batería” por las jaulas denominadas “acondicionadas” para la cría de las gallinas denominadas ponedoras. Estas jaulas supusieron una mejora absolutamente marginal, las gallinas siguen viviendo durante al menos dos años sobre superficie de alambre sin poder extender las alas ni ver la luz del sol. Pero la industria se encargó de presentarlo como un hito y prueba de la adaptación del sector. Afirma que la normativa obligó a tirar todas las jaulas viejas y comprar nuevas, una inversión económica que ahora las empresas no están dispuestas a repetir después de la supuesta mejora en el confort ya alcanzada. Sin embargo, esto no hace más que desviar la atención y bloquear la necesaria transición y reconversión hacia un sistema de cría de gallinas sin jaulas que ya es una realidad en muchos países de la Unión Europea, aunque incluso esto solo represente un paso parcial.

### **¿Cuál dirías que es la industria basada en la explotación animal con mayor capacidad de influencia?**

Quizás la industria de la alimentación. En primer lugar, esta industria se ha encargado de transmitir la idea de que comer animales es absolutamente necesario para sobrevivir y que son la única solución para alimentar a la creciente población humana. Además, se trata de un complejo industrial enorme, que incluye no solo los criadores de animales, también a los productores de pienso que los alimenta; a

las empresas de logística, que hacen el transporte y distribución; etc. Se trata de un entramado enorme de intereses económicos.

Las otras industrias pueden ser también económicamente muy potentes, pero no todas pueden presentarse como tan (supuestamente) esenciales. Quizás la industria de la experimentación pueda hacerlo, pero no la del entretenimiento o la de las pieles para vestimenta. Esto no significa, por supuesto, que la industria alimentaria basada en animales sea indispensable, ya que hace años que hay alternativas a los productos cárnicos, lácteos y huevos, más sostenibles y saludables.

## **SOBRE LOS DESAFIOS QUE DEBILITAN LA INFLUENCIA DE LA INDUSTRIA**

### **¿Qué crees que es lo que más preocupa a la industria basada en animales con respecto a su capacidad de influencia?**

El lobby a favor de la explotación animal se enfrenta a una presión cada vez mayor por parte de grupos organizados de la sociedad civil que defienden a los animales, con el respaldo de operadores jurídicos y otros profesionales que alzan su voz contra de la violencia hacia los animales, incluyendo instituciones académicas y medios de comunicación. Esto no puede ser ignorado por las formaciones políticas, que deben conciliar esta creciente concienciación con su agenda política tradicional, desafiando así al *statu quo*.

Gracias a esta mayor concienciación, algunas formaciones políticas hace años que escuchan a la ciudadanía y hemos visto muchos avances, también a nivel jurídico, con un sistema legal que hoy en día reconoce que los animales son seres sintientes, lo que tiene consecuencias. Todo esto no solo genera preocupación a la industria, sino que también la va dejando sin argumentos, al tiempo que empieza a usar ahora nuevas estrategias, como la antes mencionada humanización de los animales, una distracción para no discutir lo importante: la sintiencia, la capacidad de sentir de los animales explotados.

### **¿Crees que estos desafíos permitirán avanzar más en defensa de los animales?**

La industria, por supuesto, se siente amenazada, ya que en las últimas décadas ha habido un cambio trascendental en la percepción social, lo que ha impulsado reformas legislativas muy importantes. Algunos de estos cambios son difíciles de revertir. Sin embargo, a nivel global y, también en el ámbito político, están surgiendo y ganando fuerza discursos que niegan el sufrimiento animal, lo que dificulta el avance del bienestar animal. También se están abriendo paso propuestas regresivas, como la discusión sobre la desprotección del lobo.

Otra de las estrategias empleadas por los lobbies es equiparar la actividad ganadera con la identidad de la España rural, utilizando el argumento de que cualquier medida propuesta supone un ataque al campo y a la lucha contra la despoblación rural. El sector promueve la idea de que la ganadería desempeña un papel clave en las zonas rurales y en la economía local. Además, se victimiza, alegando que la imagen negativa que se proyecta de los ganaderos y de las condiciones de los animales en las granjas está distorsionada.

Todo ello me lleva a pensar que estamos atravesando una fase de retroceso, que, sin embargo, irá seguida de una nueva etapa de avances que, esta vez, ya no podrán deshacerse.

**Con respecto a los animales silvestres, ¿qué puedes compartirnos de tu experiencia asistiendo durante tantos años a la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES)?**

CITES es un foro internacional donde se toman decisiones sobre el comercio y la conservación de los animales de fauna salvaje que están amenazados. En principio, su existencia es positiva, ya que el comercio de animales vivos o de partes de ellos es una realidad, y CITES intenta establecer cierta regulación y control para garantizar la supervivencia de las especies. En este sentido, la existencia de CITES tiene sentido.

Sin embargo, las decisiones que se toman en este foro no siempre se basan en la ciencia ni en una conservación efectiva de las especies, y mucho menos en la protección de los animales a nivel individual. A menudo, las discusiones están más influenciadas por intereses comerciales que por el bienestar animal. Además, la demanda de los productos que CITES regula es completamente innecesaria. Hablamos de trofeos de caza, animales capturados para ser utilizados como adornos, alimentos de lujo como el caviar, intercambios de animales entre zoológicos y circos, o animales exóticos utilizados como mascotas. También se incluyen partes de animales empleadas con fines pseudocientíficos o como afrodisíacos.

Es positivo que CITES permita que participen en las discusiones las organizaciones no gubernamentales dedicadas a la conservación y protección de los animales. No obstante, este foro también facilita la presencia de organizaciones con fines empresariales que afirman actuar como defensoras de la biodiversidad. Esto incluye a lobbies de parques zoológicos y acuarios, cazadores e incluso algunas asociaciones medioambientales que sostienen que la industria de los trofeos de caza de animales en peligro de extinción, como osos polares o leones, puede ser útil para financiar la lucha contra la caza furtiva de esas mismas especies. Esto genera la paradoja de justificar matar para proteger.

Y es que en los grupos de trabajo pueden participar todas las partes. Pongamos, por caso, que un país propone estudiar el impacto de la industria de los peces ornamentales. En la comisión de trabajo correspondiente, podrán estar las organizaciones preocupadas por controlar o incluso acabar con esta práctica, pero también estarán los países consumidores y, por supuesto, las industrias involucradas en la captura y venta de los peces.

El trabajo principal de CITES es discutir cómo clasificar las especies según su estado en la naturaleza y el grado de peligro de extinción que enfrentan. Si una especie se incluye en el Anexo I, significa que su comercio queda prohibido, lo que podría ser una medida clave para salvar especies como los elefantes, protegiéndolos de la extinción al detener el comercio de marfil. Actualmente, algunos países del sur de África están presionando intensamente en estos foros para que se les permita vender sus reservas de marfil, valoradas en 1.000 millones de dólares, con el argumento de que dichos ingresos se destinarían a paliar la pobreza en la región. Sin embargo, esta medida podría ser fatal para la supervivencia de los elefantes, ya que estimularía la demanda y facilitaría la proliferación del mercado negro de marfil.

También es importante saber que los principales actores en CITES son los países firmantes, que no siempre acuden con el objetivo de frenar el comercio, sino de proteger sus propios intereses. Algunos países muestran una verdadera sensibilidad hacia la protección de las especies y están dispuestos a aumentar su nivel de conservación, mientras que otros priorizan intereses económicos que les permitan seguir explotando a los animales.

En este contexto, es común el intercambio de votos: por ejemplo, un país puede votar a favor de proteger a los tiburones a cambio de que otro vote para proteger a los elefantes. Esta práctica es especialmente frecuente entre los países más grandes, que buscan asegurar el voto de países más pequeños. Un ejemplo claro es Japón, que ha logrado mantener la caza de ballenas gracias a este tipo de acuerdos políticos, especialmente cuando las reuniones de CITES y de la Comisión Ballenera Internacional son cercanas en el tiempo.

### **Entonces, CITES ¿es un centro de ejercicio de lobby estatal, e indirectamente corporativo, de primer nivel?**

Por supuesto. Esto no significa que no existan espacios para la defensa de los animales, como mencionaba, pero esta defensa no es lo que prevalece.

En CITES es común encontrar a personas altamente capacitadas para ejercer lobby a nivel estatal. Una de las principales tareas de un lobista, por ejemplo, es facilitar el contacto entre países. Si Sudáfrica, como país vendedor de marfil, quiere

negociar con China, un país consumidor de marfil, un lobista se encarga de mediar para que ese encuentro tenga lugar. Y las formas y el modo en que se desarrollan estas negociaciones son clave. Existen tanto facilitadores, que organizan las reuniones y los contactos, como estrategas, que manejan y adaptan los argumentos según el interlocutor. Además, esta labor requiere una alta especialización, incluso por regiones. Por ejemplo, quien negocia con países de Oriente Medio debe conocer bien la región, hablar árabe y comprender la geopolítica y las causas que están llevando a la extinción de una especie.

En síntesis, las decisiones que se toman en CITES son una combinación de ciencia, intereses corporativos e intereses políticos. El bienestar animal no es la prioridad y cualquier argumento puede ser instrumentalizado para conseguir mantener desprotegida a una especie. Por ejemplo, en 2010 Estados Unidos hizo la propuesta de incluir al oso polar en el Apéndice I, lo que supondría la máxima protección y la prohibición total del comercio. Sin embargo, en la actualidad, el oso polar es cazado todavía por su piel, su grasa y como trofeo, bajo un sistema de cuotas de caza. Los países más interesados en seguir con la caza, como Canadá, lograron mantener al oso polar fuera de la protección con el argumento que la principal amenaza del oso polar no es la caza, sino el cambio climático y que el país proponente ni siquiera había sido capaz de ratificar los protocolos internacionales para luchar activamente contra el cambio climático. A esto se añade otro argumento antes mencionado: que algunas organizaciones conservacionistas creen además que la caza controlada evitará su desaparición.

## REFLEXIONES FINALES

### **¿Qué aprendizajes crees que son clave para lograr avances en la defensa de los animales?**

Principalmente que la protección animal es una preocupación global y se avanza de forma paulatina y gradual en cada territorio. Es decir, no sucederá todo al mismo tiempo ni en el mismo lugar, pero, con el tiempo, los resultados llegan. Por eso, es posible aprender de distintos contextos y replicar los éxitos alcanzados en una región en otros territorios, ya que el problema es, en esencia, global.

Al mismo tiempo, las alianzas internacionales pueden abordar problemas transnacionales como la caza furtiva o el tráfico de especies. También he aprendido que el éxito en la protección animal depende de un enfoque integral que involucre a todos los sectores de la sociedad: gobiernos, organizaciones, empresas, científicos e individuos.

### **Explicanos un caso.**

Podemos tomar como ejemplo la “suelta de patos” en Roses (Girona), una actividad que consistía en soltar patos en el mar para que la gente los persiguiera, atrapara y sacara del agua. Fue fundamental trabajar de manera coordinada y sumar esfuerzos con otros profesionales, como los veterinarios.

En este caso, participaron comisiones del Colegio de la Abogacía de distintas partes de Cataluña, a pesar de que el conflicto se concentraba en una única localidad, y se abordó el problema desde distintos frentes. Hubo una denuncia administrativa muy clara, ya que una persona utilizó un pato para agredir al cámara que estaba grabando el espectáculo, y esto quedó registrado en video.

Además de la denuncia administrativa, se lanzó una campaña en Change.org que recogió firmas de personas de todo el mundo. Fue impresionante ver cómo logramos unirnos y movilizar a tanta gente. Paralelamente, presentamos múltiples instancias solicitando identificar a la persona responsable, conocer las actuaciones policiales y obtener detalles sobre la autorización, la trazabilidad y el destino de los animales —una serie de cuestiones que la misma administración desconocía—. Al no obtener respuestas claras, quedó en evidencia que las autoridades estaban desprotegidas ante el problema.

Ante esta situación, iniciamos una ronda de encuentros con los grupos municipales para presionar por el fin de esta práctica. Después de meses de reuniones presenciales con todas las formaciones políticas, se llevó a cabo la votación. La decisión fue reñida (hubo un empate y se tuvo que repetir la votación), pero, finalmente, se decidió poner fin a la tradición, justo un año antes de que se cumpliera el centenario de la primera suelta de patos. Ese mismo agosto, en lugar de la suelta de patos, instalaron un pato gigante con un tobogán dentro del mar, que tuvo un gran éxito.

### **¿Crees que regular mejor el ejercicio de los lobbies en España cambiaría algo?**

Sí, aportaría más transparencia. Cuando nos preguntamos qué hay detrás de las situaciones de bloqueo o retroceso, la respuesta suele ser encuentros entre la industria y la Administración que no se hacen públicos. Por ejemplo, deberían publicarse los actos preparatorios de las leyes que han sido influenciados por los argumentos del sector.

Ahora bien, cualquier regulación del ejercicio de los lobbies conlleva el riesgo de que los más poderosos (que explotan animales) influyan en la creación de estas normas, asegurándose de que la regulación les favorezca a ellos a costa de los

intereses públicos. Esto ya ha sucedido a nivel europeo, donde, en lugar de generar un equilibrio, la regulación ha aumentado la influencia de estos grupos, otorgándoles una mayor legitimidad en el proceso político.

Aunque las políticas y regulaciones son fundamentales para lograr cambios duraderos para los animales, el verdadero cambio también debe surgir desde la sociedad, tanto a nivel colectivo como individual, a través de nuestras decisiones de consumo y comportamiento. Es crucial que, como individuos, tomemos conciencia y abandonemos prácticas que contribuyen a la explotación animal. Como consumidores, nuestras decisiones cotidianas pueden influir directamente, en las políticas públicas y en las prácticas empresariales, impulsando un mayor respeto y protección para los animales.



## **A MODO DE CIERRE: PODER, RESPONSABILIDAD Y COMPASIÓN**

Estela M. Díaz

¿Alguna vez te has preguntado cómo te sentirías estando en un lugar aislado, sin salida, sabiendo que tu destino es la muerte y que nadie vendrá a salvarte? No por un crimen, no por un error, sino simplemente por haber nacido en un cuerpo que no es humano. Imagínate allí, invisible para el mundo, reducido a cosa, sin nombre, sin historia. Imagina el sonido de pasos acercándose no como una promesa, sino como una sentencia. No sabes por qué estás allí, ni qué hiciste para merecer ese destino. Solo sabes que nadie te ve como alguien, solo como algo. Esta es la realidad cotidiana de millones de animales no humanos.

Desconocemos cuánto sabes o has visto, cuánto te han enseñado a no ver o sentir. Tampoco conocemos tu historia particular con los demás animales, ni tu manera de habitar el mundo. Pero sabemos que puedes cambiar. Que siempre podemos cambiar. Y también sabemos que ese cambio empieza cuando permitimos que la compasión despierte donde antes había indiferencia. Un giro que no es solo un acto ético, sino una transformación política y espiritual. Porque si queremos construir otro mundo, necesitamos transformar también nuestra mirada.

En este libro hemos querido mostrarte una ventana hacia esa realidad invisibilizada. Una invitación a mirar de frente, con los ojos abiertos y el corazón disponible. A lo largo de estas páginas, hemos explorado —desde múltiples ángulos— las estrategias discursivas del complejo industrial animal en el Estado español. A través del análisis de la comunicación de los sectores de la alimentación, la experimentación y el entretenimiento con animales no humanos, mostramos cómo los lobbies no solo defienden intereses económicos, sino que configuran una infraestructura ideológica destinada a legitimar su explotación. Este análisis se ha realizado, como anunciamos en la introducción, desde una doble perspectiva: la de las relaciones públicas críticas y la de los estudios críticos animales, lo que ha permitido poner en diálogo las lógicas de la comunicación corporativa con las estructuras de opresión interespecie.

Las metodologías empleadas en los distintos capítulos también reflejan esta pluralidad. Algunos trabajos recuperan y hacen dialogar entre sí investigaciones publicadas a nivel internacional en el marco del proyecto que dio origen a este libro, inéditas en castellano hasta hoy, mientras que otros presentan datos y análisis completamente originales. Esta diversidad de textos responde a la necesidad de presentar una realidad compleja y multidimensional, donde lo simbólico, lo político, lo mediático y lo económico se entrelazan constantemente. En conjunto, el análisis permite observar que el poder del complejo industrial animal se revela no solo como una estructura económica, sino como un *régimen de la verdad* que organiza las formas de ver, sentir y actuar hacia los animales.

Para facilitarte una visión panorámica de las contribuciones de cada capítulo y ayudarte a identificar rápidamente los ejes temáticos y críticos abordados, a continuación se presenta una tabla resumen que sintetiza los principales elementos analizados.

**Tabla 1. Resumen de capítulos y ejes analíticos del complejo industrial animal**

Capítulo	Industrias de explotación analizadas	Conceptos clave	Contribución crítica
<b>CAPÍTULO 1. Lobby del sufrimiento: Relaciones públicas al servicio de la explotación animal</b>	Alimentación, Experimentación y Entretenimiento	Libertad de expresión, persuasión legítima y ética.	La persuasión como manipulación; urgencia de una comunicación compasiva
<b>CAPÍTULO 2. Intereses en coalición: El mapa del complejo industrial animal español</b>	Alimentación, Experimentación y Entretenimiento	Coalición de intereses y red de influencia	Visibilización de la alianza ideológica y económica entre industrias
<b>CAPÍTULO 3. ¿Héroes altruistas? La instrumentalización de la compasión en el discurso de la experimentación animal</b>	Experimentación	Falsa compasión, retórica utilitarista, donación forzada.	Exposición del doble discurso de la industria y su manipulación ideológico-moral

<p><b>CAPÍTULO 4. Silencios, amplificaciones y distorsiones: la retórica del lobby en defensa de la carne</b></p>	Alimentación	Estrategia retórica en tres movimientos: silenciar, amplificar y distorsionar	Desenmascaramiento de las estrategias de mantenimiento de la institución de la carne
<p><b>CAPÍTULO 5. El devoto, el desorientado y el delirante: imaginarios discursivos contruidos por el lobby cárnico sobre la ciudadanía</b></p>	Alimentación	Violencia simbólica, perfiles de ciudadanos	Revelación de los arquetipos discursivos para legitimar el consumo de carne
<p><b>CAPÍTULO 6. ¿Zoo moderno? El marketing de la compasión de la industria de zoológicos y acuarios</b></p>	Entretenimiento	Lavado ético, retórica audiovisual, iconización	Crítica al modelo zoológico bajo retórica de cuidado
<p><b>CAPÍTULO 7. Intersecciones discursivas: androcentrismo, especismo y capitalismo</b></p>	Alimentación, Experimentación y Entretenimiento	Conexión entre especismo, androcentrismo, capitalismo	Lectura interseccional del discurso de los lobbies
<p><b>CAPÍTULO 8. Marcar la agenda mediática: aportaciones desde el estudio de coaliciones discursivas en prensa española sobre tres industrias basadas en animales</b></p>	Alimentación, Experimentación y Entretenimiento	Agenda mediática, coaliciones discursivas en la prensa	Análisis del papel de los medios en legitimar o cuestionar los lobbies de explotación animal

<b>CAPÍTULO 9.</b> <b>Antianimalismo:</b> <b>un estudio</b> <b>exploratorio de</b> <b>lobbies y discursos</b> <b>reaccionarios en el</b> <b>contexto español</b>	Entretenimiento	Populismo, conspiración, victimismo, discurso reaccionario	Identificación del antianimalismo como ideología organizada
<b>CAPÍTULO 10.</b> <b>Entrevista:</b> <b>“Defender a los</b> <b>animales no es</b> <b>defender causas</b> <b>perdidas”</b>	Alimentación, Experimentación y Entretenimiento	Lobby de la industria animal; Lobby en defensa de los animales	Visión de una lobista profesional defensora de los animales sobre el lobby corporativo de explotación animal

Aunque cada capítulo aborda una problemática distinta, uno de los ejes centrales que recorre esta obra es la crítica al capitalismo como sistema que mercantiliza todas las formas de vida, incluidas las no humanas. Desde esa mirada crítica, en todos los textos emerge una constante: la negación sistemática de la sintiencia de los animales no humanos, la instrumentalización de la compasión y la construcción de marcos hegemónicos destinados a silenciar o distorsionar la voz de quienes más sufren. Un régimen que transforma a seres sintientes “con capacidad de juego, de mostrar cariño, de disfrutar del sol, del barro... y de sentir miedo” en cuerpos gestionables, en unidades de producción sometidas a una lógica de acumulación que perpetúa jerarquías de especie, género y clase.

Otro de los aspectos más alarmantes que se pone de manifiesto en este libro es la sofisticación de los mecanismos de manipulación promovidos por los lobbies del complejo industrial animal. Estos grupos no solo operan en defensa de intereses corporativos, configuran marcos de sentido, infiltran sus discursos en medios de comunicación, instituciones educativas y gubernamentales, y movilizan estrategias afectivas diseñadas para bloquear la compasión y sostener el *statu quo*. Desde la retórica higienizada de la experimentación animal hasta el “lavado ético” de los zoológicos; desde la construcción del perfil del “devoto” de la carne hasta las estrategias populistas de los movimientos antianimalistas, los capítulos de este libro revelan un entramado complejo de violencia. Una violencia que no solo invisibiliza el sufrimiento, sino que fabrica consenso mediante mecanismos de persuasión, propaganda y populismo reaccionario, legitimando así prácticas sistemáticas de explotación sobre los animales no humanos y normalizando su exclusión del círculo de la justicia y compasión.

Como se ha mostrado a lo largo de la obra, esa violencia estructural hacia los animales no opera de forma aislada. Las distintas industrias de la explotación animal no funcionan como compartimentos estancos, sino como *ecosistemas estratégicos* interconectados. Esto es, más que simples transacciones comerciales, todas ellas forman parte de una red industrial de influencia transversal, donde las decisiones productivas, políticas y comunicativas de un sector impactan directamente en los demás en la medida que sus intereses convergen. En estos ecosistemas, la acción se reparte entre productores, distribuidores, consumidores, legisladores, divulgadores y científicos, hasta el punto de volverse invisible. Esta lógica de dispersión de responsabilidades es una de las claves de su eficacia, y uno de los principales retos éticos a enfrentar. Y es que, como señaló Hannah Arendt en su estudio sobre la banalidad del mal (1999, 166), “cuando todos, o casi todos, son culpables, nadie lo es”.

Comprender estos sectores como ecosistemas nos permite no solo explicar su persistencia, sino también identificar puntos de intervención. Porque a pesar de su gran poder, su entramado también presenta grietas, pequeñas fracturas que pueden dar lugar a transformaciones estructurales. A lo largo del libro se ha reivindicado la compasión como una fuerza política: no un sentimiento blando, ni ineficaz, sino una virtud ética radical que erosiona los cimientos de la dominación. Es en esa apertura donde la compasión despliega todo su potencial, no como lo opuesto a la razón, sino como su aliada en la construcción de un horizonte de justicia interespecie. No es pena ni condescendencia, sino el inicio de una responsabilidad política, la de actuar, transformar, resistir.

Y así, este libro no solo denuncia, también convoca. Invita a imaginar, a actuar, a resistir. A cada una de nosotras, las autoras, nos duele la realidad que sabemos que ocurre en los laboratorios, en los mataderos, en las granjas, en los circos, en los acuarios, en tantos otros espacios de encierro y despojo. Es un dolor que nos atraviesa incluso cuando la vida cotidiana parece seguir como si nada pasara. Pero no nos paraliza. Aquí se sitúa el sentido de nuestro *activismo académico*. Hay muchas formas de acción: están quienes rescatan, quienes documentan, quienes fotografían... Nosotras pensamos que comprender esas realidades, visibilizarlas y analizarlas, es nuestra forma de resistencia. Transformar el dolor en pensamiento. En memoria viva.

Este libro nace desde ahí, desde una herida abierta que se vuelve palabra. Un gesto colectivo que se resiste a normalizar el sufrimiento y que aboga por una transformación estructural. En esta obra proponemos construir otro horizonte desde el reconocimiento del otro no humano como sujeto de vida, y desde una ética del cuidado no especista que desborde el marco del yo. Defender a los animales no humanos es enfrentarse a la violencia estructural, a la manipulación ideológica, al egoísmo institucionalizado. Es también afirmar una forma radical de generosidad

que se ejerce sin esperar nada a cambio, por el simple hecho de reconocer la vulnerabilidad del otro.

Esta defensa y necesidad de transformar no nace de la ingenuidad, sino de una certeza política: siempre hay alternativa. Como señala Parker et al (2014, 35), “debemos siempre sospechar cuando nos dicen que no hay alternativas, no elección, y que debemos ser ‘realistas’”. Al fin y al cabo, todo concepto, toda forma de organizarnos, toda mirada de lo que nos rodea es socialmente construida, también nuestra relación con los demás animales y se puede modificar. Así, elegir prestar atención a los animales —en el sentido que propone Simone Weil (1997), como una forma de apertura ética y de desposesión del yo— y actuar con compasión en un mundo moldeado desde y para la dominación de lo *otro*, es ya un acto revolucionario.

Pero esa defensa no puede quedarse en lo íntimo. Aunque la transformación a menudo nace de una conmoción personal, su gran potencia se despliega cuando se convierte en acción colectiva. Así, no se trata solo de “sentir diferente” a los animales, sino de hacerlo para actuar juntas. Si el complejo industrial animal funciona, como se ha visto a lo largo de los capítulos, como un ecosistema coordinado y robusto, nuestra respuesta no debe ser dispersa o fragmentaria. Ellos se organizan para perpetuar la explotación; nosotras debemos organizarnos para desmantelarla.

Desde este lugar, proponemos seguir profundizando una pregunta radical y urgente: ¿cómo podemos desmercantilizar la vida de los seres sintientes y avanzar hacia modelos socioeconómicos donde la muerte y la explotación no sean condiciones de posibilidad? Parte de esta tarea implica revisar críticamente el papel del lenguaje. Los lobbies de la explotación animal no solo operan con poder económico, sino también con poder simbólico, creando marcos que normalizan la violencia, transforman la injusticia en costumbre y bloquean la compasión. En este contexto, se hace necesario seguir ahondando en el desarrollo de prácticas de subversión lingüística, modos de decir que no solo erosionen esos marcos, sino que también abran caminos para habitar el mundo de otra manera. Porque el lenguaje, en todas sus manifestaciones, no solo describe, también crea, ordena, legitima. Por eso, quienes trabajamos con él tenemos una responsabilidad inmensa.

Este libro es también eso: una forma de decir “basta” al olvido, al silencio, a la manipulación sistemática de los animales no humanos, y de afirmar, al mismo tiempo, una apuesta radical por imaginar otros mundos posibles. Aunque aquí nos hemos centrado en el análisis crítico del discurso institucional, intuimos que no es el único camino. Hay otras avenidas por recorrer, otros lenguajes desde los cuales seguir *desobedeciendo*. Por ejemplo, el arte, las pedagogías transformadoras, la espiritualidad pueden ser territorios fértiles para cultivar una sensibilidad distinta,

capaz de reconocer el sufrimiento, nombrar la injusticia y abrir paso a nuevas formas de relación y cuidado.

Y quizás por eso, más allá de los análisis, este libro quiere ser un espacio desde el que hacer crecer esa grieta de la que hablábamos antes. Un gesto de acción política tejido de *micromomentos de activismo*. Porque cuando nombramos lo innombrable, cuando nos atrevemos a ver y mostrar lo que nos enseñaron a ignorar, algo se resquebraja en lo que parecía inamovible. Y por ahí, muchas veces, brota la vida. Vida que insiste. Esperanza que se cuele.

Hemos caminado entre sombras, sí, pero no para quedarnos en ellas, sino para aprender a iluminarlas. Porque ninguna sombra es definitiva. Este libro pretende ser una pequeña luz guiada por la certeza de que el amor es el camino. Desde el convencimiento de que incluso en el asfalto más duro, la hierba encuentra cómo abrirse paso, y crecer. Y con ella, la posibilidad de otro futuro: un futuro más compasivo.

## REFERENCIAS

Arent, Hannah. 1999. *Eichmann en Jerusalén. Un estudio acerca de la banalidad del mal*. Barcelona: Editorial Lumen.

Parker, Martin, George Cheney, Valérie Fournier, y Chris Land, eds. 2014. *The Routledge companion to alternative organization*. London: Routledge.

Weil, Simone. (1997). *A la espera de Dios* Madrid: Trotta.





**MANTÉNGASE INFORMADO  
DE LAS NUEVAS PUBLICACIONES**

**Suscríbese gratis  
al boletín informativo  
[www.dykinson.com](http://www.dykinson.com)**

**Y benefíciense de nuestras ofertas semanales**