

Nuevas y viejas arenas de disputa: medios masivos de (des)información y plataformas de redes sociales como dispositivos de legitimación del carnismo y deslegitimación del movimiento animalista.

Alexandra Navarro y Anahí Méndez.

Cita:

Alexandra Navarro y Anahí Méndez (2021). *Nuevas y viejas arenas de disputa: medios masivos de (des)información y plataformas de redes sociales como dispositivos de legitimación del carnismo y deslegitimación del movimiento animalista*. e-ISSN: 2011-2742 - Tabula Rasa,, 281-301.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/anahi.mendez/89>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pwp7/Ykm>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Nuevas y viejas arenas de disputa: medios masivos de (des)información y plataformas de redes sociales como dispositivos de legitimación del carnismo y deslegitimación del movimiento animalista¹

<https://doi.org/10.25058/20112742.n39.13>

ALEXANDRA NAVARRO²

<https://orcid.org/0000-0002-3429-249X>

Universidad Nacional de Córdoba³, Universidad Nacional de La Plata⁴, Argentina

aleximca@gmail.com

ANAHÍ MÉNDEZ⁵

<https://orcid.org/0000-0002-3808-1366>

Universidad de Buenos Aires⁶, Argentina

anahimendez.86@gmail.com

Cómo citar este artículo: Navarro, A. & Méndez, A. (2021). Nuevas y viejas arenas de disputa: medios masivos de (des)información y plataformas de redes sociales como dispositivos de legitimación del carnismo y deslegitimación del movimiento animalista. *Tabula Rasa*, 39, 281-301. <https://doi.org/10.25058/20112742.n39.13>

XXX

Resumen:

El objeto de este artículo es reflexionar en torno a cómo influyen los medios masivos hegemónicos de (des)información y las plataformas de redes sociales en los procesos

¹ Investigación realizada en el marco de revisiones posteriores (2019-2021) a la tesis doctoral en Comunicación presentada en 2016: «Representaciones e identidades del discurso especista: el caso de la carne vacuna y sus derivados en la Argentina (2000-2012)», <https://doi.org/10.35537/10915/52068>, autoría de Alexandra Navarro. Y, además, a la tesis de maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) titulada «Movimiento animalista y tecnologías digitales: la emergencia en Argentina de nuevos actores y enfoques sobre la relación ambiente y sociedad», autoría de Anahí Méndez, investigación financiada mediante una Beca UBACyT MAE 2015, Resolución (CS) N° 3094/15 (SECyT-UBA), que al momento de la escritura de este artículo se encuentra en estado de finalización.

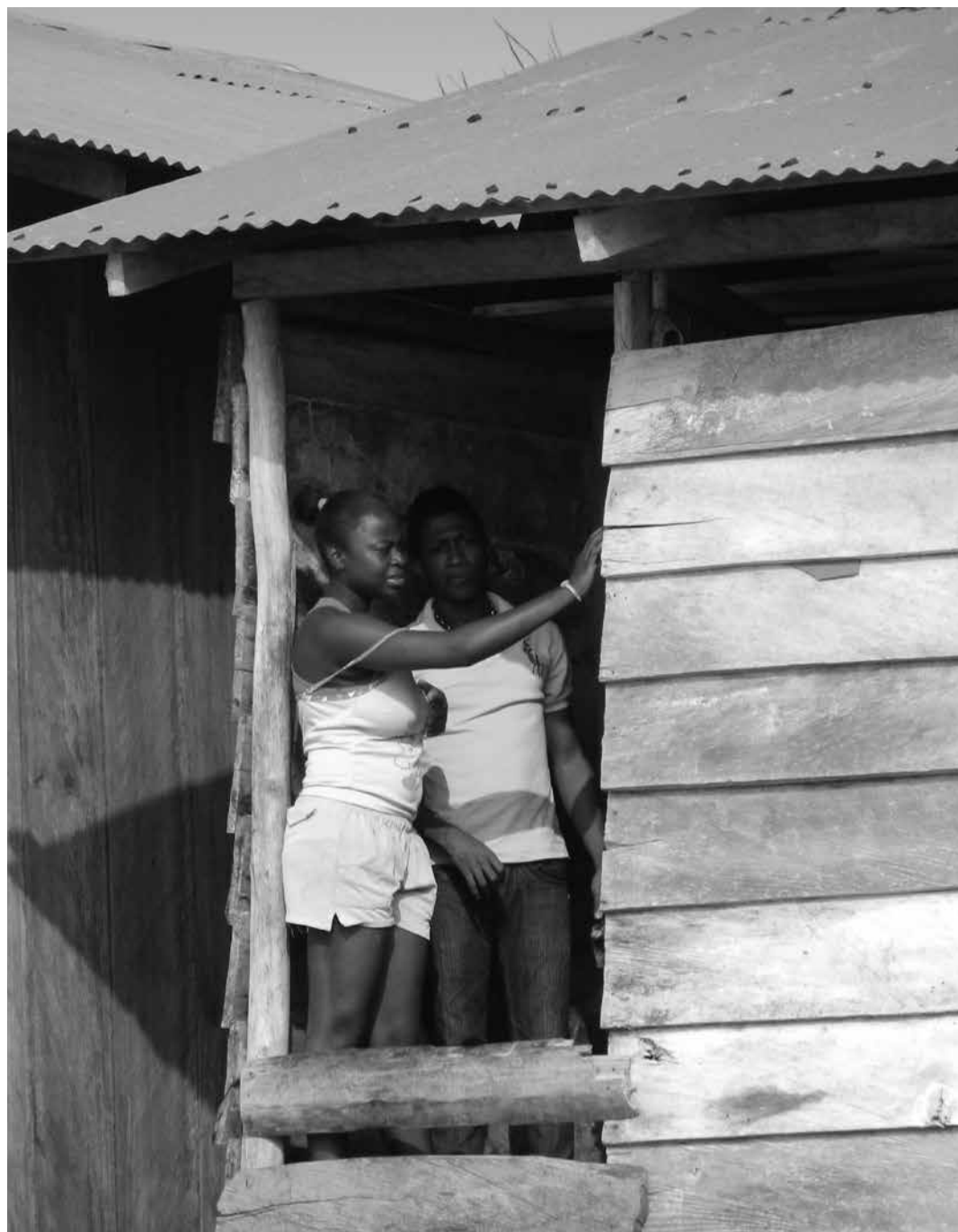
² Doctora en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata.

³ CIECS (Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad).

⁴ UPID «Estudios Críticos Animales y transdisciplinariedad», Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

⁵ Maestranda en Comunicación y Cultura, Universidad de Buenos Aires.

⁶ Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales.



Tumaradó, 2015
Leonardo Montenegro

de legitimación del sistema alimentario carnista actual, anclado en el especismo institucionalizado y antropocéntrico. Se profundiza en las estrategias que despliegan los medios masivos hegemónicos de (des)información en los procesos sociales de legitimación del consumo de carne, y en los desafíos que plantean una serie de prácticas sociales que se vienen desarrollando durante los últimos años en las plataformas de redes sociales que presentan la potencial deslegitimación del movimiento animalista.

Palabras clave: carnismo; medios masivos; redes sociales; movimiento animalista; legitimación/deslegitimación.

New and Old Fight Arenas: Mass (Mis)Information Media and Social Media Platforms as Devices Legitimizing Meatism and Delegitimizing the Animal Rights Movement

Abstract:

This article aims to reflect upon how hegemonic mass (mis)information media and social media platforms have an influence in legitimizing the current meatist food system, which is anchored in the anthropocentric institutionalized speciesism. We analyse in depth the strategies deployed by hegemonic mass (mis)information media for legitimizing meat consumption, as well as the challenges posed by a series of practices being developed throughout the last years on social media platforms that present a potential delegitimization of the animal rights movement.

Keywords: Meatism; mass media; social media; animal rights movement; legitimization/delegitimization.

Novas e velhas areias de disputa: meios massivos de (des)informação e plataformas de redes sociais como dispositivos de legitimação do carnismo e a deslegitimação do movimento animalista

Resumo:

O objetivo desse artigo é pesquisar como influem os meios massivos hegemônicos de (des)informação e as plataformas de redes sociais nos processos de legitimação do sistema alimentar carnista atual, ancorado no especismo institucionalizado e antropocêntrico. Examinam-se as estratégias que desenvolvem os meios massivos hegemônicos de (des)informação nos processos sociais de legitimação do consumo de carne, e os desafios que propõem uma série de praticas sociais, que se têm desenvolvido durante os últimos anos nas plataformas de redes sociais, as quais apresentam o potencial de deslegitimação do movimento animalista.

Palavras chave: carnismo; meios massivos; redes sociais; movimento animalista; legitimação/ deslegitimação.

Introducción

El objeto de este artículo es reflexionar en torno a cómo influyen los medios masivos hegemónicos de (des)información y las plataformas de redes sociales en los procesos de legitimación del sistema alimentario carnista actual, anclado en el especismo institucionalizado y antropocéntrico. Éste, con el consumo hegemónico de carne y otros productos de origen animal, es parte fundamental de la crisis socioambiental que atravesamos animales humanos y no humanos actualmente en este planeta. Este sistema, que se sostiene a partir de la producción ganadera y la industria cárnica y de granos, no sólo es cruel con los animales no humanos: supone una rápida degradación de los componentes físicos del ambiente —suelos, aire, agua potable—, ocasiona la devastación de la biodiversidad, genera el acceso desigual a los bienes naturales y los alimentos entre las personas de la especie humana, y profundiza el cambio climático.

Todo esto, de una gravedad alarmante, es producto de no comprender el alcance e impacto del consumo de carne. El carnismo (o la elección consciente del consumo de carne considerando que no es una elección sino un consumo propio del ser humano) está legitimado por diversas instituciones: el sistema legal, el sistema de salud, el sistema de los medios masivos, el sistema científico, el sistema educativo y la Iglesia. Uno de los movimientos sociales que intenta, con diversas estrategias, desarticular el carnismo con énfasis en su impacto en los animales (los que se consumen y también los que se sacrifican en el proceso para obtener terrenos para cría), es el movimiento animalista.

En este artículo profundizaremos en las estrategias que despliegan los medios masivos hegemónicos de (des)información en los procesos sociales de legitimación de consumo de carne; y los desafíos que plantean una serie de prácticas sociales que se vienen desarrollando durante los últimos años en las plataformas de redes sociales (con énfasis en Facebook e Instagram), que presentan la potencial deslegitimación de este movimiento.

Los medios masivos hegemónicos de (des)información se constituyen en un dispositivo considerado legítimo por las audiencias, y es un potencial *legitimador* del consumo de carne y derivados. Sus discursos atraviesan la sociedad e impactan en las subjetividades colaborando en la creación y validación de ficciones, y contribuyendo a la legitimación del sistema alimentario carnista hegemónico actual. Por su parte, las plataformas de red social, juegan un doble juego: por un lado, son un espacio crítico para la información alternativa que no circula en los medios masivos, pero también se despliegan en ellas acciones que debilitan desde el interior al movimiento animalista. Ambos influyen de manera crítica en los procesos sociales, a partir de cómo tratan la información y la acercan a sus audiencias.

Instituciones que contribuyen a la legitimación del carnismo

Históricamente se han justificado prácticas alimentarias que incluyen animales, argumentando que por el sólo hecho de serlo, y por utilizárselos para bienestar de los humanos, no sería relevante su condición moral ni su sintiencia, dos cuestiones invisibilizadas por grupos involucrados en su explotación. Así, la alimentación con productos de origen animal, especialmente carne vacuna y derivados, ha sido trabajada representacionalmente ligándose a una concepción de que su consumo es normal —normalizado socialmente—, natural —biológicamente—, necesario —fisiológicamente— (Joy, 2013) y nacional —identitariamente— (Navarro, 2016a); concepciones originadas en la educación especista (Guerrero Azañedo, 2013; Pedersen, 2004; Navarro 2016a), recibidas desde la infancia, que logran una perfecta *disociación* entre la carne a consumir y el animal de la que proviene —su *referente ausente*— (Adams, s.f.), a partir de un trabajo de dicotomización, desindividualización, cosificación (Joy, 2013) y ficción de sumisión voluntaria (Navarro, 2016b).

Este conjunto de operaciones discursivas y prácticas, que construyen a la carne vacuna como producto de primera necesidad alimentaria, se sostiene y legitima a partir de una red de significaciones y representaciones creada y validada por instituciones tales como el sistema de salud, los «lobbies de la carne»⁷ y los medios masivos de comunicación. Esto, además de tener impacto a nivel de los consumos individuales y constituir una práctica especista injustificada, *tiene repercusiones en los intereses estrictamente humanos que en general se desconocen*. Así, el primero de ellos que cabe mencionar es el ambiental, cuestión escasamente difundida desde los medios, quienes evitan informar claramente la relación entre industria de la carne y deterioro ambiental (Almiron & Zoppeddu, 2015). Sin embargo, esta situación no es nueva: según el informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) del 2009, y replicado por diversos estudios internacionales

a la escala y ritmo actuales, el deterioro ambiental [causado por la industria ganadera] supone una amenaza evidente para la sostenibilidad de los recursos naturales. El funcionamiento de los ecosistemas a nivel global y local está ya seriamente comprometido. En última instancia, si la actual situación ambiental no se contrarresta, podría ponerse en peligro no sólo el crecimiento económico y la estabilidad, sino también la supervivencia misma de los seres humanos en el planeta. (Steinfeld, *et al.*, 2009, p.5)

⁷ Aunque en Argentina no se utilice exactamente esa expresión, refiero (Navarro, 2016a) con «lobbies» a la red de ganaderos, Sociedad Rural, industrias de la carne (tanto industrias ganaderas como cárnicas), su amplia red de publicidad y de propaganda acerca de los beneficios de su consumo, como la que lleva adelante el Consejo Latinoamericano de Proteína Animal (Colapa); el Instituto de Promoción de Carne Vacuna Argentina (IPCVA), World Animal Protection (que llevó adelante el Estudio Latinoamericano de Consumo y Bienestar Animal, para ofrecer a los compradores productos hechos «de manera más ética y humanitaria»), entre otras instituciones.

Una de las líneas de acción sugeridas para mitigar el desequilibrio ambiental predicho por la FAO y replicado en diversos estudios nacionales e internacionales, es disminuir notablemente (o eliminar) de la dieta los productos alimenticios de origen animal, en especial, la alimentación con carne. La alimentación con carne forma parte del sistema alimentario actualmente hegemónico en el planeta, consumo que no suele ponerse en cuestión. Al respecto, Melanie Joy (2013), analizó la dimensión problemática de este tema acuñando el concepto de «carnismo» para demostrar que alimentarse de carne no está por fuera del sistema de creencias y valores de una persona. Plantea Joy, que hablar de «vegetarianismo» o «veganismo» (con «ismos» que refieren a doctrinas o sistemas de creencias) y, luego, hablar de «consumidores de carne», como si ello estuviera exento de elecciones, no es correcto. Por ello habla de carnismo para señalar y visibilizar un sistema de valores y creencias invisible que subyace a la conducta de comer carne. En la mayor parte del mundo actual, «las personas no comen carne porque lo necesiten, sino porque deciden hacerlo y las decisiones siempre se derivan de creencias», plantea Joy (2013, p.30). Hay también una tendencia generalizada a suponer que el modo de vida que elige la mayoría es un reflejo de valores universales. Sin embargo, «lo que se considera “normal” es simplemente el conjunto de creencias y conductas de la mayoría» (Joy, 2013, p.32).

El carnismo está afianzado en la sociedad y resulta complejo abordarlo porque se encuentra normalizado, legitimado e invisibilizado. Es justamente esta invisibilidad lo que hace que las personas consideren que su decisión de alimentarse de carne no es una elección, sino que es lo lógico, lo «normal»: «se consideran verdades en lugar de opiniones y sus prácticas parecen las únicas, en lugar de una elección. Son la norma» (Joy, 2013, p.32). Con esto, señalamos que son sentidos producidos socialmente, contruidos socialmente, y no «realidades objetivas». El que el carnismo no haya recibido una denominación concreta que lo aparte de la concepción de que «no es una elección», responde, según Joy (2013, p.29), a que es una ideología. Una ideología es un conjunto compartido de creencias, además de las prácticas que reflejan dichas creencias. Es el discurso social de la legitimación de la hegemonía y se esfuerza por proporcionar un sistema general de objetivos o por justificar los actos de un grupo humano (Mora, 2002, pp.21-22). Así, el carnismo como dimensión ideológica afecta la interpretación que los actores hacen de la realidad, produce emociones y guía los comportamientos que materializan sus representaciones. Tal como plantean Navarro & Andreatta (2019), para sostenerse, el sistema carnista requiere de al menos tres cuestiones: 1) estrategias que no permitan a los sujetos conectar carne con animales, y animales con sintiencia; 2) la producción ganadera, la industria cárnica y los consumos alimentarios de millones de personas que desconocen los procesos y los impactos de éstos en diversas aristas de su vida; y 3) instituciones sociales que señalen y signifiquen la carne como alimento fundamental, sinónimo simbólico de

nutrición y riqueza. Hay dos instituciones, que según Joy (2013, p.97) son las que desempeñan una función crucial en la legitimación del carnismo: el sistema legal y los medios de comunicación.

Entre estas instituciones, hay otras que no se pueden omitir en este gran andamiaje que requiere sostener el sistema carnista: el *sistema de salud* y el *sistema educativo formal* (Navarro, 2017). Luego de una mesa de trabajo realizada en conjunto con colegas de Latinoamérica⁸, se considera que hay otras instituciones que también son parte de este entramado: el *sistema científico* y la *Iglesia*. Todas estas instituciones facilitan la naturalización del especismo antropocéntrico

⁸ Mesa de trabajo bajo la coordinación de la Dra. Alexandra Navarro, organizada con colegas que trabajan temas afines al consumo de carne en Latinoamérica, en el II Congreso Internacional de debate en torno a los demás animales, realizado en Córdoba, Argentina, noviembre de 2019.

mediante su legitimación, apoyadas en la historia y la ciencia. Siguiendo a Joy (2013), en relación a la perspectiva alimentaria, desde la cual se enfoca este trabajo, la historia se presenta con un foco selectivo en determinados hechos

que demuestran que el especismo antropocéntrico ha existido siempre: eterniza la ideología carnista y parece demostrar que al haber existido siempre, por tanto, seguirá existiendo. La ciencia proporciona a la ideología una base biológica: el sistema de salud tradicional menciona que las carnes son un alimento de primera necesidad y de alto valor biológico del cual es preferible no prescindir. A su vez, el sistema educativo formal enseña, en todos sus niveles, que los animales existen para beneficio de los seres humanos, y el sistema científico evita que la reivindicación del antiespecismo se considere una temática legítima, estereotipándola de dogmática. Finalmente, como si todo esto no alcanzara, la Iglesia, encarnada en las religiones, sostiene que desde el génesis los animales fueron creados para servir al Hombre. De esta manera, el sistema carnista tiene cubiertos sus frentes para cualquier ataque de desnaturalización crítica que se le presente.

Volviendo a la propuesta de Joy, cuando escribió su tesis doctoral, sólo mencionó a los medios de comunicación, por lo que evidentemente había algunas problemáticas con el mundo mediático y digital que aún no estaban poniendo en jaque la información que circula y nos atraviesa a los sujetos. O sí, pero no lo consideró crucial. Por ello, a esta institución que ella denomina «medios de comunicación» nosotras las dividiremos en dos grandes dispositivos: primero, los *medios masivos hegemónicos de (des)información*. Estos están encarnados en medios masivos tales como la prensa digital, gráfica, radial, visual, multimedial que son reconocidos por las audiencias como un espacio legitimado donde informarse; generalmente parte constitutiva de grandes monopolios concentrados donde, con diversos nombres, la línea ideológica que se sostiene es la misma. Así, muchas personas que creen estar consumiendo diversos medios (y por ende diversos enfoques) en realidad están consumiendo sólo uno bajo distintos «disfraces».

Por otro, la otra arena en la que operan las prácticas de (des)información, son *las plataformas de red social*, sólo que a veces, con un emisor menos claro e identificable de donde proviene la información que se consume y con otros problemas y también ventajas que desarrollaremos más adelante.

En este capítulo, trabajaremos sobre las estrategias de los medios masivos hegemónicos de (des)información y las plataformas de redes sociales.

Las arenas de siempre: medios masivos hegemónicos de (des)información

Si se los considera la principal fuente información de la población (sin importar su formato), capaces de construir agenda, de instalar temáticas y definir los modos de abordarlas a partir de su ideología, intereses y cosmovisiones (Murolo, 2019); no podemos ignorar su papel protagónico en la creación de representaciones sociales e imaginarios a partir de los cuales se estructuran formas de concebir a los animales no humanos. Concepciones que despliegan una serie de estrategias tendientes a apoyar la visión especista antropocéntrica hegemónica en relación con ellos, y que sostienen el carnismo a partir de no cuestionar el sistema, mantenerlo invisibilizado y reforzar las justificaciones de los modos de producción cárnicos y del consumo de carne.

Siguiendo la lógica de Joy (2013), el sistema carnista permanece intacto cada vez que los medios masivos hegemónicos de (des)información presentan los axiomas del carnismo como verdades absolutas, en lugar de como apreciaciones y valoraciones generalizadas; y a los defensores del carnismo como objetivos y veraces, poniendo en el lugar de lo poco creíble a quienes no lo defienden. Estas prácticas se observan cuando este tipo de medios de comunicación sostienen, por ejemplo, que comer carne es normal, natural, necesario y nacional; y lo repiten constantemente, al punto de que las personas y audiencias puedan oír sus preceptos repetidamente, favoreciendo su naturalización.

Los medios masivos hegemónicos de (des)información sostienen el carnismo a partir de diversas estrategias:

Imponen agenda. Los medios masivos seleccionan cuáles serán los temas sobre los que se va a discutir cada día y en la semana. Esto no es azaroso, sino intencional y en general atravesado por intereses económicos que se articulan con los intereses e ideologías del «lobbie de la carne». Estos temas, además, llegan a convertirse en “trending topic”, ya que cada medio tiene su presencia en las plataformas de red social donde también construye y comparte su información. Esta selección de temas está cuidadosamente «digitado» por concentraciones mediáticas, que deciden lo que será importante y discutido (y lo que no) en la vida de las personas, conduciendo la opinión pública.

Imponen marcos de lectura. Tal como plantea Murolo (2019) el medio masivo propone no solo un marco de lectura, sino datos concretos desde los cuales discutir cada tema. Además, a fuerza de reiteración instalan en la opinión pública algunos axiomas básicos a modo de umbral y condición desde donde comenzar las discusiones (Murolo, 2019, p.71). En este caso, el piso desde el cual parten es que los animales no son una variable significativa a discutir. Así, a partir del tono y el lenguaje utilizado en la redacción de las notas, su ubicación en el medio, las voces que se construyen como autorizadas a hablar sobre el tema, así como las perspectivas silenciadas, todo contribuye a fortalecer un discurso que a fuerza de repetición sostiene y legitima al carnismo. Construye a los animales como objetos, mercadería, alimento, un «algo» con lo que no se puede empatizar, pero sí comprar, vender, enriquecerse y comer: los animales dejan de importar en sí mismos, para hacerlo en tanto lo que sus cuerpos pueden ofrecer a los seres humanos. En esta línea, los medios masivos suelen utilizar también dos estrategias: el bloqueo de información (lo que Joy llamó «prohibición») y la estigmatización de ciertos enfoques que no le interesan al medio en cuestión.

Bloqueo de información. Impiden que los datos e investigaciones que no sigan los preceptos del carnismo llegue a los consumidores. Cuando se hace una crítica a la producción cárnica es solamente porque tuvo lugar una mala práctica y no una práctica habitual. Entonces, por ejemplo, se le brindó mucha atención a la alimentación de las vacas con harina de carne cuando surgió la epidemia de la encefalopatía espongiforme bovina —«mal de la vaca loca»—; también se hizo mucho énfasis en la importancia de su cocción cuando surgieron algunos casos de síndrome urémico hemolítico en niños; y se publicaron varias notas acerca de lo cancerígena que puede resultar una porción de carne si se quema durante su cocción. De esta manera, las prácticas habituales no están sujetas a revisión o crítica; y se transforman en críticas menores a prácticas contingentes o a una empresa particular, sosteniendo su naturalización y manteniendo así el sistema carnista ileso.

Estigmatización. Un marco de lectura muy potente que utilizan estos medios para aminorar la cuestión animal, es la ridiculización del tema, la depreciación de la sintiencia, y la estigmatización del veganismo (o proteccionistas interesados en el tema). Y esto se realiza en distintas direcciones:

- Se trabaja en la opinión pública sobre la necesidad del consumo de carne, apelando a frases tradicionales («toda la vida los seres humanos comieron carne», «la carne es necesaria», «fue la carne la que permitió el crecimiento del cerebro», etc.) exponiendo como una incongruencia la propuesta alimentaria del veganismo.

Sinécdoque. A fuerza de nombrar la parte por el todo, los medios masivos refuerzan e instalan ideas que promueven el carnismo y deslegitiman el veganismo. Para ello usan, por lo general, dos estrategias:

- Se invita a médicos, reconocidos o no, a programas que refuercen la idea de que el veganismo es incompleto y problemático. Se refuerza de manera muy fuerte la ficción de una sinécdoque: la palabra de ese médico es la representación de la medicina en general.
- Se entrevistan personas con perfiles controversiales que adhieren al veganismo, enredando en el intercambio tópicos que no son las discusiones de fondo, haciendo hincapié en la persona y sus características problemáticas, y no en el debate y los temas puestos en el intercambio. Finalmente, se deja deslizar que lo problemático del perfil es resultado del veganismo, o que así son «los veganos», reforzando esta sinécdoque en la mente de las audiencias.

Realizan un blindaje de temáticas y enfoques. La veda que los medios aplican a ciertos temas, o a discusiones o aristas de determinados temas, funcionan para invisibilizarlos, o para que las audiencias consideren que tienen poca importancia y que lo único a reflexionar en torno al tópico es lo que ha salido publicado.

Así, por ejemplo, en el *acuerdo de cría de cerdos para China*, la vida de los cerdos en tanto seres sintientes nunca fueron un tema a discutir. De hecho no se lo construyó como tema, y cuando se lo mencionó fue desarrollado como «veganos contra la industria porcina»⁹, como si fuera un tema problemático solo para ese grupo y no para la sociedad y el ambiente en general. En esta línea, los medios masivos también trabajan eludiendo la información acerca de cómo contribuye la cría intensiva de ganado al calentamiento global, silencian las prácticas inhumanas que tienen lugar en los *feedlot* (o las naturalizan), pasan por alto que, aunque se sostengan diversos tipos de cría de animales en general ninguna de ellas es ética; y evitan ahondar en las prácticas específicas que permiten que la carne y los lácteos (industrializados) lleguen a la mesa. Esta omisión incluye no

⁹ Los principales medios masivos hegemónicos ni siquiera visibilizaron las protestas contra el acuerdo para la instalación de industrias porcinas en el país y se limitaron a notas apoyando la industria y haciendo énfasis en los aspectos positivos. Aquellos medios que decidieron hacerse eco de los reclamos, publicaron notas al respecto de distintos tenores que pueden leerse en: <https://www.expresdiario.com.ar/proteccionistas-y-veganos-volvieron-a-protestar-en-contra-del-acuerdo-porcino-entre-china-y-argentina/> <https://www.expresdiario.com.ar/acuerdo-porcino-entre-argentina-y-china-veganos-se-manifestaran-frente-a-casa-de-gobierno/> https://www.elnueve.com.ar/2020/08/04/veganos-contra-la-industria-porcina/?fbclid=IwAR0DYfDoIWE7pHiTpOriEnIWV0qRGnslGyvqxRb_pYQl-hoR9EcH0QZKTM «Veganos marcharon con el acuerdo porcino entre la Argentina y China» https://www.youtube.com/watch?v=zmdyfyDwzss&ab_channel=Televisi%C3%B3nP%C3%B3BAblicaNoticias

abordar todas las aristas problemáticas que conforman la cría intensiva, y dar a conocer únicamente aquellas que parecen ventajosas económicamente, reproduciendo y naturalizando, así, una valoración e imaginario cosificado y mercantil respecto a los animales. Esta situación, es muy visible en el debate actual sobre el acuerdo de cría de cerdos intensiva para China, mediante el modelo de factoría agroindustrial. Frente a números que cuentan a los animales por miles, y a los kilos de carne por millones; que la pandemia que atravesamos tiene orígenes zoonóticos por el hacinamiento de animales en su cría para consumo humano; estas cuestiones se omiten y se redireccionan los debates omitiendo información clave que permitiría la toma de conciencia por parte del público acerca de las reales dimensiones socioambientales que posee esta situación; y enfocándose únicamente en los dividendos que ese acuerdo podría significar para la Argentina en términos de ingreso de dólares al país.

Otro ejemplo reciente, donde queda expuesto el despliegue de este tipo de estrategia que sostiene al carnismo, es la omisión en la agenda mediática de la severa problemática que suponen los *recientes incendios forestales* que vienen produciéndose en las regiones central, litoral y norte del territorio argentino. No obstante, en los casos en que se le dio una mínima cobertura, el tópico utilizado por los medios masivos para presentar el tema, invisibiliza las intencionalidades ligadas a la expansión de actividades articuladas al agronegocio (*feed-lots*, plantaciones de granos transgénicos y proyectos inmobiliarios), que existen en la generación de los focos de incendio, disociando, así, el origen humano de los incendios a partir de la idea de sequía y malas condiciones climáticas. De este modo, el factor humano y económico de incidencia ambiental que se produce en la generación de los focos como en la acción u omisión de actores políticos para apagarlos y aplicar sanciones a actores culpables, se desdibuja cuando trasladan discursivamente la responsabilidad a cuestiones de ciclos naturales¹⁰. Lo que es en realidad una práctica ecocida, es decir, una aniquilación masiva de las redes vitales y sostenibles de los ecosistemas en su totalidad —habitabilidad del medio físico y espacios de refugio, vidas de animales silvestres y domesticados, y vidas de comunidades humanas—, se enmascara bajo una estrategia de disociación entre lo natural y lo social haciendo *como si* no existieran responsabilidades e intereses allí en disputa

¹⁰ Algunos casos pueden observarse notoriamente en: https://tn.com.ar/sociedad/incendios-en-cordoba-el-calor-y-el-viento-complican-el-trabajo-para-combatir-el-fuego/2020/09/22/5ZL4SYRHTRD3NBZ-2JS2EOKK74I_story/; <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/fuego-sin-control-en-argentina-los-incendios-avanzan-y-peligran-edificios-historicos.phtml>; https://tn.com.ar/sociedad/incendios-en-cordoba-el-viento-acelera-el-avance-de-las-llamas-pese-al-esfuerzo-de-los-bomberos/2020/09/29/BGKBQAW7Y5GIPOMK-SE7U7PULEI_story/; <https://www.pagina12.com.ar/299396-la-lluvia-apago-todos-los-incendios-en-cordoba-tras-5-meses->

y como si fuera posible separar lo humano de lo natural como dos asuntos antagónicos que corren por carriles independientes. Al enunciar que los incendios son causa de una sequía, presentarlo al fuego en sí mismo como un ente imparable o mismo resaltar el rol de la lluvia en la extinción de los focos, anulan la posibilidad de ampliar el debate y la crítica al carnismo y el modelo productivo que lo reproduce.

Las nuevas arenas: plataformas de redes sociales

En este marco tan complejo donde el sistema alimentario carnista es hegemónico, existen comunidades que asumen el compromiso de una alimentación (y una vida) sin consumo y uso de animales como posible. Esto se construye desde el ejercicio contrahegemónico de involucrarse con prácticas alimentarias veganas y vegetarianas. Estas comunidades están creciendo de manera visible en Argentina (Gallo *et al.*, 2014; Andreatta, 2017); están informados acerca del impacto del consumo de carne vacuno en el planeta (en términos ambientales y sociales), y poseen algún grado de influencia en otras que no lo están para acercarles modos alternativos y éticos de alimentación. A estas comunidades, heterogéneas y diversas tanto en su conformación como en sus estrategias, las englobaremos en términos analíticos bajo un común denominador: el movimiento animalista.

Mientras que en la actualidad los debates sobre la información en las plataformas de redes sociales también se centran en la desinformación, donde a fuerza de reiteración y circulación de información verosímil una mentira puede consumirse como una verdad; en el ámbito del activismo estas plataformas se perciben como el espacio alternativo de excelencia mediante el cual se hace llegar la información a la comunidad, sin los «filtros» de los medios masivos hegemónicos de (des) información. Los activistas animalistas suelen percibir a Internet y a las redes sociales (con énfasis en Facebook) como recursos idóneos que les permiten: masificar sus demandas y mensajes, ampliar la capacidad del movimiento para generar concientización en la sociedad sobre el especismo, también fortalecer la coordinación entre los grupos y disminuir los costos de gestión y organización interna, dar a conocer el veganismo, denunciar con mayor facilidad la explotación y el maltrato animal e interpelar a la clase política mediante la convocatoria de ciberacciones y la adhesión a campañas (Méndez, 2016, 2019).

Vale aclarar que el movimiento animalista como tal, adquiere su identidad colectiva y se organiza de manera multiescalar, sobre la base de la interconexión en red de nodos autónomos e independientes, que comparten características similares (no idénticas), nodos que, a su vez, convergen en la red que es el movimiento, lo que implica la articulación e influencia de las actuaciones existentes en las escalas locales, nacionales, regionales e internacionales y, por ende, la posibilidad de afectarse mutuamente. Se trata de un actor colectivo sin un centro y jerarquía

empíricamente localizables. Estos nodos independientes están constituidos por diversos activistas, colectivos y organizaciones identificados con el veganismo y el antiespecismo. En relación a este modo de estructura que adquiere el movimiento, los vínculos entre sus acciones colectivas y las tecnologías digitales resultan una dimensión relevante en la existencia, visibilización y expansión de las redes de activistas y organizaciones que componen el movimiento (Méndez, 2019). Según la investigación realizada sobre la relación entre las acciones colectivas animalistas y las apropiaciones tecnológicas que producen los grupos, se reconoce que las, los y les activistas evalúan dentro de las principales ventajas o beneficios respecto las estrategias de comunicación mediante estas tecnologías a: trascender los límites del espacio-tiempo presencial de los grupos; la rápida y viral difusión de contenidos animalistas a bajo costo; el acceso y la difusión de información, comunicación y conocimiento sobre las causas animalistas; la coordinación de acciones conjuntas deslocalizadas en tiempo real, y la construcción de identidades veganas.

Sin embargo, a pesar de todas estas ventajas, el espacio de Internet concentrado actualmente en las plataformas de red social, tiene otros problemas para el activismo que no pueden obviarse y que están vinculados con otros fenómenos sociotécnicos de carácter general y particular.

En términos muy generales, durante el cambio de milenio, el proceso de incorporación de la web 1.0 por los desarrolladores comerciales Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft, cooptó las lógicas de creación comunitaria y colaborativa de Internet característica entre 1980 hasta los primeros años de 2000, a lógicas capitalistas. Se construye una configuración de Internet que tiende a la concentración monopólica de programas, plataformas y contenidos, proceso conducido mediante diversos mecanismos que se valen de personalizaciones mediadas por algoritmos y que se articulan con la apropiación masiva de las plataformas de redes sociales (Gendler, 2018). Entre el 2000 y 2006, pero con mayor énfasis y masividad desde 2012 en adelante, empresas como Google y Facebook, entraron en la escena con la promesa de convertir la cultura en un ámbito más participativo y colaborativo, basado en el usuario (Van Dijck, 2016). Al respecto, Gendler (2018) observa y analiza que las tecnologías digitales y la configuración actual de Internet permiten que las acciones de control, vigilancia y de conducción de sociabilidades y deseos, sean efectuadas tanto por los Estados como por empresas privadas. Pero esto es realizado no por cualquier empresa privada, sino por aquellas donde las y los usuarios destinan su mayor tiempo de actividad en Internet, donde exponen y producen (en parte) sus subjetividades. Estos procesos sociotécnicos se producen articulados con las prácticas sociales realizadas en las plataformas de red social y de entretenimiento. Son empresas cuyos modelos de acumulación se sostienen sobre el acceso supuestamente gratuito, cuando en realidad «se paga» con los datos generados por usuarios, con su información

y con los contenidos que producen *en y mediante* dichas plataformas (Gendler, 2018). Como una de las implicaciones ligadas a los mecanismos encargados de la recolección, agregación y análisis automatizado de los datos masivos, se produce lo que Gendler, retomando a Rouvroy y Berns, define en términos de *personalización algorítmica* o «burbuja algorítmica», proceso mediante el cual se identifica que «la acción y apropiación que los individuos y grupos pueden hacer de las plataformas de Internet está mediada casi desde el vamos por estos perfiles algorítmicos que le sugerirán, ocultarán, revelarán, etc. ciertos datos, contenido, información, interacciones y no otros» (Gendler, 2019, p.312).

En el caso del activismo animalista, nuestras investigaciones descubren que las fuentes de información se concentran en Internet y suelen ser perfiles de red social, sitios y páginas webs gestionadas por agrupaciones y organizaciones sociales animalistas, perfiles de *influencers* veganos, pero también informes e investigaciones producidas en el marco de cátedras de universidades. Entonces, mientras activistas y simpatizantes del movimiento por la Liberación Animal se informan en estos espacios acerca de todo aquello que los medios masivos silencian sobre la industria cárnica (agonía de los animales durante su vida, maltrato en el transporte hacia su muerte, incidencia del consumo de carne en la crisis ambiental, incidencia de la cría intensiva en la desigualdad en el acceso al agua potable y al alimento, etc.), quienes no comulgan con estas ideas y sin trascender los espacios digitales de los colectivos y organizaciones animalistas, se escudan en que toda esa información no puede ser más que una mentira, algo «que sucede en otra parte», «una exageración para concientizar». La *desconfianza del sentido común sobre las fuentes animalistas de información*, puede estar vinculada a una supuesta creencia o representación colectiva asociada a que, si la información no ha sido legitimada en la agenda de los medios masivos, entonces se debe a que ésta no es verídica o real.

Asimismo, dentro de otras de las desventajas que encuentran los grupos animalistas respecto a las estrategias colectivas mediadas por las tecnologías digitales, estas se asocian a la *falta de llegada a las personas que no acceden a Internet*. Esto, teniendo en cuenta que desde sus percepciones relacionan al movimiento animalista como uno de los movimientos sociales más activos en la Red (Méndez, 2016). Dicho en términos analíticos, una de las principales limitaciones que encuentran los nodos animalistas para su crecimiento y efecto concientizador es la *brecha digital de acceso* en tanto restringe su capacidad de llegada a las poblaciones sin acceso a los espacios *online*. Sin embargo, además de la brecha digital, existe otro limitante que suele pasar completamente inadvertido por activistas y organizaciones. Sucede, al mismo tiempo, que dentro de las personas que sí acceden a Internet, retomando lo dicho previamente, hay que saber que no todas arriban a la información transmitida por los nodos

del movimiento, puesto que mucho pasa por la propia práctica de navegación de las y los usuarios, práctica que es conducida por la personalización de los algoritmos mediante los cuales funcionan las interfaces de los espacios digitales.

La cuestión se presenta porque la *personalización algorítmica* conduce a usuarios hacia un acceso a la información y/o el conocimiento preseleccionado, en tanto, los algoritmos van ajustando, adecuando y recortando los contenidos mostrados en función del tipo de consumo de información, modulando la relevancia de las publicaciones, y, por lo tanto, el orden en el que aparecen en los «muros, inicios o novedades» de las y los usuarios y en los resultados de las búsquedas que hagan. Puntualmente, estos algoritmos son los encargados de decidir qué es lo más interesante para cada usuario en cada momento (Gendler, 2019), lo que implica que si activistas y organizaciones del movimiento no logran captar la atención de un usuario y convertirlo en «seguidor» o adherente, también dicha persona quedará excluida de las prácticas comunicacionales y acciones colectivas que promuevan los nodos del movimiento, más allá que en los hechos materiales esas personas sí están accediendo a Internet. Por eso, no sólo las desigualdades de acceso a Internet (brecha digital) de una población es una de las principales limitantes que enfrenta el movimiento para expandirse y acrecentar su influencia en la sociedad, sino, además, otra de las limitaciones se deriva de las propias reglas bajo las cuales funcionan las plataformas de red social en donde activistas y organizaciones del movimiento no sólo concentran la mayor parte de su actividad colectiva, sino que, además, es a través de estos espacios cómo despliegan sus estrategias de intervención y de organización.

Pero existen otros problemas respecto a la relación entre las plataformas de red social y el activismo animalista, que se relacionan con la competencia feroz que existe al interior del movimiento en cuanto a estrategias consideradas viables, efectivas, legítimas y de obligatoria realización, y a perfiles y prácticas deseables para el activismo. Según Murolo (2019, p.77) las representaciones mediáticas son necesarias para la constitución de la opinión pública. Sucede que estas plataformas digitales también construyen opinión, que en algunos casos puede vehiculizar la difusión desde marcos dudosos de veracidad. En este contexto, donde una mentira puede constituirse en verdad a fuerza de repetición y «compartidos», *una verdad también puede pasar por mentira en un caos de teorías conspirativas y noticias falsas*, donde es difícil de constatar las fuentes. Expresa Murolo que «las fake news se asientan en un régimen de verosimilitud que busca posicionar intereses específicos de determinados sectores de poder ante temas de interés general» (2019, p.66). Así, las plataformas de red social también son un brazo de los medios masivos hegemónicos de (des)información, y muchas veces las noticias que se leen y comparten sin siquiera leerlas completas antes, han provenido de esos emisores concentrados. Ante la costumbre de no

chequear generalmente de dónde proviene la información y tomar posición a partir de ver una imagen (muchas veces tendenciosa), leer una bajada, un titular, y/o las opiniones de otros usuarios, las verdades sobre la vida y muerte de los animales que se crían para consumo humano quedan sepultadas en una catarata de interpretaciones. Interpretaciones que están insertas, por lo general, en un engranaje muy aceitado del sistema de representaciones que sostiene el carnismo (Navarro, 2016), y que se pone en funcionamiento ni bien una información parece poner en jaque sus preceptos.

Esta situación trae al menos cuatro problemas que resquebrajan desde adentro el movimiento, debilitándolo frente a quienes no se sienten responsables ni interesados en la cuestión animal:

Primero, perfiles que se dedican a las “hate news”, o a sembrar el odio hacia grupos de activistas o activistas en particular. Son perfiles imposibles de chequear su fuente, que se presentan a sí mismos como salvadores del movimiento animalista (salvadores de lo «corrupto» que tendría el movimiento hacia su interior) funcionando finalmente como *trolls* mismos de la causa que dicen defender. En general eligen grupos conocidos o perfiles muy visibles y «exitosos» dentro del activismo para sembrar la duda acerca de sus intereses, competencias para la acción y moralidad de sus estrategias. Increíblemente, sin presentar ninguna prueba y a fuerza de memes y noticias vulgares que no resisten el menor análisis, logran horadar la credibilidad de actores que son fuertes en el movimiento animalista, quitándoles respaldo dentro del movimiento. En el transcurso de los años 2019-2020 los blancos de las *hate news* fueron el colectivo Voicot y la agrupación Animal Save, dos agrupaciones animalistas de mucha exposición que desde el 2016 vienen experimentando una influencia y visibilidad creciente en muchas localidades del país, fueron puestas en cuestión por diversas acciones de las cuales no había pruebas contundentes. Sin embargo, nadie las exigió: sólo por fuerza de repetición y escraches, los *trolls* anónimos pudieron instalar dudas efectivas en sus seguidores, acerca de su moralidad. Y esta labor no sólo alcanzó a esos grupos, sino que por aproximación sembró sus dudas acerca de todos los grupos con los que ellos estaban vinculados (saliendo incluso algunas agrupaciones a afirmar que no tenían vinculación con ellos, o que no apoyaban sus modos de actuar, cuando no había prueba alguna de las acusaciones con las que los habían mancillado). Esta problemática actual requiere ser respetuoso y estar alerta a este tipo de acusaciones, no aceptar como ciertas incriminaciones desde perfiles dudosos y exigir pruebas frente a cualquier denuncia que se exhiba. Hacer lo contrario sólo alimenta un dispositivo de construcción de mentiras que luego es muy complejo de desarmar y de reponer la credibilidad.

Segundo, académicos que encuentran en la cuestión animal un espacio donde desarrollarse, que no necesariamente comulgan con la causa, pero que utilizan

las redes para forjarse una alta visibilidad. Conocen poco del tema, pero publican profusamente sobre cuestiones que no han investigado a fondo, invitan a colegas poco formados a publicar o presentar *vivos* en las plataformas de redes sociales (principalmente desde perfiles de Facebook e Instagram), y terminan no-formando (o de-formando) a quienes los leen o consumen. Sin embargo, estos perfiles suelen tener vasto alcance, ya que al ser un tema emergente en Latinoamérica quienes recién se sumergen en él no tienen orientación sobre a quiénes leer o seguir en estas plataformas. Basta con presentar alguna credencial de formación (aunque no sea especialista en el tema) para hacerse un lugar. Debido a la dinámica y el funcionamiento sociotécnico mismo de las redes sociales, queda habilitada la difusión de estos materiales, publicados sin evaluación externa ni revisión por pares, que no cuentan con respaldo, pero sí con una efectiva campaña de comunicación que los hace alcanzar públicos inimaginados y, a su vez, escasamente instruidos en la cuestión animal y la problemática especista. Este aspecto del problema que atenta contra la credibilidad del movimiento, es más complejo de abordar. Muchas veces hay académicos reconocidos en otras áreas, y se juegan entonces disputas de campos de saber. Lo verdaderamente problemático son quienes se muestran como expertos en un área que en realidad les ha funcionado como «nicho» donde desenvolverse, y sobre el cual tampoco se han educado en profundidad, llegando incluso a apoyar finalmente prácticas especistas colaborando, así, a la reproducción de conductas y prácticas de sojuzgación, explotación y aniquilación de animales «en favor» de la personas pertenecientes a la especie humana. La superficialidad y liviandad con las que es posible generar contenidos al publicarlos en este tipo de plataformas, les permite alcanzar a públicos que poco conocen del tema y que pueden llegar a considerarlos como perfiles de legítima formación.

Tercero, activistas que se nutren de investigaciones extensas realizadas en la academia para formarse en la cuestión animal, pero que cuando hacen sus posteos opinando críticamente sobre alguna cuestión, no hacen visibles a las y los investigadores que gestaron esas investigaciones. Son perfiles con muchísimos seguidores, activistas muy visibles que leen y hablan en público sobre el marco de diversas investigaciones, pero que jamás citan a las y los académicos que las realizaron; y que muchas veces presentan como propias ideas que han leído, con una mínima edición. De esta manera, obstaculizan a que quienes sí trabajan estudiando e investigando seriamente, lleguen a muchos y muchas potenciales lectores o mismo a otros investigadores, dificultando como consecuencia la generación de redes de conocimiento que puedan contribuir a la educación y la transformación del especismo mediante trabajos e investigaciones rigurosamente producidas. En consecuencia, impiden que el trabajo de investigadores tenga una correcta divulgación, ya que son circulados con la mediación hecha por la intervención de los activistas que, aunque usan sus herramientas teóricas, no visibilizan a sus gestores y, por ende, terminan invisibilizando y cooptando el

trabajo científico que dio origen a esas ideas. En este sentido es crucial animar a los activistas a que mencionen a los académicos que han leído, o señalen investigadoras e investigadores locales cuando den entrevistas en medios, o presenten *vivos* o ideas en las redes. A menudo los periodistas en los medios no saben a quién referirse y los activistas rara vez dicen quién está trabajando en estos temas en el campo de la investigación. Esto es importante por tres razones: 1) demostrar que los activistas están al tanto de los últimos avances en el tema, 2) superar en la práctica los recelos entre el activismo y la academia, y 3) elevar la calidad de la discusión y dar a difusión los trabajos académicos que se desarrollan en el país (y que involucran tanto esfuerzo en el contexto de una temática emergente y resistida como lo es la cuestión animal).

Y cuarto, es el problema de los *influencers* que se «filtran» en el ámbito académico sin mayor experiencia ni formación, ocupando espacios que deberían estar tomados por quienes sí están formados para ello. Aunque en las plataformas de red social puedan generar gran adhesión, simpatía y visibilidad, siendo figuras consideradas y validadas al interior del movimiento; como consecuencia no esperada de la acción, al movimiento animalista le resta credibilidad que la figura presentada como legítima para presentarse en espacios académicos sea un *influencer* y no un académico. Este cuarto problema no quita que el activismo y la academia promuevan la creación y consolidación de espacios articuladores de diálogo, intercambio y aprendizaje colectivo. Lo que se intenta reconocer es que hay espacios para cada actor o figura en donde cada uno tiene mayor fortaleza y un rol imprescindible que ocupar. Mientras unos debaten y conquistan espacios en la academia para un tema emergente y muchas veces considerado menor e invisibilizado dentro de los campos de saber, los otros acercan estos temas al público en general y colaboran en la creación de redes activistas y en demandar a los gobiernos y empresas, disputa en la cual sin lugar a dudas la palabra y figura de académicos animalistas oficia un valioso aporte en la promoción de políticas y transformaciones socioambientales con perspectiva en derechos animales. El que sea un activista en redes quienes se presente en la academia como figura habilitada a defender la cuestión animal, termina por ubicar la cuestión animal en desventaja frente a figuras antagonistas que detentan discursos avalados por la cultura carnista y el «lobbie de la carne» que busquen horadar su credibilidad, y por ende la importancia del tema.

Reflexiones finales

Las viejas y las nuevas arenas están siempre vigentes y son un nudo clave en el entretejido de las luchas animalistas. A favor o en contra, no pueden ignorarse, o peor aún, pecar de candidez en las reglas de juego que impone cada dispositivo. De esta forma se imponen estrategias hacia el interior y el exterior

del movimiento, que son necesarias para superar las problemáticas que presenta cada dispositivo, y aprovechar al máximo las oportunidades que los actores del movimiento pueden generar con estos dispositivos. En lo que refiere al trabajo que se requiere realizar hacia el interior del movimiento, uno tiene que ver con el *manejo de los medios masivos de (des)información*. Y se resume en que es imprescindible generar espacios para profesionalizar el activismo en América Latina. Para ello, algunas estrategias son vitales.

Primero, sincerarse frente a las propias limitaciones, y conocer cuáles son los temas que se manejan con solvencia, y cuáles requieren formación aún: hablar de temas sobre los que se ha leído poco como si se conocieran a fondo, es un arma de doble filo que no conviene experimentar. Para ello, es ideal planificar los temas a tratar y los temas a evitar, y desarrollar estrategias específicas para orientar la conversación a las áreas de interés y expertise.

Segundo, aprender sobre cómo manejar las entrevistas, ya sea en las que se participe en los medios masivos como en las transmitidas en las plataformas de red social, el cuidado de la imagen personal y el uso del lenguaje, etc. Esto permitirá proyectar una imagen de legitimidad y confianza para el público en general que no está familiarizado con el tema de la cuestión animal.

Y tercero y último, comprender que el carnismo está instalado en la sociedad, y que ninguna acción violenta será bien acogida por el común de las personas. En estos actos es cuando, en general, se cumple la sinécdoque «del vegano» por «los veganos», y «los veganos» por «el movimiento animalista», cuestión que refuerza un estereotipo asociado a la idea de «vegano fundamentalista» que les ubica en el lugar de la violencia, refuerza como víctimas a los seres humanos, corre el enfoque de la discusión, y termina desfavoreciendo la expansión de la ética vegana y la desnaturalización del especismo en la sociedad.

En cuanto a las *prácticas sociales con plataformas de redes sociales*, es imprescindible, como plantea Murolo, educar para la construcción de audiencias comprometidas con la información que consumen. Partir de la base de no sólo chequear los perfiles de donde proviene la información compartida, sino invitar a quienes la consideran falsa a hacerlo también. Investigar y divulgar quiénes son los que ofrecen la información silenciada por los medios masivos, el tipo de información que difunde y sus fuentes, sus integrantes y su trayectoria, sus redes y contactos considerados fiables, comprometidos y formados; para demostrar su real veracidad a quienes prefieren escudarse en la posibilidad de que sea una farsa; y también para descubrir aquellos que, presentados como confiables, en realidad no lo son.

Nos interesa cerrar este artículo abriendo el debate. Es urgente problematizar y poner de manifiesto las estrategias que ponen en práctica los medios masivos para desinformar y/o invisibilizar al sistema alimentario carnista. Y también, hacer

aportes para reflexionar críticamente sobre las estrategias que debilitan la legitimidad del movimiento animalista, directa o indirectamente, a partir de la realización de prácticas sociales producidas *en y con* las plataformas de redes sociales, las cuales vienen siendo inadvertidas tanto por activistas como por la mirada académica.

Referencias

- Adams, C. (s.f.). La construcción social de los cuerpos comestibles y los humanos como predadores. *Vegetarianismo.net*. <http://www.vegetarianismo.net/servejeta/cuerpos-comestibles.html>
- Almiron, N. & Zoppeddu, M. (2014). Eating Meat and Climate Change: The Media Blind Spot—A Study of Spanish and Italian Press Coverage. En: *Environmental Communication*, 9(3), 307-325, <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.953968>
- Andreatta, M. M. (2017). ¿Veganos en riesgo? Un análisis de los cuestionamientos habituales a la calidad nutricional de la alimentación vegana. En: Navarro A. & González, G. (Eds.). *Es tiempo de coexistir: perspectivas, debates y otras provocaciones en torno a los animales no humanos*. La Plata: Editorial Latinoamericana Especializada en Estudios Críticos Animales. <http://bit.ly/coexistir>
- Andreatta M. M. & Camisassa, C. M. (2017). Vegetarianos en Córdoba: un análisis cualitativo de prácticas y motivaciones. *Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21*, 10(2), 1-21. [Dhttps://contenidos.21.edu.ar/descargas/institucional/ciencia_tecnica/anio10_nro_2_andreatta_y_camisassa.pdf](https://contenidos.21.edu.ar/descargas/institucional/ciencia_tecnica/anio10_nro_2_andreatta_y_camisassa.pdf)
- Gallo, D., Manuzza, M., Echegaray, N., Montero, J., Munner, M., Roviroso, A., Sánchez, M.A. & Murray, R.S. (2014). *Alimentación vegetariana*. Buenos Aires, Sociedad Argentina de Nutrición. [http://www.sanutricion.org.ar/files/upload/files/Alimentacion Vegetariana Revision final.pdf](http://www.sanutricion.org.ar/files/upload/files/Alimentacion_Vegetariana_Revision_final.pdf)
- Gendler, M. (2019). Personalización algorítmica y apropiación social de tecnologías. Desafíos y problemas. En: A. L. Rivoir & M. J. Morales (Coords.) *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina*, (pp.299-317). Buenos Aires: Clacso / RIAT. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>
- Gendler, M. (2018). Gubernamentabilidad algorítmica, redes sociales y Neutralidad de la Red. Una relación necesaria. *Avatares de la comunicación y la cultura*, 15, <https://publicaciones sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/4888/4021>
- Guerrero Azañedo, S. (24 de enero de 2013). Charla: *Educación especista; cómo inculcar un prejuicio*. TVAnimalista <https://www.youtube.com/watch?v=b1c3j-tKsD0>
- Joy, M. (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 Editores.

Méndez, A. (2019). Apropiación tecnológica y movimiento animalista. En: A. L. Rivoir, & M. J. Morales (Coords.) *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina*, (pp. 371-389). Buenos Aires: Clacso / RIA <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

Méndez, A. (2016). La emergencia de nuevos imaginarios socio-ambientales. Críticas y alternativas al especismo institucionalizado. *Apuntes de Investigación del CECYP*, N° 27, (pp.159-185). Buenos Aires: Grupo de Estudios en Cultura, Economía y Política, Instituto de Investigaciones Gino Germani (FSOC-UBA). <http://apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/570/459>

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, 2. <https://atheneadigital.net/article/view/n2-mora>

Murolo, L. (2019). La posverdad es mentira. Un aporte conceptual sobre *fake news* y periodismo. En: R. Aparici & D. García Marín (Coords.). *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona, Editorial Gedisa.

Navarro, A. (2017). Los macro relatos sobre la carne y su impacto en la estructuración del especismo antropocéntrico en Argentina: el discurso de las instituciones legitimadas/legitimantes y su impacto en la subjetividad. En: A. Navarro & G. González (Eds.). *Es tiempo de coexistir: perspectivas, debates y otras provocaciones en torno a los animales no humanos*. La Plata: Editorial Latinoamericana Especializada en Estudios Críticos Animales. <http://bit.ly/coexistir>

Navarro, A. (2016a). Carnismo y educación especista: redes de significaciones en las representaciones sociales que estructuran el especismo antropocéntrico en Argentina. En: *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales*, II(II), <http://revistaleca.org/journal/index.php/RLECA/article/view/45>

Navarro, A. (2016b). *Tesis doctoral inédita: Representaciones e identidades del discurso especista: el caso de la carne vacuna y sus derivados en la Argentina (2000-2012)*. Disponible en SEDICI: <http://hdl.handle.net/10915/52068>

Navarro, A. & Andreatta, M. (2019). Sistema alimentario carnista y crisis climática. *Question/Cuestión*, 1(64). <https://doi.org/10.24215/16696581e234>

Pedersen, H. (2004). Schools, Speciesism, and Hidden Curricula: The Role of Critical Pedagogy for Humane Education Futures. *The Journal of Futures Studies*, 8(4), 1-13. <https://gup.ub.gu.se/publication/128481>

Steinfeld, H., Gerber, P., Wassenaar, T., Castel, V., Rosales, M. & de Haan, C. (2009). *La larga sombra del ganado. Problemas ambientales y opciones*. Roma: FAO. <http://www.fao.org/docrep/011/a0701s/a0701s.pdf>

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.