



Memoria de trabajo de fin de grado

**Pérdida ética del veganismo, perspectiva capitalista y
monetización del movimiento. *NORMALIZAR LA
MUERTE: CONSUMIR ANIMALES***

Vanessa González Hernández

Tutor/a: María José Ruiz Acosta

Grado en Periodismo.

Curso 2022-2023.

Universidad de Sevilla.

ÍNDICE

RESUMEN	pág 3
PALABRAS CLAVE	pág 3
OBJETIVOS	pág 4
METODOLOGÍA	pág 5
CONCLUSIONES	pág 6
REFERENCIAS	pág 7
ANEXO	pág 10

RESUMEN

Los principios del veganismo datan de los años cuarenta, y por aquel entonces, los cimientos del movimiento estaban claros. Una parte de la población comenzó a tomar conciencia sobre la opresión y el abuso que el ser humano ejercía sobre los animales, denotando una relación de superioridad que hoy conocemos como especismo. Durante su recorrido, el veganismo ha evolucionado y se ha reconvertido, haciendo que los veganos tomen caminos diferentes. Algunos de ellos abogan por un veganismo bienestarista, mientras que otros están a favor de un veganismo abolicionista, más interseccional y políticamente activo. La cuestión es que, pese a que la alimentación es uno de los puntos esenciales del movimiento, no es la única, y las nuevas sociedades de consumo han asumido el veganismo como una seña identitaria, con su plena consideración como una dieta. Esto, sin duda, hace peligrar los fundamentos éticos más profundos del activismo vegano, y ha llamado la atención del capitalismo para crear un nuevo nicho de mercado: el mercado vegano.

ABSTRACT

The beginning of veganism dates from the 40's. By then, foundations of the movement were so clear. A part of the population started to become aware about how humans oppressed and abused of animals, something well-known nowadays as speciesism. Over its trip, veganism has developed and repurposed itself, making vegans take different rides. Some of them, advocate for welfarism, meanwhile others are in favor of abolitionist veganism, in an intersectionality and active politically way. What's more, food is one of the most important issues of the movement, but it's not the only one. New consumption society assumed veganism as a distinguishing feature, and, in addition, as a diet. Therefore, this way to consider veganism puts in risk the ethical and deepest foundations of vegan activism, and capitalism has felt stood out about this new opportunity: the vegan market.

PALABRAS CLAVE

Veganismo, animales, ética, consumo, consumo ético, identidad, dieta, activismo, opresión, alimentación, mercado, capitalismo.

KEY WORDS

Veganism, animals, ethic, consumption, ethic consumption, identity, diet, activism, oppression, food, market, capitalism.

OBJETIVOS

Los objetivos del reportaje y la investigación son diversos. En primer lugar, tratarse de una investigación con posibilidad de ser considerado como un trabajo de divulgación sobre el veganismo, y poder dar una visión amplia, cercana y no estereotipada del movimiento.

En segundo lugar, después de tratar algunas nociones más básicas como históricas, cronológicas y éticas, analizar cómo se relaciona la sociedad actual con el veganismo. A través de un estudio de la alimentación a lo largo de la historia con la ayuda de un antropólogo agroalimentario, captar la esencia del enlace entre las sociedades modernas, el individualismo y la búsqueda de señas de identidad.

En tercer lugar, examinar de qué manera ha intercedido la popularización del movimiento y la equiparación de este con las dietas nutricionales en los motivos finales del veganismo, apartando a los animales del foco de la causa.

En cuarto y último lugar, indagar acerca del nacimiento del mercado vegano -fruto directo de la popularización y la mera consideración del movimiento como una dieta-, y cómo esta somera propaganda del veganismo, resultante de la intromisión capitalista, cuestiona sus principios éticos y políticos.

METODOLOGÍA

Para elegir un tema entre un amplio abanico de cuestiones de índole social que me interesaban, me decanté por alguno que estuviese patente en la actualidad, con la ayuda de la tutora para la selección. Dado que mis conocimientos acerca del asunto eran básicos y escasos, la primera premisa era conocer el movimiento. En esa primera búsqueda y lectura rápido entendí la importancia de los valores éticos que propugna el veganismo, y la interseccionalidad que exige para una lucha activa eficaz. La ética se convirtió en la primera clave para buscar el enfoque, además del notorio debate en redes sociales acerca de las dietas veganas, algo que en los últimos años el capitalismo ha aprovechado muy bien.

Una vez escogido el enfoque, realicé una búsqueda para ponerme en contacto con organizaciones, santuarios y personas influyentes del veganismo en redes sociales, y concretar alguna entrevista. Además de estos, creía conveniente contar con la opinión de un antropólogo y de un experto en marketing y mercado. A la vez que se concretaban las entrevistas, me encargaba de precisar la documentación, ciñéndola esta vez más al enfoque de veganismo social, ético, consecuencias de la consideración del veganismo como dieta, y auge del mercado vegano, entre algunos otros.

Realizadas las entrevistas y recopilada toda la información necesaria, procedí a la redacción del reportaje, y posteriormente, a su maquetación. Para los recursos gráficos de esta, además de alguna fotografía propia, contaba con la autorización del santuario entrevistado para utilizar fotografías suyas y de sus redes sociales y del antropólogo entrevistado. Completé esos recursos con algún archivo de bancos de imágenes libres de derechos de autor.

CONCLUSIONES

Conclusiones referentes a lo aprendido durante la realización del trabajo de fin de grado.

La importancia de la investigación inicial es uno de los puntos principales. Al enfrentarme a un tema que era ajeno a mi conocimiento, no solo he precisado de fuentes de información para tratar el tema concreto, sino también de un trabajo de documentación previa sobre las bases del veganismo, para luego poder emplearme en las cuestiones que trazaban la línea del reportaje.

Resaltaría la disciplina requerida a la hora de recopilar toda la bibliografía que se consulta a lo largo de la elaboración del producto periodístico, y la importancia del derecho a la autoría de cada información utilizada en el mismo.

La búsqueda de fuentes es imprescindible, y no solo eso, sino también el trato con ellas y la selección de información de entre entrevistas de más de 40 minutos en algunos casos.

Sin olvidar la creación de una estructura de trabajo que puede ser repetida y mejorada para investigaciones y proyectos futuros: búsqueda y selección de información, búsqueda y contacto con las fuentes, la distinción entre toda la información de los aspectos más relevantes y su agrupación en un mismo lugar, las múltiples lecturas, las entrevistas y por último, la elección de los diferentes puntos a tratar y la redacción y maquetación propia.

Conclusiones referentes a lo aprendido sobre el tema durante la realización del trabajo de fin de grado.

Tal y como he mencionado, el veganismo era un tema ajeno a mi conocimiento más allá de su definición y algunas nociones básicas. Investigar acerca de sus principios me ha proporcionado conocimientos a nivel histórico y sobre personajes relevantes. En la investigación referida a las bases éticas del movimiento, he adquirido conocimientos acerca de su relación con la filosofía y los movimientos activistas de décadas pasadas, además de la existente división del movimiento en veganos bienestaristas y abolicionistas. Por último, en cuanto a la investigación acerca de las consecuencias sociales de su consideración como una dieta y el crecimiento del mercado vegano, los conocimientos adquiridos son variados y extensos: la percepción del veganismo como una seña de identidad por las nuevas sociedades de consumo; su incipiente revalorización y limitación a una dieta para continuar participando de un sistema gordofóbico, opresivo y patriarcal (si hablamos de personas veganas) que desvía el foco de atención de los animales; los distintos y cambiantes hábitos culturales que van desde la relación del ser humano con la comida hasta su relación con sus semejantes; y el entendimiento sobre la toma de poder del capitalismo y grandes empresas del movimiento como una oportunidad que deteriora los esfuerzos del veganismo por acabar con la opresión y el abuso animal ejercido por el hombre.

REFERENCIAS

“¿Cuánto dinero mueve el mercado vegano?”. (5 de mayo de 2020). *Taxo Valoración*. Recuperado de: <https://taxo.es/mercado-vegano/>

“Especismo: qué es, ejemplos y argumentos”. *Vitamina Vegana*. Recuperado de: <https://www.vitaminavegana.com/especismo-definicion-ejemplos-argumentos/>

“Mercado vegano, crecimiento exponencial y retos de una industria que valdrá 24 mmd en 2026”. (8 de julio de 2020). *LA7EM*. Recuperado de: <https://la7em.com/mercado-vegano-crecimiento-exponencial-y-retos-de-una-industria-que-valdra-24-mmd-en-2026/>

“Opinión: Las grandes multinacionales están conquistando el mercado vegano. ¿Es bueno o malo?”. (7 de abril de 2021). *Vegconomist*. Recuperado de: <https://vegconomist.es/mercado-y-tendencias/opinion-las-grandes-multinacionales-estan-%20conquistando-el-mercado-vegano-es-bueno-o-malo/>

“Pitágoras, el primer vegano”. (21 de mayo de 2022). *VegMadrid*. Recuperado de: <https://www.vegmadrid.es/pitagoras-el-primer-vegano/>

“Vida vegana saludable”. 2021. *Revista integral*. Recuperado de: <https://www.larevistaintegral.net/vida-vegana-saludable/>

Cano Herrera, M. (24 de marzo de 2015). “Relaciones entre animales humanos y no humanos a lo largo de la Historia”. *El caballo de Nietzsche, El Diario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/relaciones-animales-humanos-largo-historia_132_4326282.html

Díaz Carmona, E. M. 2012. “Perfil del vegano/a activista de liberación animal en España”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Nº139, págs. 175-188.

Díaz Carmona, E. M. 2017. “El veganismo como consumo ético y transformador. Un análisis predictivo de la intención de adoptar el veganismo ético”. *Universidad Pontificia Comillas Madrid*.

Diez, Álvarez. A. 2021. “Vegetarianismo y veganismo en el mercado español”. *Facultad de Comercio de la Universidad de Valladolid*. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51559/TFG-J-276.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fernández, L. Parada, G. 2022. “El veganismo no es una dieta. Una revisión crítica antigordofóbica y antiespecista del ‘veganismo de estilo de vida’”. *Animal Ethics Review* 2, no. 1 (Mayo): 44-59.

Lobo Callieri, L. (2 de marzo de 2021). “Las ventas de productos veganos crecen un 48% en España en los últimos 2 años”. *Bueno y Vegano*. Recuperado de: <https://www.buenoyvegano.com/2021/03/02/productos-veganos-crecen-espana-2-anos/>

Malagón, P. (29 de julio de 2019). “Beyond Meat acumula una revalorización del 840% desde que salió a bolsa”. *Dirigentes Digital*. Recuperado de: <https://dirigentesdigital.com/inversion/beyond-meat-acumula-una-revalorizacion-del-840-desde-que-salio-a-bolsa-ND1353852>

Malagón, P. (30 de mayo de 2019). “Las hamburguesas veganas se disparan en bolsa un 240% en tres semanas”. *Dirigentes Digital*. Recuperado de: <https://dirigentesdigital.com/bolsas-y-mercados/las-hamburguesas-veganase-disparan-en-bolsa-un-240-en-tres-semanas-FA1075733>

Martínez Biarge, M. 2022. “Ética deontológica vs utilitaria en el veganismo”. *Bueno y vegano*. Recuperado de: <https://www.buenoyvegano.com/2022/03/15/etica-deontologica-utilitaria-veganismo/>

Molina Reguilón, B. S. F. “La confusa relación del ser humano con los animales”. *Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado de: <https://webs.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/206/art3037.pdf>

Müller, S. C. (6 de mayo de 2019). “El poder económico del veganismo arrastra al sector de la comida rápida”. *Dirigentes Digital*. Recuperado de: <https://dirigentesdigital.com/economia/nacional/el-poder-economico-del-veganismo-arrastra-al-sector-de-la-comida-rapida>

Novak, D. S. F. “Veganismo y economía capitalista”. *Revista mestiza*. Recuperado de: <https://revistamestiza.unaj.edu.ar/veganismo-y-economia-capitalista/>

Pérez Alberca, A. (17 de septiembre de 2022). “Bloomberg asegura que los negocios de productos veganos aumentarán su facturación un 250%”. *Autónomos y emprendedor*. Recuperado de: <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/tu-negocio/bloomberg-negocios-veganos-aumentaran-facturacion/20220916170745027762.html>

Real Academia Española. “Especismo”. *Diccionario de la lengua española, 23ª ed., [versión 23.6 en línea]*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/especismo>

Romera, J. (21 de diciembre de 2017). “La alimentación vegana: un negocio de 5.000 millones”. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/8824928/12/17/La-alimentacion-vegana-un-negocio-de-5000-millones.html>

Ruiz, L. L. (14 de marzo de 2017). “Los veganos somos un nicho de mercado, el peligro es ser absorbidos por el capitalismo”. *El caballo de Nietzsche, El Diario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/nicho-mercado-capitalismo-neutralice-resistencia_132_3523757.html

Vargas Seguel, P. A. 2009. “El discurso de los y las jóvenes ambientalistas, veganos, vegetarianos y animalistas; y la construcción de la identidad juvenil”. *Facultad de*

Ciencias Sociales de la Universidad de Chile. Recuperado de: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/105752/cs-vargas_p.pdf?se

Velázquez-Gaztelu, J.P. 2022. “El poder económico del veganismo”. *Alternativas económicas*. Recuperado de: <https://alternativaseconomicas.coop/articulo/dossier/el-poder-economico-del-veganismo>

ANEXO

ENTREVISTAS

Entrevista 1. Francisco Javier Peña Rodríguez, antropólogo.

-Esta línea de investigación me atrae mucho y me llama la atención. Mi tesis no va a desarrollar exactamente el veganismo, eso fue un TFG que hice hace unos años, pero yo lo que estoy analizando es la agricultura ecológica y cómo está ocurriendo el mismo fenómeno que con el veganismo, que al final cuando hay un movimiento social que no le interesa al capitalismo, porque lo que le interesa es sacar beneficio tanto de las personas y de todo lo que podamos consumir, tratan de eliminarlo y cuando ven que no se puede eliminar lo normal es que haya un contraataque e intentan sacar provecho de él. Y con la agricultura ecológica está ocurriendo básicamente lo mismo, que estamos viendo una hoja de productos ecológicos en supermercados, sobre todo en grandes cadenas, y realmente lo único que tiene ecológico es el sello, que el sello lo que dice es que no ha utilizado productos químicos de síntesis, pero luego no te está hablando de dónde vienen esos productos, si recorre largas distancias, las cuestiones sociales, también quién lo está produciendo, si obtiene un beneficio justo por esos productos... O sea, que está ocurriendo básicamente lo mismo que con el veganismo con este tipo de agricultura y es lo que trato yo un poco de investigar y cómo están surgiendo nuevas cooperativas agroecológicas, que si están plantando cara al sistema agroalimentario dominante y a un movimiento mucho más político que, por ejemplo, no comprar un producto en el Mercadona.

+¿Cómo diría que está condicionada culturalmente la comida?

-Naturalmente, siempre lo está. Pero hay una tradición que se altera, Porque hoy en día no sabemos de dónde vienen los productos, llegamos al supermercado y básicamente no nos fijamos de donde viene. Se cultivaban como eran plantas medicinales que había en el territorio y que antes nuestros abuelos conocían. Mi abuela iba al campo y podía conocer la verdolaga, por ejemplo, conocían cientos de plantas con las que se alimentaban y que hoy en día no las conocemos y creo que hay lugares donde se está dando una contrapartida a esta globalización, por ejemplo, en Bolivia. Ahí me resulta un caso llamativo y lo cuento mucho en clase cuando hablamos de estos temas de alimentación, McDonald's quiso implantar sus grandes cadenas de comida en Bolivia y es el único país que al menos yo conozca que han conseguido que no se implantara allí McDonald's y fue por varias cuestiones. Una de ellas porque sabían que eso era una intromisión a su práctica cultural y a su forma de alimentarse, como ahora que están surgiendo movimientos del buen vivir, no? Y del Love Food en muchos países, y es por eso por volver a conectar con nuestra comida y a comer de una manera como hacíamos antes. También una de las causas del rechazo, fue que McDonald's tiene unos precios, digamos, estandarizados para todos los países del mundo y esos precios eran mucho más altos que los de la economía de que tienen en Bolivia, claro consiguieron que el McDonald's, por ejemplo allí no se implantara. Entonces creo que la globalización está consiguiendo que nos alejemos cada vez más de nuestras prácticas culturales en torno a la alimentación también.

+¿La comida satisface necesidades sociales? Si es así, ¿de qué manera se podría relacionar esto con el veganismo?

El tema del trabajo que tenemos hoy en día, un trabajo cada vez más precarizado que requiere el comer rápido porque tenemos que ir a trabajar y todo eso está llevando a este problema, aunque haya cosas beneficiosas. Yo creo que hay cosas beneficiosas, una de ellas, que antes comíamos mejor, pero a costa de las mujeres porque eran las mujeres las que se encargaban de cocinar y normalmente en la sociedad rural tradicionales, y en sociedades urbanas de no mucho más atrás nos podemos ir 30, 40, 50 años atrás, no hace falta más, y bueno, sigue pasando en muchos sitios que las mujeres eran las encargadas de la alimentación y el hombre hacía las cosas fuera de casa y eso tenía su parte positiva, que es que la familia se alimentaba mucho mejor acostada siempre de la mujer y el haberse cambiado el mercado de trabajo era empezar a contar con las mujeres también ha supuesto que nuestras prácticas culturales cambien en ese sentido.

Por otro lado, yo creo que ese tema importante porque no solamente es comer, sino que detrás de ellos y los rituales hay unas prácticas. Antes era un ritual de conectar con la familia también con amigos y ya podemos ir a sitios y ver a gente que está comiendo en solitario, incluso podemos encontrarnos en una casa que una persona tiene un menú vegano, el hermano a lo mejor está yendo al gimnasio y tiene un menú en el que utilizan muchas proteínas y es posible que el padre esté a dieta y come una comida baja en calorías y que la madre con otra comida distinta. Creo que culturalmente también se está produciendo una anomia, digamos en la alimentación y hay mucho más individualismo y creo que esa práctica alimentaria, que lo que hacían también era una función socializadora cada vez estar empezando a cumplir menos esa función en parte también por esto, por el sistema que tenemos, que es un sistema económico, que lo que hace es que lo frenetiza todo no, por así decirlo, está todo revolucionado. Tenemos que ir súper rápido y luego, yo uno de los temas que hablaba en el capítulo que publiqué, el tema del posmodernismo, de cómo al final la comida supone una identidad para nosotros y en esta sociedad están posmodernas las que nos encontramos que todos cambiantes que parece que tenemos que destacar que diferenciarnos, pero a la vez pertenece a un grupo eso.

Desde mi punto de vista también implica que hay personas que están adoptando el veganismo, por ejemplo, no como una postura ética y política como tuvo en su origen, sino que en muchas ocasiones, yo por ejemplo, siempre pongo el caso de Jennifer López, de una persona que es supuesta vegana, pero luego es amante de las pieles y parece que lo que se busca es más bien una identidad el resaltar el ser como diferente en esta sociedad posmoderna, no, pero a la vez tratar de pertenecer a un grupo y creo que eso también está afectando a nuestras prácticas culturales, y a ampliar un montón que nos relacionamos con la alimentación. Diría que con el individualismo que se da ahora nuestras prácticas alimenticias por así decirlo son más como que están más separadas.

+ ¿Qué cambios sociales pueden hacerse notorios en una sociedad o comunidad cuando entra el juego el veganismo? ¿Son todos buenos o malos?

Creo que el veganismo puede tener un cambio social muy importante si tenemos en cuenta también otras variables no solamente consumir productos veganos, sino también sobre todo hay mucha gente que el tema del veganismo lo hace por el medio ambiente y por los animales. Y sí, el veganismo creo que sí puede tener fuerza, que sea un mecanismo en pro del territorio, en pro de la alimentación local de los pequeños comerciantes, de los canales cortos de comercialización.

De hecho, nosotros hicimos un estudio hace un par de años en el que analizamos a consumidores de personas que consumen productos ecológicos de Carrefour y de canales convencionales y consumen productos ecológicos en canales alternativos sería canales de venta directa de productos al consumidor más cercano donde hay una dimensión política y veíamos que las personas que consumían en este tipo de canales, los alternativos tenían un estilo de vida mucho más saludable y aparte consumían productos que tenían mucho menos impacto ambiental. O sea que creo que el veganismo puede meter un cambio social muy importante y despertar conciencia de muchas personas para que empiecen a implementarlo pero que tiene que estar para que sea un cambio real y no solamente sustituir productos basados en carne por productos veganos para darle la vuelta al sistema capitalista que es el que está haciendo realmente que consumamos tanta carne. tiene que ir con otras medidas y algunas de ellas sería que no fuera solamente vegano, sino que sea vegano que sea local no consumir. Por ejemplo hamburguesas de soja, no que mucha gente también que hace esa transición de consumidor de carne o carnistas, que bueno eso también me parece un punto importante que llamamos vegano y le ponemos nombre al vegano que algo que habla la autora Melanie Joe en un libro que también de un libro muy importante, que creo que se llamaba por qué no alimentamos con las cerdos, nos vestimos con las vacas y llamamos a los perros o algo así se llama el libro, habla de ponerle nombre a un sistema opresor como ha sido el machismo, que el machismo no tenía nombre hasta que las mujeres y la sociedad empezó a darse cuenta de que eso era un sistema discriminatorio y con el veganismo ocurre lo mismo llevamos veganos, pero nos llevamos la gente que come carne o carnistas no le ponemos un nombre, sino como si fuera lo normal lo normalizado y creo que importante hacer esa puntualización.

Lo que lo que te comentaba, que creo que un veganismo de verdad tiene que ser un veganismo anticapitalista un veganismo que apoye otro tipo de economía transformadora y cooperativa y no simplemente esta sustitución de comer animales porque al final ocurre que quitarle esa dimensión política que tendría que tener el movimiento pasa que llega una gran una empresa y empieza con productos vegan y ya tiene un tiene un nicho de mercado con el que están ganando una suma de dinero bastante sustanciosa sin cambiar el modelo, siguiendo con un modelo de explotación o incluso que Burger King te venda una hamburguesa vegana, vamos cuando es una empresa que con otros productos sigue explotando animales.

+¿Qué impacto cultural puede tener una mayor adopción de este estilo de vida en la población? ¿Qué ventajas o desventajas tendría?

Pues de manera generalizada, por poner un ejemplo, el tema de la raza autóctona que han sido obligadas a adaptarse al territorio que requieren estar adaptadas tanto las enfermedades del territorio requieren menos antibióticos y todo ese sistema cultural que hay detrás de la ganadería extensiva. También por ejemplo se podría perder entonces ese debate sé que existe no sabría posicionarme porque no me podía posicionar ninguna parte ni en otra porque creo que la ganadería extensiva es importante y creo que el veganismo es muy importante en la crisis ecosocial pero si es cierto que se debate entre entre académicos y académicas de ganadería extensiva o veganismo.

Y no sé, a nivel de la comida, quizás si empezará si se empezara a implantar de una manera más generalizada y sobre todo asociando los movimientos como el Slow Food y demás, porque evidentemente cambiaría muchísimo nuestra nuestras prácticas culturales en torno, alimentación y esta anomia de la que hemos estado hablando no del consumidor

individualizado, quizá empezaría a superarse por frente a una persona a un comensal más, con esa práctica cultural de compartir, de comer juntos y de socializar, lo que vemos ahora como normal, ¿no? Podría empezar a ser normal en un estado vegano, por así decirlo.

Entrevista 2. Fani, voluntaria y fundadora del Santuario Animal Almas Veganas.

+¿Qué diferencia existe entre el veganismo y el veganismo ético?

Diría que no hay otras formas o eres vegan o no lo eres, lo demás son etiquetas que se ponen cada persona para sentirse mejor para intentar encajar o no, no sé muy bien el por qué. Pero solo hay una forma de ser vegan vale, pero no hay formas diferentes de ser vegan, al final es dejar de participar de la opresión, ¿no? Y luchar, ¿vale? Son muy diferentes los motivos iniciales del movimiento digamos por los que se luchaba hace tiempo a los que son más comunes actualmente por desgracia.

Está quedando ahora mismo un movimiento que es como más por el propio bienestar, no se deja de usar animales que esto es genial, pero parece como un mérito, parece un mérito cuando es algo básico, es un mínimo dejar de oprimir a alguien, ¿no? Entonces se queda mucho en el bienestar, en lo personal en sentirnos bien, se centra mucho en la comida muchísimo también y se olvida de la parte activa de lucha. Y el soporte de la gente que lucha y eso hace que el movimiento esté pues bastante decaído, nada unido porque no hay unión y por tanto pues hace que vayamos peor y en consecuencia los animales.

+ ¿Cree que eso tiene que ver con cómo se está monetizando? Es decir, ahora que hay tantos productos como que se considera el veganismo como una dieta incluso...

Claro tiene que ver por supuesto el capitalismo está aquí detrás, al final el capitalismo es otra opresión, ¿no? Que se interconecta con el especismo y con todas las demás y en este caso, pues le interesa abarcar otro público. Pues como podemos poner el ejemplo del Burger King vegano, que no es vegano, pero tienen hamburguesa vegetal, pero en ningún caso sería vegana, porque proviene de la empresa que oprime animales, pero bueno, ¿qué pasa? Pues es eso, hay productos nuevos la gente se centra en tener esos productos que no están mal, pero molaría más centrarnos en productos de marca acética que existen pero bueno, aún así, no es incompatible que te guste la comida con luchar, lo que pasa que se queda solo en el tema de la comida. Y entonces pues claro, y también en otros factores, por ejemplo, influencers. Gente que hablando de una lucha consigue muchísima audiencia, se hacen populares y luego dejan de hablar tanto de esa lucha para hablar más de marcas, que al final está ahí detrás de capitalismo y es lo mismo que te estoy contando, pero de otra versión, claro, no se habla tanto de antiespecismo de lucha, directa de santuarios de animales, etcétera...

+ Eso que me has comentado es algo que está ahora muy patente, se pone mucho en debate de la falta de moral que hay en consumir productos que son veganos de empresas que no lo son, ¿cómo tratáis eso? ¿Cómo lo encajáis?

Nosotros básicamente para aprender. Para crecer y demás, es como que tienes tu idea y ya está, ¿no? ¿Entonces qué pasa? Que la gente se centra en eso en su propio bienestar en consumir y ya está sin mirar más allá de lo que está consumiendo. Al final seguimos perpetuando lo mismo porque es como si te compro yo leche vegetal de una marca como Pascual por ejemplo, pues al final qué más da que el producto en sí sea vegetal, si estás financiando una empresa que mata cada día millones de animales. Creo que falta pues, parte de politizarse no ir más allá de la primera fase que ves sino seguir no seguir aprendiendo para seguir quitándonos actitudes opresoras, no al final, intentar aprender y desaprender.

+¿Cree que el movimiento se está individualizando mucho? Con el tema del mérito...

Se está buscando el mérito propio de “yo no consumo”, pero eso no ayuda. Este año por ejemplo, no sirve de nada o sea sí, sirve pero no, porque al final es la realidad. Porque seamos más gente vegan, no dejan de matar más animales al menos de momento, para nada, pero para nada están en estadísticas de todo que no, entonces claro, no tiene mucho sentido, ¿no? Porque si tú te sientes mejor porque no formas parte de la presión, pero al final sigue igual la presión, ¿qué podemos hacerlo luchar? Pero es que falta muchísimo que la gente luche más allá de dejar de oprimir es un problema muy grave que hay en el movimiento mucho, la verdad, porque a lo mejor para la gente en general el luchar significa como mucho y una vez al año y hay muchas formas de luchar, hay muchas formas, no incomodar no callarse porque hay mucha gente que le da cosa el qué dirán su grupo de amigos etcétera... De eso se trata, hay muchos aspectos, pues eso a falta romper con que tenemos una realidad que está pasando, y que y que no podemos permitir tolerarlo, no que siga pasando posicionarse más y luchar y tener más unión solidaridad.

+ Ahora está muy de moda el veganismo como dieta, la gente lo toma como una dieta, y bueno, vosotros la asociaciones y santuarios veganos, ¿qué pensáis de eso o cómo intentáis concienciar que es un error?

Que es un error, es un error brutal esto siempre ha pasado a veces va mejor a veces hay épocas que más. Si te fijas ahora mismo empezará la época de festivales veganos y a lo mejor allí hay 25.000 personas, y te pongo otro ejemplo dentro de estos espacios que nosotros le criticamos un montón en verdad porque a lo mejor de 60 paradas hay 50 de empresas de comida y demás y 10 de santuarios junto a gente activista, ¿sabes? Ya ves tú la diferencia gente que lucha la lucha y de que vende cosas. Claro hablamos de lo mismo de la comida de lo que comemos, no y no es una dieta porque es mucho más allá los animales por desgracia, no están solo en el consumo desde comida no están todo, ¿no? Pero bueno, sí que es verdad que hay este problema si te fijas en redes sociales, tenemos mucho menos soporte, que somos la gente que estamos cada día luchando por animales directamente que cualquier página de recetas y, de hecho, ganando una pasta.

+ ¿Está a favor de las movilizaciones que, por ejemplo, piden que los animales tengan espacios dignos en mataderos o criaderos? ¿Qué fin pueden llegar a tener estas peticiones? ¿Diría que van en contra del veganismo ético?

Esto es una estrategia, es bienestarismo. Al final nosotros, por ejemplo, no estamos a favor de esto, aunque entendemos que es una estrategia porque al final es gente que lucha por poco a poco mejorar unas condiciones de vida dentro del especismo, que al final están muriéndose. Entonces bueno, para mí personalmente y como colectivo, obviamente para mí es una mierda porque al final es regular la explotación animal. A mí me da igual tener una jaula más grande, si me van a matar igual ¿no? Lo que quiero es que dejen de matarme, entonces a mí sinceramente me gustaría que la gente fuera al fin, concienciar sobre que no es necesario usar animales y todo esto no, pero hay mucha gente que se cree que no que la sociedad no está preparada. Entonces como que va poco a poco va es un camino más bien estadista. El bienestarismo es toda campaña, que regula la explotación animal en vez de querer abolirla, o sea, por ejemplo, jaulas más grandes huevos del cero en vez del tres. No, claro, un huevo de cero es mejor porque la gallina supuestamente ha

estado libre, pero cuánto tiempo y después, qué más da si luego va a tener una fecha de caducidad. Al final la van a matar igual cuando podría vivir el triple de años, al final lo que queremos es erradicar es el uso de animales, no si los matan mejor o peor.

Entrevista 3. María del Mar Cobeña, especializada en comercialización e investigación de mercados.

Entrevista 4. Soledad Castellero Quesada, antropóloga social y cultural por la Universidad de Granada.

Entrevista 5. Fundación Santuario Gaia, centro vegano de rescate y recuperación para animales de granja.

AUTORÍA DE LAS FOTOGRAFÍAS DEL REPORTAJE

Fotografía de portada. Procedente de las redes sociales y fotos de archivo proporcionadas por el santuario de Almas Veganas, que ha dado su consentimiento para su uso en este reportaje.

Fotografía página 2. Procedente de bancos de imágenes libres de derecho de autor, Pexels.

Fotografía página 3. Procedente de las redes sociales y fotos de archivo proporcionadas por el santuario de Almas Veganas, que ha dado su consentimiento para su uso en este reportaje.

Fotografía página 4. Procedente de las redes sociales y fotos de archivo proporcionadas por el santuario de Almas Veganas, que ha dado su consentimiento para su uso en este reportaje.

Fotografía página 5. Procedente de las redes sociales y fotos de archivo proporcionadas por el santuario de Almas Veganas, que ha dado su consentimiento para su uso en este reportaje.

Fotografía página 6. Francisco Javier Peña, entrevistado para la elaboración del reportaje, ha cedido la fotografía y dado su consentimiento para su uso en este reportaje.

Fotografía página 7. Procedente de bancos de imágenes libres de derecho de autor, Pixabay.

Fotografía página 8. Autoría propia.

Fotografía página 9. Procedente de las redes sociales y fotos de archivo proporcionadas por el santuario de Almas Veganas, que ha dado su consentimiento para su uso en este reportaje.