

Prácticas comunicativas y la adopción del veganismo en usuarios de redes sociales

Iván Osorio

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades- ECSAH

Programa de Comunicación Social

Bogotá

2022

Prácticas comunicativas y la adopción del veganismo en usuarios de redes sociales

Iván Osorio

Trabajo para optar al título de Comunicador Social

Director:

Ana Mónica Grismaldo Moreno

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades- ECSAH

Programa de Comunicación Social

Bogotá

2022

Resumen

El enfoque de las prácticas comunicativas nos revela las identidades que se construyen a lo largo de nuestras vidas ya sea en el ámbito formal o cotidiano, por ello, se hace necesario caracterizar, categorizar y analizar las prácticas comunicativas que surgieron para que muchas personas usuarias de redes sociales digitales y no digitales, hayan decidido ser parte de un grupo altruista que vela por la libertad de los animales: el veganismo.

Básicamente los veganos son un grupo de personas que luchan por la libertad de los animales que tienen la capacidad de sentir dolor y que son explotados por el ser humano. Tal comunidad, hace parte de los nuevos movimientos sociales, una que, aún hoy en día, es muy poco conocida, polémica y hasta segregada. Por ende, el objetivo de esta investigación fue el determinar y analizar las prácticas comunicativas que incidieron en la adopción del veganismo teniendo en cuenta los antecedentes históricos de actuales veganos usuarios de las redes sociales Facebook y YouTube.

Esta investigación, que contó con una alta participación de veganos usuarios de redes sociales de varias partes del mundo (más de 700, principalmente de Colombia, México, España y Argentina), tuvo un enfoque mixto: investigación cualitativa, cuantitativa, y descriptiva, bajo un paradigma hermenéutico e interpretativo en tres fases: la Fase #1, consistió en recolectar datos sociodemográficos de la población vegana y en identificar el cómo conciben los participantes el veganismo; la Fase #2, se dedicó a determinar los procesos históricos e interacciones que incidieron en la adopción del veganismo en los participantes teniendo en cuenta las redes sociales, donde se encontró que las producciones audiovisuales compartidas en las redes sociales son la herramienta más efectiva a la hora

concientizar y educar sobre la explotación animal, de hecho, las producciones audiovisuales que más impactaron e influenciaron la adopción del veganismo (videos subidos a YouTube), fueron documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky, lo que permitió estructurar la fase final; la Fase #3, que se encargó del análisis cualitativo y semiótico del contenido de aquellos videos y sus comentarios usando la Teoría de Valoración.

Palabras clave: Prácticas comunicativas, veganismo, explotación animal, población vegana, adopción del veganismo.

Abstract

The communicative practices approach reveals the identities that are built throughout our lives, whether in the formal or daily sphere, therefore, it is necessary to characterize and categorize the communicative practices that emerged so that many users of social networks digital and non-digital, have decided to be part of an altruistic group that watches over the freedom of animals: veganism.

Basically, vegans are a group of people who fight for the freedom of animals that have the ability to feel pain and are exploited by humans. Such a community is part of the new social movements, one that, even today, is very little known, controversial and even segregated. Therefore, the objective of this research was to determine and analyze the communicative practices that influenced the adoption of veganism, taking into account the historical background of current vegan users of the social networks Facebook and YouTube.

This research, which had a high participation of vegan users of social networks from various parts of the world (more than 700, mainly Colombia, Mexico, Spain and Argentina), had a mixed approach: qualitative, quantitative, and descriptive research, under a hermeneutic and interpretive paradigm in three phases: Phase #1 consisted of collecting sociodemographic data of the vegan population and identifying how the participants conceive veganism; Phase #2 was dedicated to determining the historical processes and interactions that influenced the adoption of veganism in the participants, taking into account social networks, where it was found that audiovisual productions shared on social networks are the most effective tool for time to raise awareness and educate about animal exploitation, in fact, the audiovisual productions that most impacted and influenced the adoption of veganism (videos uploaded to

the YouTube social network), were the documentary *Earthlings* and *The best speech you will ever hear* - Gary Yourofsky, which allowed to build the final phase; Phase #3, which was precisely in charge of the qualitative and semiotic analysis of the content of those videos, as well as the analysis of the comments emerging from them based on the Valuation Theory.

Key words: Communicative practices, veganism, animal exploitation, speciesism, vegan population, ethical position, becoming vegan.

Tabla de Contenido

Introducción.....	20
Planteamiento del problema.....	24
Formulación del problema.....	38
Objetivos.....	39
Objetivo general.....	39
Objetivos específicos.....	39
Justificación.....	40
Marco referencial de la investigación.....	44
Antecedentes.....	44
Marco teórico.....	63
Marco Metodológico.....	74
Tipo y enfoque de investigación.....	74
Muestra representativa.....	76
Técnicas e instrumentos.....	78
Fases de la investigación.....	79
Recolección de la información y análisis de resultados.....	83

Caracterización sociodemográfica de la población vegana y su concepción del veganismo.....	83
Procesos históricos y prácticas comunicativas en la adopción del veganismo.....	120
Documental <i>Earthlings</i> y <i>El mejor discurso que jamás escucharás</i> - Gary Yourofsky: Introducción y análisis de su contenido.....	144
Prácticas comunicativas emergentes en los comentarios de los videos: documental <i>Earthlings</i> y <i>El mejor discurso que jamás escucharás</i> - Gary Yourofsk.....	158
Análisis y discusión.....	187
Conclusiones.....	189
Otras Conclusiones y Recomendaciones.....	197
Bibliografía y referencias.....	204
Anexos.....	217

Lista de figuras

Figura 1. Publicidad italiana sobre huevos de gallina.....	33
Figura 2. Una de las fotografías obtenidas en una granja de gallinas ponedoras en Italia con unas condiciones pésimas.....	32
Figura 3. Esquema del proceso de hacerse vegano (McDonald, 2000).....	55
Figura 4. Resumen del sistema de valoración.....	71
Figura 5. Captura de pantalla recortada de un comentario de un video sobre veganismo en subido a YouTube.....	62
Figura 6. Captura de pantalla recortada de un comentario de un video sobre veganismo en subido a YouTube.....	62
Figura 7. Captura de pantalla recortada de un comentario de un video sobre veganismo en subido a YouTube.....	62
Figura 8. Poster of <i>Earthlings</i> (film).....	144
Figura 9. Captura de pantalla recortada del documental <i>Earthlings</i> subido a YouTube...	146
Figura 10. Captura de pantalla recortada del documental <i>Earthlings</i> en alemán subido a YouTube.....	147
Figura 11. Captura de pantalla recortada del documental <i>Earthlings</i> en francés subido a YouTube.....	147
Figura 12. Captura de pantalla recortada del documental <i>Earthlings</i> en portugués subido a YouTube.....	148

Figura 13. Captura de pantalla recortada del documental <i>Earthlings</i> doblado al español España subido a YouTube.....	148
Figura 14. Comentario en Google del documental <i>Earthlings</i>	150
Figura 15. Comentario en Google del documental <i>Earthlings</i>	150
Figura 16. Comentario en Google del documental <i>Earthlings</i>	150
Figura 17. Captura de pantalla recortada los videos más vistos subidos por el canal de YouTube TheAnimalHolocaust.....	152
Figura 18. Captura de pantalla recortada de El mejor discurso que jamás escucharás – Gary Yourofsky subido a YouTube.....	153
Figura 19. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	159
Figura 20. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	160
Figura 21. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	161
Figura 22. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	162
Figura 23. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	163

Figura 24. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	164
Figura 25. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	165
Figura 26. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español.....	166
Figura 27. Captura de pantalla recortada de varios comentarios de video <i>Earthlings</i> Documentary.....	167
Figura 28. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	169
Figura 29. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	170
Figura 30. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	171
Figura 31. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	172
Figura 32. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	173
Figura 33. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	174

Figura 34. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube:

El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky.....175

Figura 35. Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube:

El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky.....176

Lista de tablas

Tabla 1. Técnicas, instrumentos y población según cada Objetivo Específico de la investigación.....	78
Tabla 2. Ciudad de residencia de participantes de la Grupo #1.....	87
Tabla 3. País de residencia de los participantes de la Grupo #3.....	89
Tabla 4. Respuestas sobre lo que empezó a concientizar a los participantes sobre la crueldad y explotación animal.....	121
Tabla 5. Respuestas sobre lo que empezó a concientizar a los participantes sobre la crueldad y explotación animal #2.....	122
Tabla 6. Antecedentes de los veganos que sintieron empatía hacia los animales.....	132
Tabla 7. Análisis del documental <i>Earthlings</i> desde lo auditivo, textual y visual.....	149
Tabla 8. Análisis de El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky desde lo auditivo, textual y visual.....	154
Tabla 9. Matriz de la valoración de los comentarios sobre los videos el documental <i>Earthlings</i> y <i>El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky</i>	178

Lista de gráficos

Gráfico 1. Género de los participantes de la Grupo #1.....	84
Gráfico 2. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su género.....	85
Gráfico 3. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según su género.....	86
Gráfico 4. Ciudad de origen los participantes del Grupo #1.....	88
Gráfico 5. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su ciudad actual de residencia.....	89
Gráfico 6. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según su país de residencia.....	90
Gráfico 7. Clasificación de edad por grupos a partir de 16 años separados por 9 años de forma ascendente de los participantes del Grupo #1.....	92
Gráfico 8. Porcentajes y clasificación de los veganos que participaron en el Grupo #2 según su edad actual.....	93
Gráfico 9. Porcentajes y clasificación de los veganos del Grupo #2 según su edad antes de ser veganos.....	94
Gráfico 10. Porcentajes y clasificación de edades por grupos a partir de 16 años separados por 9 años de forma ascendente de los participantes del Grupo #3.....	94
Gráfico 11. Clasificación de los participantes del Grupo #1 por clase social.....	95
Gráfico 12. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su estrato y/o clase social actual.....	96

Gráfico 13. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según su clase social.....	96
Gráfico 14. Clasificación de los veganos del Grupo #1 por creencia religiosa.....	97
Gráfico 15. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según sus creencias religiosas en la actualidad.....	98
Gráfico 16. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según sus creencias religiosas antes de ser veganos.....	99
Gráfico 17. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su postura política antes de ser veganos.....	99
Gráfico 18. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su postura política en la actualidad.....	100
Gráfico 19. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su nivel de estudio antes de ser veganos.....	101
Gráfico 20. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su nivel de estudio actual.....	102
Gráfico 21. Definición del veganismo más aceptada en los veganos del Grupo #1.....	103
Gráfico 22. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según la definición del veganismo que creen correcta.....	105
Gráfico 23. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según la definición del veganismo que prefieren.....	106

Gráfico 24. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según las definiciones de veganismo que no creen correctas.....	107
Gráfico 25. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según lo que piensan del Interseccionalismo.....	109
Gráfico 26. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que piensan del interseccionalismo.....	110
Gráfico 27. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que piensan de que el veganismo entre en política.....	111
Gráfico 28. Porcentajes del Grupo #3 sobre la percepción global que tienen los participantes hacia el veganismo.....	112
Gráfico 29. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según si apoyan o no el comprar comida a base de plantas en McDonald's.....	113
Gráfico 30. Lo que piensan los veganos del Grupo #3 respecto a comprar comida vegana en sitios donde venden comida con animales.....	114
Gráfico 31. Respuestas de lo que los veganos del Grupo #2 harían ante una situación complicada que los pone a prueba.....	115
Gráfico 32. Respuestas de lo que los veganos del Grupo #3 harían ante una situación complicada que los pone a prueba.....	117
Gráfico 33. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según lo que piensan de los demás veganos que piensan diferente.....	118

Gráfico 34. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que piensan de los demás veganos que piensan diferente.....	119
Gráfico 35. ¿Fueron los participantes del Grupo #1 vegetarianos antes de ser veganos?.....	123
Gráfico 36. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según si fueron vegetarianos antes de ser veganos.....	124
Gráfico 37. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según si fueron vegetarianos antes de ser veganos.....	125
Gráfico 38. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según lo que sabían sobre explotación animal antes de conocer el veganismo.....	125
Gráfico 39. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que sabían del maltrato y explotación animal mucho antes de conocer al veganismo.....	126
Gráfico 40. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 de cómo fue la transición para llegar a ser veganos.....	127
Gráfico 41. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según el tiempo que se tardaron en adoptar el veganismo.....	128
Gráfico 42. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que se tardaron en ser veganos.....	129
Gráfico 43. Porcentajes de los veganos del Grupo #2 del por qué algunos se tardaron mucho tiempo en adoptar el veganismo.....	130

Gráfico 44. Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según el motivo por el cuál muchos se tardaron en asumir el veganismo.....	131
Gráfico 45. Antecedentes de los veganos del Grupo #3 respecto al respeto hacia los animales.....	133
Gráfico 46. Clasificación de los participantes del Grupo #1 según lo que les hizo tomar la decisión de ser veganos.....	135
Gráfico 47. Lo que finalmente convenció a los participantes del Grupo #2 a hacerse veganos.....	136
Gráfico 48. Lo que finalmente convenció a los participantes del Grupo #3, Encuesta final a hacerse veganos.....	138
Gráfico 49. Cómo llegaron los veganos del Grupo #1 a ese elemento que los convenció de ser veganos.....	140
Gráfico 50. Cómo llegaron los veganos del Grupo #2 a ese elemento que los convenció de ser veganos.....	142
Gráfico 51. Cómo llegaron los veganos del Grupo #3, a ese elemento que los convenció de ser veganos.....	143
Gráfico 52. La infelicidad y felicidad que generaron los videos.....	180
Gráfico 53. La seguridad e inseguridad que generaron los videos.....	181
Gráfico 54. La satisfacción e insatisfacción que generaron los videos.....	182
Gráfico 55. La estima social que generaron los videos.....	183

Gráfico 56. La apreciación positiva o negativa que generaron los videos.....	184
Gráfico 57. El grado según el foco que generaron los videos.....	185
Gráfico 58. El grado de la fuerza respecto a los videos.....	186

Introducción

Es fácil notar cómo en los últimos años ha crecido la indignación de las personas respecto al maltrato animal, y sobre todo cuando se habla de maltrato y abandono de animales domésticos como perros y gatos. También hoy en día es fácil notar que hay un número muy grande de personas en el mundo que rechaza las corridas de toros, la caza y el tráfico de animales silvestres entre otros. Sin embargo y según la comunidad defensora de los animales (Díaz, 2015), la problemática de la explotación animal, es muchísimo más amplia, esto se debe a que, a pesar de que hoy en día hay más sensibilidad y respeto hacia algunas especies animales como las ya nombradas, se tiene del otro lado que: el ser humano actualmente asesina cerca de 70 mil millones de animales terrestres cada año¹, sin mencionar los otros miles de millones de animales marinos que se asesinan (que son más que los terrestres)², como también los otros millones de animales que se explotan y asesinan para el divertimento (Díaz, 2017), para el transporte de las personas (Díaz, 2006) y los millones de animales en los que se experimentan para la creación de cosméticos y medicinas³. (Díaz, 2016). En consecuencia, los defensores de los animales suelen decir que no es acertado afirmar o pensar que respetamos a los animales cuando en nuestros hábitos de consumo está el comprar carne, pescado, lácteos, huevos, miel, boletos para entrar a zoológicos y/o

¹ "Cada 10 segundos los humanos matan a cerca de 24.000 animales para alimentarse, sumando así, 75.000'000.000 cada año". (Haubursin, 2021, 0m9s)

² Nada más hablando de una sola de especie marina de los miles que hay: los tiburones, "matamos entre 11 a 30mil tiburones por hora" (Tabrizi, 2021, 21m13s), entonces ya se puede imaginar la dramática magnitud de la cantidad de peces que se asesinan cada hora en el mundo para consumo humano.

³ "We're working to save more than 100 million animals from suffering and death in laboratories worldwide." Humane Society Internacional. <https://www.hsi.org/our-work/>

delfinarios, productos de aseo que fueron experimentados en animales, etc., y etc. ya que, lo que ocurre, es que muchas veces se piensa que respetar a los animales sólo significa respetar a algunas especies animales, que en la mayoría de los casos suelen ser los perros y gatos que se adoptan. Y en este punto, una pregunta que puede surgir es: ¿cómo se llama aquella acción donde un humano respeta no sólo a un par de especies animales sino a todas ellas? La respuesta es: veganismo.

El veganismo fue creado en la década de los años cuarenta, en Inglaterra, por Donald Watson⁴ al notar la problemática de la explotación animal y cómo el vegetarianismo, y/o el ovo-lacto-vegetarianismo, no terminaban por mitigar la problemática de la explotación animal, puesto que, por ejemplo, el tomar y/o vender leche de vaca y/o el comer y/o vender huevos de gallina, la explotación generada a las vacas y a las gallinas es igual o incluso peor que cuando se les somete a ser asesinadas para comer partes de sus cuerpos. Sin embargo, el veganismo a pesar de ganar cierta popularidad, en los últimos decenios y de manera progresiva, aún es una práctica ética muy poco conocida y más aún, muy poco comprendida⁵.

En este punto es donde entra la disciplina de la comunicación, donde por medio de las Prácticas Comunicativas (entre otras teorías y subdisciplinas de la comunicación) se

⁴ 11th IVU World Vegetarian Congress. (1947).

⁵ El veganismo (según la comunidad vegana), lamentablemente carga con el estigma de ser definido, criticado y rechazado desde diferentes perspectivas que se basan en la ignorancia. Por ejemplo, muchísima gente piensa que el veganismo se trata de comer saludable y natural, y/o que se trata de velar por el cuidado de los ecosistemas, y en peores casos, piensan que se trata de una secta o una religión. Sin mencionar los típicos argumentos falaces que se mencionan al tratar el tema de no consumir animales: “no podemos vivir sin carne”, “no estamos respetando la cadena alimenticia”, “las plantas también sienten dolor”, “evolucionamos gracias a que comimos carne”, “el león se come a la cebra y por eso nosotros también podemos matar a otros animales para comerlos”, entre muchos otros. (Díaz, 2015)

pretende empezar a responder a la pregunta: ¿cómo es que las personas asumen el veganismo teniendo en cuenta la influencia de las redes sociales como YouTube y Facebook? Es decir, se pretende profundizar en ese proceso del cómo y qué hizo que algunas personas usuarias de redes sociales decidieran respetar no sólo a un par de especies animales sino a todas, así ello implicara dejar de comer carne, pescado, lácteos, huevos, miel, como también el dejar de usar productos de aseo experimentados en animales, vestimenta hecha con partes de animales, e incluso, el no usar animales para transportarse, entre otros.

Por supuesto, la pregunta problema y toda la información puesta hasta el momento en la introducción de este documento, será ampliada, referenciada y en general, será organizada de la siguiente forma: primero, se pretenderá identificar de los imaginarios colectivos que se construyen a través de los medios y la tradición para deslegitimar el respeto hacia los animales no humanos y cómo ello desencadenó una visión de discriminación hacia muchas especies animales para entender mejor al veganismo y a sus ideas, también se hablará del moderado crecimiento de la población vegana con la llegada de las TICs y de lo que se tratan las Prácticas Comunicativas para detectar la construcción de una postura; segundo, estará lo que es la Formulación del problema, los Objetivos, la Justificación para luego pasar al Marco Referencial de la investigación donde; tercero, se profundizará más en qué es el veganismo (se expondrá su historia, su significado y su propósito) y en la influencia de los comentarios en las redes sociales, para posteriormente, ostentar la semiótica, los imaginarios sociales, la Teoría de la Valoración, más la literatura de aquellos estudios previos que también velaron para determinar cómo se dio la adopción del veganismo; cuarto, estará el Marco Metodológico donde se explicará con detalle los enfoques, la población, la muestra y las

fases de esta investigación; y quinto, dar a conocer la recolección de la información, discusión y análisis de los resultados más sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

Planteamiento Del Problema

En este apartado se explicará de la manera más breve posible, el cómo se ha construido esa arraigada pero cuestionable visión de que los animales son productos y servicios con el único fin de servir al ser humano. También, se expondrá la idea de que el ser humano es sólo una especie más de entre los millones que existen, y que, por tanto, la especie humana no es superior ni la más importante. Todo ello para comprender y poner en contexto la idea que los veganos promueven. Finalmente se abordarán las prácticas comunicativas y de cómo por medio de ellas, se pueden detectar los diferentes procesos e interacciones comunicativas que determinaron una postura, en este caso, la conducta vegana.

Los Imaginarios Colectivos que se Construyen a Través de los Medios y la Tradición para Deslegitimar el Respeto hacia los Animales No Humanos

Para entender mejor el propósito de los veganos y su visión de respeto y libertad de los animales, es necesario profundizar un poco en cómo el poder de los medios, ha creado una perspectiva prejujuada respecto a las relaciones que los humanos establecen con otros animales.

Una pregunta que se debe hacer es: ¿por qué los seres humanos consumen lo que consumen? Es más, una pregunta más específica sería: ¿por qué los seres humanos consumen animales de la manera que ahora lo hacen? Una respuesta contundente a esa pregunta sería:

El comportamiento del consumidor es, en gran parte, un comportamiento aprendido. A través del aprendizaje adquirimos la mayoría de nuestras

actitudes, valores, gustos, conductas, preferencias, simbólicos y sentimientos.

Las características que influyen en el comportamiento del consumidor estarán determinadas por la fuerza del aprendizaje, el refuerzo, la repetición, imaginación y extinción. Las teorías de aprendizaje que permiten el proceso de aprendizaje como componente psicológico en el comportamiento del consumidor están dadas por el condicionamiento clásico, operante, indirecto modelado y de racionamiento.

(Hawkins, 1990)

En otras palabras, la mayoría no se cuestiona en verdad porqué consume lo que consume, sencillamente lo acepta como algo común y correcto porque desde muy jóvenes se los enseñaron los medios, los padres, amigos, y etc., y de manera constante⁶. Y esa podría ser una de las razones del porqué siempre se genera un rechazo individual y/o social a cualquier nueva acción que desafíe cualquier costumbre que se lleve practicando por mucho tiempo. Es más, así se demuestre que aquella costumbre carece de ética, que es siniestra, e incluso exponencialmente nociva, seguirá teniendo una aceptación por la mayoría de gente. Ejemplo: la esclavitud humana era normal y legal, tuvieron que pasar siglos, cientos de luchas y puntos medios para que hoy en día, se mitigara en gran medida la esclavitud humana, y que la mayoría de las personas hoy en día la rechacen. Por ende, debido al poder de los medios y

⁶ "Repite una mentira con suficiente frecuencia y se convierte en verdad", es una ley de propaganda con frecuencia atribuida al nazi Joseph Goebbels. Entre los psicólogos, esto se conoce como el efecto de la "ilusión de verdad". La principal conclusión es que la gente tiende a valorar los elementos que ha visto antes como más probables de ser ciertos, independientemente de si son verdad o no, al parecer por la única razón de que están más familiarizados con ellos. Stafford, Tom (2016). Cómo los mentirosos crean una ilusión de verdad y cómo evitar caer en su trampa. BC NEWS.

el de las tradiciones, se cae en el argumento falaz ad antiquitatem, el cual se trata de creer que porque algo se viene haciendo hace mucho tiempo, es correcto.

Cabe inferir también que la televisión, más exactamente la propaganda que se ha transmitido a través de ella, sin duda ha sido una de las herramientas más efectivas a la hora de convencernos de la idea de que el consumir productos y servicios que provienen de la explotación animal, es correcto, saludable, placentero, etc.: “La televisión siendo el medio con mayor presencia en la sociedad occidental lo eleva a la categoría de masivo: El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual” (Fernández, 1994). Solo hace falta hacer memoria para notar el cómo a lo largo de las vidas de quienes han estado presentes en los últimos cincuenta y sesenta años, han sido “bombardeados” de propaganda sobre productos que contienen animales y sus derivados en la televisión.

Visión Humana de los Animales

La visión que se tiene de muchos animales es sesgada, precipitada y discriminatoria, y eso se hace evidente cuando por ejemplo, si se habla de un pollo, la mayoría de veces no se imagina el animal en sí, sino que se imagina el pedazo o los pedazos de aquel animal cocinados en un plato (esto debido a la publicidad de industria avícola); si se habla de los cerdos, muchas a veces no se imagina al animal en sí, sino que se usa a ese animal para referenciar a una persona sucia o repugnante; y si se habla de las ratas, muchas veces no se habla del animal en sí, sino que se usa para referirse a los diferentes tipos de ladrones (Alba, 2018). En esos dos últimos ejemplos, se puede notar el cómo se aprende, de generación en

generación, a atribuir los defectos humanos a los animales sin un fundamento de peso⁷. Y la pregunta que ahora debería surgir es: ¿Los humanos son superiores y/o más importantes que los animales? Una contundente respuesta sería: “no, el ser humano no es ni superior a los animales, ni tampoco más importante que ellos⁸.”

Para empezar a soportar esa afirmación, se debe mencionar algo que quizás muchos no saben, o quizás ignoran, y es que el ser humano también es un animal:

El ser humano es un animal, pues tiene células eucariotas, es decir, presenta orgánulos celulares especializados en una función determinada y su material genético se encuentra protegido por una envoltura; y presenta nutrición heterótrofa; es decir, que para obtener su propia materia orgánica se alimenta de otros seres vivos. (Calero, et al. 2011).

Felipe Fernández-Armesto, un respetado catedrático de historia mundial con un gran recorrido y numerosas obras, aseguró en una entrevista:

Estoy convencido de que somos unos bichos como los demás. Ese esfuerzo tremendo de los humanos a lo largo de los siglos para encontrar algo que nos diferencie de los demás animales ha fracasado casi que totalmente. Y resulta que cuanto más sabemos

⁷ La propia UNESCO recoge la siguiente definición: “El lenguaje no es una creación arbitraria de la mente humana, sino un producto social e histórico que influye en nuestra percepción de la realidad. Al transmitir socialmente al ser humano las experiencias acumuladas de generaciones anteriores, el lenguaje condiciona nuestro pensamiento y determina nuestra visión del mundo”.

⁸ Primero, la comunidad vegana establece que “debemos evitar participar y evitar promover todo aquello que frustra los intereses de los demás seres sintientes” (Díaz, 2015) y cuando dice “seres sintientes” se refiere a que tanto humanos como a animales no humanos somos iguales en ese ámbito. Segundo, está la afirmación que ahora las abejas y no el ser humano, son la especie más importante del mundo (Forbes, 2019).

de otros animales, más salimos convencidos de que somos como ellos y formamos parte de lo que llamamos el reino de los animales. (vukbivew, 2008, 0m50s).

En concordancia con lo anterior, está el documental *Animal Sapiens* (el cual se recomienda ver completo para entender mejor el concepto que se quiere transmitir), que es muy claro, cuando dice en uno de sus fragmentos: "La cuestión, es que, si buscamos una diferencia entre los animales y nosotros en función de la capacidad de comunicación, encontraremos que esta diferencia será en todo caso, una diferencia gradual... una cuestión de cantidad no de cualidad". (New Atlantis Full Documentaries, 2003, 6m50s). Eso, en respuesta al argumento que dice que la cualidad del lenguaje es el determinante que nos diferencia de los animales. Y respondiendo aquel argumento que dice: "nuestra tecnología determina nuestra diferencia con los animales" el documental amonesta:

Vivimos inmersos en la realidad de un mundo tecnológico que ningún otro ser vivo ha sido capaz de crear, pero si pretendemos que este hecho nos convierte en el súper ser hacia al que se ha dirigido toda la evolución, nos equivocamos estrepitosamente... Que nuestra modernidad nos lleve, por ejemplo, a comunicarnos a increíbles distancias, no es más que el fruto de una necesidad de nuestra especie, la misma necesidad que ha llevado a las mariposas, a comunicarse con sus parejas mediante la química, a decenas de kilómetros, que para ellas, son también distancias increíbles. Es la misma imperiosa necesidad, que ha hecho que los murciélagos hayan inventado el sistema de visión por radar, o que un hongo, haya inventado la penicilina. (New Atlantis Full Documentaries, 2003, 2m32s).

Un documental con estudios más recientes, *Inteligencia Animal*⁹, nos recalca el hecho de que el ser humano es también un animal, un animal que está en el mismo árbol evolutivo con las demás especies por más separadas que estén las ramas. Nos muestra también el cómo durante los últimos siglos el ser humano ha intentado establecer características que nos diferencian de los demás animales, como: el número y tipo de neuronas, el lenguaje complejo, la inteligencia social, el uso de herramientas, la planeación del futuro, la autoconciencia, la cultura, tecnología, migraciones, etc. Para al final, descubrir que los demás animales sí que tienen esas y más de las características mencionadas. Lo que ocurre es que muchas pruebas científicas e incluso las apreciaciones de la gente promedio para intentar medir la inteligencia de los animales, se basa en que sólo se considera inteligentes a los animales si se les ve hacer cosas que los humanos hacen. Y así no funciona: cada animal tiene sus propias habilidades para entender el mundo y sobrevivir en él, por ejemplo y como dice el documental, se cree tonto al perro que se mira al espejo y piensa que tiene otro animal en frente, pero lo que ignoramos, es que los perros tienen una visión muy limitada comparada con la nuestra, en cambio, en cuanto a olfato se refiere, el de ellos es diez mil veces superior al nuestro y es su principal forma de percibir el mundo, por ende, si la prueba no fuera visual basada en una percepción humana del mundo, sino poniéndolos a prueba por medio de su olfato, el perro no sólo se reconocería a sí mismo, sino que lo haría mejor que nosotros. Otro ejemplo, se puso una prueba a unos elefantes: darles herramientas para que, al usarlas, pudieran alcanzar alimentos que por sí solos no podían, ¿qué ocurrió? Fracasaron en la prueba. Pero resulta que la prueba esperaba que usaran su trompa como si fuera una mano

⁹ Bult, L. (Productora). (2021). *En pocas palabras - Inteligencia animal*.

humana (nuevamente esperando que el animal haga algo como los humanos lo hacen para ver si es inteligente), y así no funcionaba como ya se explicó, ya que luego se hizo una nueva prueba, y los elefantes la aprobaron: ésta se trataba de usar una llanta para pararse en ella y alcanzar su alimento. "Convergemos en las mismas habilidades no porque estemos relacionados en la evolución, sino porque tenemos problemas similares y creamos las mismas estructuras cognitivas". (Bult, 2021, 7m50s).

Así pues, quienes se dan cuenta de la inteligencia, los sentimientos, y la capacidad de sentir de los demás animales y que los humanos hacen parte de su mismo grupo y que no son superiores a ellos en ningún aspecto, de inmediato, quienes de verdad entienden eso, empiezan a respetar a los animales no humanos. Por ello se ve que en los últimos años se han concedido derechos legales a algunas especies animales¹⁰.

Sin embargo, aún está tan arraigada la visión de que los animales están al servicio del ser humano, que a pesar de las evidencias y demás argumentos que respaldan la idea de que los animales deberían ser respetados y no explotados (cosa que promueve el veganismo), son ignoradas por la mayoría de las personas, por ejemplo, según un experimento que se hizo, respecto a la Beyond Meat (la "carne" a base de plantas, que sabe idéntico a la carne que contiene animales y que tiene el propósito de sustituirla): los participantes al darse cuenta de que la "carne" que probaron, no era de un animal, prefirieron la carne que sí provenía de

¹⁰ "El congreso español aprobó una resolución para conceder derechos a los grandes simios para protegerlos del cautiverio y la experimentación", también: "En EEUU se están disputando los derechos legales de un elefante en cautiverio que pasó la prueba del espejo", adicional: "El gobierno indició prohibió los espectáculos con delfines". (Bult, 2021). Como dato adicional, en Colombia existe la Ley 1774 De 2016 Que Castiga El Maltrato Animal En Colombia. Finalmente, en los últimos años la población de veganos y vegetarianos ha crecido como se explicará más adelante.

animales a pesar de que el sabor de la “carne” de origen vegetal, era mejor y más parecida al de la carne común (Haubursin, 2021, 14m00s). ¿Por qué? Porque “La manera en que las personas evalúan la moralidad, legalidad, capacidad u otras características de la conducta humana está siempre determinada por la cultura en la que viven, así como por sus propias experiencias y creencias individuales” (Kaplan, 2004, p 64). Es decir, la cultura sojuzga el sabor de la carne, como también sojuzga el consumo de otros productos y servicios que implican explotación animal. Es el aprendizaje y la repetición las que tanto arraigan esas costumbres (Hawkins, 1990). Como resultado de ello, se puede observar, por ejemplo, el cómo a muchas personas les entristece y les indigna de que en China, y otros países asiáticos, coman perros y gatos, cuando la gran mayoría de personas pertenecientes a esa misma cultura de consumo, avala la matanza de otros animales como son los cerdos, vacas, pollos, etc.¹¹

En los últimos años, las estadísticas de matanza animal a las que se ha llegado, son tan alarmantes como ignoradas según la comunidad vegana: "Cada 10 segundos los humanos matan a cerca de 24.000 animales para alimentarse, sumando así, 75.000'000.000 cada año ". (Haubursin, 2021, 0m9s). Sin embargo, como ya se dijo y acorde con la comunidad vegana, la mayoría de gente ignora esto; la gente en general desea seguir

¹¹ Véase: Osorio, I. [Iván Krauss] (2022). La cultura Occidental respecto a la matanza de perros en China Vs la matanza de cerdos y vacas. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/7alwJ-Ev8zk> donde se muestra cómo las personas de cultura occidental (en su mayoría latinoamericanos) se entristecen y se frustran al ver la matanza de perros para luego comérselos en China, mientras también hay comentarios de personas de cultura occidental (en su mayoría latinoamericanos), que avalan, y de cierta forma aplauden, la matanza de cerdos y vacas, que al igual que los perros en China, serán despedazados y comidos. También ver Tabla 4 (P10), pág. 120.

en su zona de confort y así, poder continuar disfrutando de la explotación de los animales en los diferentes ámbitos (sobre todo en el de la alimentación):

At this point, we have not seen meat consumption go down at the same rate that we've seen fake meat number go up. In other words, Americans are adding fake meat to their diets, but they are not, statistically at least, eating less "real meat" (Lebowitz, 2022, 7m34s).

Y es pertinente en este punto inferir y aclarar que la explotación animal no se reduce sólo a la alimentación, sino que también está presente en la industria cosmética, en la industria del entretenimiento, en la industria indumentaria, en la industria del turismo, etc. (cosa que los veganos enfatizan mucho), donde los medios y el capitalismo, la Globalización, etc., han jugado un papel importante para que tales industrias crecieran de manera exponencial, mientras normalizaban o disfrazaban sutilmente al público, la explotación y crueldad hacia los animales, al igual que con otros temas donde también esconden la verdad de un producto o servicio:

La responsabilidad de las empresas estará en transmitir en los medios la verdad de los beneficios que determine un atributo diferenciador por real, igualmente, el respeto al derecho de estar informados refuerza el hecho del deber al comunicar una realidad veraz, eficaz que describa la naturaleza, origen, composición, cantidad, condiciones de precios, fechas de producción, plazo en el consumo, usos correctos, advertencias y sobre todo riesgos previsibles. Los productos milagros es una clara demostración de la transgresión a los derechos de los consumidores,



Nota. Tomado de Público 2018. <https://www.publico.es/sociedad/maltrato-animal-igualdad-animal-desvela-granja-horroros-gallinas-ponedoras-italia.html>

Los Veganos y su Moderado Crecimiento con la Llegada de las Tics

Curiosamente, en los mismos años donde empezó el auge de la comida rápida y así mismo el incremento exponencial de la matanza de animales (finales de los años 40 y durante los años 50)¹² se creó el veganismo, un movimiento que precisamente ofrece una solución a esta problemática de la explotación de los animales, ya que brinda la idea, no antropocentrista¹³, de que la humanidad puede rechazar todas las formas de crueldad y explotación a las que la misma humanidad somete a los otros animales no humanos sintientes. Por ende, los veganos son aquella comunidad o población que decidió excluir todo producto y servicio que implique explotación directa hacia los animales, y ello implica que en la práctica, sus hábitos de consumo y sus ideas respecto a los animales, sean distintos a la mayoría de las personas, y que así mismo, deban llevar una vida de constante resistencia

¹² McDonald's fue fundado en 1948, seguido de este, KFC en 1952, luego, Burger King en 1954, Pizza Hut en 1958, entre otros.

¹³ "Concepción filosófica que considera al ser humano como centro de todas las cosas y el fin absoluto de la creación".

debido a que evidentemente van en contra de cientos de tradiciones y hábitos que están avalados por la gran mayoría de las religiones, las culturas y hasta las leyes¹⁴.

Aunque el veganismo se creó como tal a mediados del siglo pasado, no fue hasta avanzados los años 2000 que empezó a colectivizar más personas con la llegada de las TICs, es decir, tuvo un crecimiento importante debido a la difusión de diversos materiales digitales en las redes sociales como Facebook y YouTube, que es precisamente una de las cosas que esta investigación pretende demostrar.

Y aquí es donde el problema que se quiere plantear comienza a tomar forma con la pregunta: ¿Cómo lograron las redes sociales y otros elementos para que, personas que solían tener arraigados hábitos de consumo tradicionales que implican explotación animal, decidieran cortar con ellos y asumir una postura tan poco aceptada y tan difícil de llevar en varios ámbitos como lo es el veganismo?

Para ello se propone el enfoque de las prácticas comunicativas, precisamente para poder detectar aquello que logró que muchas personas se hicieran veganas.

Prácticas Comunicativas para Detectar la Construcción de una Postura

Varios estudios coinciden en expresar que las prácticas comunicativas son aquellas interacciones que definen el rumbo de los seres humanos, sencillamente porque es allí donde se construyen nuestras posturas y por ende, el grupo al que se quiere pertenecer: "Son construcciones simbólicas que se realizan en la cotidianidad, desde la relación y la

¹⁴ "La manera en que las personas evalúan la moralidad, legalidad, capacidad u otras características de la conducta humana está siempre determinada por la cultura en la que viven, así como por sus propias experiencias y creencias individuales." (Kaplan, 2004, p. 64).

interacción entre los sujetos y sus formas de significar, permitiéndoles comprender su papel en el territorio; es decir, comunicarse y autorrepresentarse." (Rodríguez, Bonilla y Ortiz, 2017, p. 107). Tres años después dirían que: "Las prácticas comunicativas son aquellas interacciones en las cuales los individuos construyen identidades a partir de espacios culturales compartidos". (Espinel, Hernández y Rojas, 2020, p. 285). Es más, en el 2006, Cabello dijo que las prácticas comunicativas "forman parte de la práctica real de los hombres, que involucran la producción, circulación y recepción (apropiación y usos) de significados en el marco de una sociedad mediatizada y que expresan elementos de sensibilidades compartidas" (Cabello, 2006, p. 184).

Por lo anterior se puede inferir que, para poder determinar aquellos elementos que definieron las identidades en los diferentes grupos de personas, es necesario ahondar en las prácticas comunicativas que construyeron tales identidades, por ejemplo:

La comunicación interactiva y horizontal que se establece a partir de Facebook, abre caminos para especular que las prácticas comunicativas y apropiación de las redes sociales como medios de comunicación comparan y modernizan una situación social y cultural, como aquel terreno en el que se actúa y produce simbólicamente y en el que los sujetos sociales ponen a circular construcciones de sentido que intervienen en la definición de identidades y en los procesos de relaciones entre culturas, a través de la manifestación de diferentes mediaciones y elementos de las diversas matrices culturales intervinientes. (Espinel, Hernández y Rojas, 2020, p. 285)

Tal afirmación se refiere a los adolescentes que son usuarios de Facebook, es decir, el cómo a partir del uso de ese medio social, se detectan prácticas comunicativas que empiezan a emerger y a definir las identidades de los adolescentes.

En síntesis, si se profundiza en las prácticas comunicativas que construyeron la adopción del veganismo por medio de las redes sociales¹⁵ como Facebook y YouTube más otras interacciones a lo largo de la vida de un individuo (independientemente de su edad) que al final decidió hacerse vegano, podría resolverse la pregunta de la formulación del problema.

¹⁵ Una de las conclusiones de un estudio que tenía como objetivo "comparar el cubrimiento informativo sobre los movimientos animalistas en las versiones digitales..." fue que las fotos y videos que muestran el maltrato animal, son los medios digitales más usados:

Así, las fotos son el elemento visual más usado por los medios, aunque se limita en su mayoría a una fotografía, a excepción de las notas que son galerías de fotos. Los medios estudiados tienden a tener como regla editorial en Internet, usar una foto mínimo para cada noticia publicada. Los videos, que son el segundo recurso más usado, se relacionan en general con temáticas de maltrato animal, como formas de denuncia. (Angulo, 2016, p. 37).

Formulación Del Problema

Teniendo en cuenta todo lo del apartado de Planteamiento del problema, lo que pretende esta investigación, es analizar aquellos antecedentes históricos, interacciones y prácticas comunicativas que incidieron para que finalmente, varias producciones audiovisuales que circularon en redes sociales, terminaran por lograr que la población vegana que es usuaria de la red social Facebook y/o YouTube, adoptara el veganismo. Por ende, la pregunta del problema sería:

¿Cuáles son las prácticas comunicativas que incidieron en la adopción del veganismo teniendo en cuenta los antecedentes históricos de actuales veganos usuarios de las redes sociales Facebook y YouTube?

Objetivos

Objetivo General

Determinar las prácticas comunicativas que incidieron en la adopción del veganismo teniendo en cuenta los antecedentes históricos de actuales veganos usuarios de las redes sociales Facebook y YouTube.

Objetivos Específicos

Caracterizar a la población vegana: datos sociodemográficos y su concepción del veganismo con el fin de establecer una población de objeto de estudio.

Categorizar los procesos históricos, las prácticas comunicativas e interacciones que incidieron en la adopción del veganismo en la red social Facebook y YouTube con el fin de instituir criterios de análisis emergentes.

Realizar un análisis de contenido de las producciones audiovisuales en YouTube: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky* y de sus comentarios con el fin de ahondar en los discursos y elementos comunicativos incidentes en la adopción del veganismo.

Justificación

A pesar de que actualmente se estima que hay algunos millones de veganos en todo el mundo, el movimiento animalista y/o los veganos, son aún un grupo minoritario y segregado pero en crecimiento¹⁶ por ello se requiere de más estudios de campo que amplíen la información sobre esta particular comunidad. Por otro lado y aún más importante, tenemos alarmantes cifras de animales no humanos asesinados, explotados y maltratados: 75.000'000.000 cada año, como ya se dijo antes, otra cifra: según la investigación Atlas de la carne de Heinrich Böll Stiftung (p. 21), indica que en el 2011 que se liquidaron cerca de 9.101'023.404 animales (entre ellos bovinos, búfalos, cerdos y pollos), nada más en los Estados Unidos, en otras palabras, en sólo un año, en un sólo un país de todo el planeta, se sacrificaron a más animales terrestres que el número total de seres humanos ahora existen en el mundo, hecho que trasgrede dos de los cuatro principios básicos de la bioética (no maleficencia y justicia)¹⁷. Por ende, se colige que el crecimiento de la población vegana y/o animalista como parte del auge de los nuevos movimientos sociales altruistas, traería consigo desarrollo social, y es por ello se ha hecho hincapié en la idea ética que ese movimiento

¹⁶ Comparto citas que se pueden buscar en la bibliografía de algunos videos que demuestran y explican el cómo los veganos están sometidos a constantes comentarios que, en su mayoría, son falaces y pueriles, y en donde también se puede notar que intentan estigmatizar al veganismo (se recomienda ver más videos y artículos respecto al tema): Osorio I. (Director). (2014), Osorio, I. [Iván Krauss] (2021), Osorio, I. [Iván Krauss] (2021), y Osorio, I. [Iván Krauss] (2019).

¹⁷ “La bioética es una ética de la responsabilidad porque sopesa los principios que hay que aplicar en cada circunstancia, tiene en cuenta los compromisos y evalúa las consecuencias.” Ministerio de salud pública. (2014). “Beauchamp y Childress distinguen cuatro principios: no maleficencia, beneficencia, autonomía y justicia.” (Siurana, J. 2010). En resumidas palabras, las características de la no maleficencia son: obligación a no hacer daño y prevenirlo, no matar y no provocar dolor y sufrimiento, promueve el bien, evita causar daños y perjuicios, y es de signo negativo: “primum non nocere”; y las características de la justicia son: garantía de distribución justa de beneficios, riesgos y costos, la justicia distributiva, solidaridad social, equidad derechos y responsabilidades.

promueve, porque los resultados obtenidos en esta investigación además de beneficiar el campo de la comunicación, también beneficiaría al movimiento animalista.

Cabe inferir en este punto también (en apoyo al movimiento animalista) que, en cuanto a dieta se refiere, está demostrado que el ser humano puede vivir bien nutrido sin necesidad de consumir carne y demás productos de origen animal en las diferentes etapas de la vida¹⁸, esto según La Academia de Nutrición y Dietética de Estados Unidos, la Asociación Dietética Británica, los Dietistas de Canadá y la Asociación de Dietistas de Australia. Se aclara esto ya que son muchas las personas quienes piensan que el llevar una dieta basada en plantas es muy perjudicial para la salud.

Ahora bien, aunque el único propósito del veganismo es la liberación animal¹⁹, es importante mencionar que la práctica del mismo en un número considerable de personas en

¹⁸ Comparto la cita de un artículo que, con lujo de detalles y con las referencias pertinentes, explica el cómo no es necesario comer productos de origen animal para estar sanos (buscar en Bibliografía): Díaz, D. (2019).

¹⁹ Muchas personas, incluido algunos veganos, suelen caer en el error de pensar que el veganismo también se trata de tener una buena nutrición, hacer ejercicio y tener salud mental, por ejemplo: piensan que un vegano no debería ingerir alcohol y/o comer sólo cosas orgánicas y hacer ejercicio, lo cual es incorrecto. También muchos otros caen en el error de pensar que el veganismo también se trata de la lucha a favor del medio ambiente, más exactamente la lucha contra el cambio climático. Pero la verdad es que, si examinamos la definición original del veganismo: “La doctrina de que el hombre debe vivir sin explotar animales”. Leslie Cross (1951). No se detalla allí ni en los otros escritos de la época, que el veganismo tenga como propósito lograr una buena salud física y mental de quienes practican tal veganismo, ni que el veganismo tenga el gran propósito de luchar contra el cambio climático así la práctica del mismo contribuya a ello. Lo que ocurre es que con las coyunturas de la salud, y sobre todo, con la del cambio climático (que se volvieron muy populares en los últimos años), muchos encontraron que el veganismo contribuía de manera positiva en esas coyunturas. Aquí algunas bibliografías sobre el tema pero se recomienda profundizar más:

Torre, L. (2020). Leslie J. Cross y su legado en el veganismo. Abolición, no reculación.

<https://abolicionnoregulacion.org/2020/07/09/leslie-j-cross-y-su-legado-en-el-veganismo/>

Díaz, D. (2019). Argumento: "La dieta vegana no es sana". Respuestas Veganas.

<https://respuestasvegnas.org/alimentacion-vegana-sana/>

Díaz, D. (2020). ARGUMENTO: “El veganismo no es más ecológico”. Respuestas Veganas.

<https://respuestasvegnas.org/veganismo-ecologismo/>

el mundo, o por lo menos en una gran población, traería consigo otros beneficios ambientales, económicos y sociales de mucho interés, como por ejemplo: la mitigación en el cambio climático²⁰, la disminución de epidemias y pandemias²¹, y la creación de más y de nuevos emprendimientos con productos y servicios libres de explotación animal que son más amables con el medio ambiente²². En ese orden de ideas, y retomando la bioética, la práctica del veganismo iría acorde con los otros dos principios de la bioética (beneficencia y autonomía).

Respecto a la comunicación social²³, se cree que es necesaria una investigación de las diferentes prácticas e interacciones comunicativas que se llevan a lo largo de una vida para la adopción del veganismo, para así, determinar cuáles son las más efectivas y eficaces (y cuáles no), y para que además de establecer las causas comunicativas que se dieron para que personas que son actuales usuarias de una red social asumieran el veganismo, se enriquezca y se fortalezca el campo de la comunicación, porque el análisis de este tipo de escenarios que

²⁰ "El ganado es uno de los principales responsables de los graves problemas medioambientales de hoy en día. Se requiere una acción urgente para hacer frente a esta situación", asegura Henning Steinfeld, Jefe de la Subdirección de Información Ganadera y de Análisis y Política del Sector de la FAO, y uno de los autores del estudio La sombra alargada de la ganadería-aspectos medioambientales y alternativas. (FAO, 2006).

²¹ La página web Sinergia Animal, enumera "siete brotes de enfermedades que comenzaron con el consumo de animales", es decir, siete enfermedades, donde varias han llegado a ser pandemias, que se formaron por el hecho de explotar, maltratar y asesinar animales, las cuales son: Covid-19, VIH/SIDA, salmonella, Escherichia coli, Fiebre porcina, Gripe Aviar, y la Enfermedad de la Vaca Loca. (Sinergia Animal, s.f).

²² Muchos temen que si es abolida la industria ganadera y demás industrias que basan su economía en la explotación animal, habría un caos económico en el mundo. (Díaz, 2020).

²³ Se conoce como comunicación social al conjunto de los estudios científicos que analizan todo lo vinculado al desarrollo de los procesos comunicativos en una sociedad. Entre sus objetos de estudio aparecen los medios de comunicación masivos, las formas de expresión y la construcción de la información. Pérez, J. & Merino, M. (2016).

apelan a aquella disciplina, dan la oportunidad de generar nuevas brechas donde se generan nuevas respuestas y nuevas preguntas.

En síntesis, y en otras palabras, si se logran detallar las prácticas comunicativas que se dieron para que mucha gente a lo largo de su vida asumiera una postura tan difícil de difundir y asumir, como lo es el veganismo, además de contribuir a nuevos conocimientos y fortalecimientos en el campo de la comunicación, también se podría contribuir de forma indirecta (sin ser uno de los objetivos) a que se fortalezca el movimiento vegano, y que, de hecho, a futuro, se obtengan beneficios ambientales e impactos positivos de diferente índole (comunicacional, educativo y tecnológico) para transformar la realidad de manera positiva.

Marco Referencial De La Investigación

Antecedentes

En este apartado se dará un importante espacio para exponer con más detalle la historia del veganismo, las prácticas a las que se opone, su situación actual, y posterior a ello, se expondrá una diversa literatura de investigaciones y estudios previos que también tenían, como objetivo, el descubrir aquello que hace que las personas asuman el veganismo. Finalmente, se explicarán las prácticas comunicativas que podemos obtener de los comentarios en las redes sociales, como fuente importante para desarrollo y alcance del Objetivo específico #3 de esta investigación.

El Veganismo: Breve Historia, Significado y su Propósito

La idea de respeto hacia los animales empezó a desarrollarse con la práctica del vegetarianismo, ovolactovegetarianismo²⁴ o semivegetarianismo en la antigua India con el jainismo principalmente²⁵. Más adelante, en la Edad Media, los cátaros o los albigenses también practicaron esos tipos de dieta²⁶.

²⁴ El ovolactovegetarianismo es un tipo de dieta que excluye todo tipo de carne animal, incluido el pescado, pero sí incluye en lo que son los lácteos y los huevos. Fuente: «Becoming a vegetarian». Harvard Health. Octubre 2009. Archivado desde el original el 9 de junio de 2017. Consultado el 18 de noviembre de 2017.

²⁵ Comparto referencia: Spencer, C. (1993). *The Heretic's Feast. A History of Vegetarianism*. Londres. pp. 78-84

²⁶ Los Cátaros o fueron un grupo de religiosos gnósticos cristianos que entre las tantas características que tenían, una era que excluían en su dieta la carne de animales terrestres, los huevos y la leche. Ávila Granados, Jesús (2005). Bereslavskiy, Yohann (2007). Lugio, Giovanni di y otros (2004). *El legado secreto de los Cátaros. El libro de los dos principios. Tratado cátaro. Ritual occitano. Comentario al Padre nuestro*. Ed.: Francesco Zambon Tr.: César Palma. Madrid: Ediciones Siruela.

Pero fue ya en el año 1944 que Donald Watson, fundador de la Vegan Society en Inglaterra, inventaría la palabra “vegano” con el objetivo de separarse del vegetarianismo u ovo-lacto-vegetarianismo, los cuales, según él, sólo se preocupan por el régimen alimentario ignorando que hay muchas otras formas de maltrato, explotación y privación arbitraria de la libertad de los animales. En el onceavo congreso de la unión vegetariana en 1947 Watson dijo:

«Los veganos defienden la idea de que si queremos ser verdaderos libertadores de los animales entonces debemos renunciar absolutamente a nuestra tradicional y egoísta actitud de creer que tenemos derecho a utilizarles para nuestras necesidades. Debemos satisfacer nuestras necesidades mediante formas que no impliquen usar a otros animales.»

Y aunque Watson inventó la palabra vegano o veganismo, fue Leslie Cross quien posteriormente daría lo que es la definición original del veganismo: “La doctrina de que el hombre debe vivir sin explotar animales”. Cross, L. (1951).²⁷ Lo cual significa en palabras más detalladas que: el veganismo es una postura y una práctica ética, cuyo principal propósito, es la búsqueda de que el ser humano le dé libertad, respeto y no explotación a los animales sintientes.

²⁷ Aunque existen varias definiciones del veganismo en diferentes tiempos y partes del mundo (de hecho ahora la Vegan Society ha cambiado la definición del veganismo varias veces), la misma comunidad vegana ilustrada y experimentada, determinó que la definición original es la de Leslie Cross, quien fue vicepresidente de la Vegan Society no muchos años después de que Watson inventara la palabra vegano. (Leslie Cross, 1951).

Para entender más el veganismo en la práctica y para también poder diferenciarlo mejor del vegetarianismo²⁸, se debe categorizar la mayoría de los diferentes tipos de explotación, uso, crueldad y maltrato animal en los que los veganos, además de no participar, tienen el propósito de derogar:

Explotación de Animales para el Divertimiento y/o Placer de las Personas:

Corrida de toros y relacionados

Hostigamiento del oso²⁹

Peleas de gallos

Peleas de perros

Circos que usan animales silvestres y domésticos³⁰

Delfinarios

²⁸ El vegetarianismo es un tipo de dieta que excluye productos de origen animal, sin embargo la gran mayoría lo confunde con ovo-lacto-vegetarianismo. Estos tipos de dieta suelen ser motivados por una religión, por el medio ambiente, una nutrición más sana e incluso el respeto por los animales. Lo que ocurre es que el veganismo está únicamente enfocado en la abolición de la explotación animal, es decir, va mucho más allá del vegetarianismo, ya que no se centra sólo en la dieta sino en excluir otras formas de explotación animal que son muy aparte de una dieta, como lo es la vestimenta, la experimentación en animales, el usar animales como transporte como lo es montar caballo, un elefante, un camello, etc. Fuente: RAE. Vegetarianismo: Régimen alimenticio basado principalmente en el consumo de productos vegetales, pero que admite el uso de productos del animal vivo, como los huevos, la leche, etc.

²⁹ Básicamente se trata de enfrentar, a muerte, a un oso encadenado contra perros entrenados. Fuente: «Bear-baiting». Encyclopaedia Britannica 3. Encyclopaedia Britannica Company. 1910. p. 575. Consultado el 15 de febrero de 2007.

³⁰ Uno de los circos más famosos del mundo, El Circo del Sol, no usa animales no humanos, sin embargo, decenios atrás, y aún hoy en día, hubo, y hay, un número muy grande de circos que obligaron, y obligan, a animales domésticos y silvestres a hacer diferentes tipos de malabares para entretener al público. (Gamaza, 2020).

Zoológicos

Zoofilia o bestialismo³¹

Carreras y caza de galgos³²

Tráfico de animales silvestres

Equitación

Pesca

Desplazamiento forzoso de su hábitat

Caza

Explotación en La Industria Alimenticia:

Producción de carne (incluye peces y demás animales marinos)³³

Producción de huevos³⁴

Producción de leche³⁵

³¹ El término correcto sería bestialismo y no zoofilia, y se le considera una forma de maltrato animal ya que carece de un consentimiento informado. (Díaz, 2020).

³² Los galgos que son usados para carreras y caza suelen estar casi siempre atados, maltratados, en condiciones paupérrimas hasta que mueren o son desechados. (Díaz, 2020).

³³ Comparto citas del documental Cowspiracy y Seaspiracy, que detallan de una forma magistral cómo opera la industria de la carne y la pesca: Andersen, & Kuhn, 2014).

³⁴ Comparto cita de un artículo que explica con lujo de detalles la explotación animal a causa de la producción de huevos: (Díaz, 2014).

³⁵ Comparto cita de un video que explica de forma breve el porqué los veganos no consumen leche de vaca: (Osorio, 2015).

Producción de miel³⁶

Aleteo de tiburones³⁷

Foie gras³⁸

Producción de carmín rojo E-12017³⁹

Explotación Animal para la Vestimenta o Indumentaria:

Producción de lana⁴⁰

Producción de cuero

Experimentación en Animales⁴¹:

Producción de cosméticos

Producción de medicinas

³⁶ Comparto cita de un video que explica de forma breve el porqué los veganos no consumen miel de abeja: (Osorio, 2015).

³⁷ Comparto cita de un artículo que explica con lujo de detalles la explotación animal a causa del aleteo de tiburones: (Diaz, 2020).

³⁸ Comparto cita de un artículo que explica con lujo de detalles la explotación a los patos que causa el foie gras: (Diaz, 2020).

³⁹ Comparto cita de un artículo que explica con lujo de detalles el cómo se produce el color carmín con las cochinillas: (Soteriou, & Smale, 2018).

⁴⁰ Comparto bibliografía de un artículo que explica con lujo de detalles el maltrato que se le da a las ovejas debido a la producción de lana: (Diaz, 2019).

⁴¹ Comparto bibliografía de un video que explica el porqué se deberían de dejar los productos, que en su producción, experimentaron en animales: (Osorio, 2021).

Explotación Animal al usarlos como Medio de Transporte y/o Fines Bélicos⁴²:

Montar y/o transportarse en caballos

Montar y/o transportarse en camellos

Montar y/o transportarse en elefantes

Probar armas asesinando o causándoles daño físico

Crueldad y Maltrato con los Animales de Compañía y/o Domésticos:

Abandono⁴³

Causarles dolor físico y psicológico de manera arbitraria

Mutilaciones⁴⁴

Examinando aquellas categorías de explotación animal, se puede argüir que la práctica del veganismo representa una gran revolución que trae consigo un gran impacto positivo en la emancipación de los animales, de hecho se puede conjeturar que el veganismo es una postura ética que desafía a un sinnúmero de costumbres, debido a que gran parte de lo que consume hoy en día el ser humano en países de primer y tercer mundo, se basa en la

⁴² Horta, O. (2010). "Los animales no humanos víctimas de la guerra y la industria militar", *Ética más allá de la especie*, 22 de junio.

⁴³ Según la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) se estima que en cuanto a perros, hay unos 400 millones de ellos desamparados en las calles. Fuente: Revista canina . com (13 de mayo). «Respetop, cuidado y protección ambiental». Consultado el 3 de mayo de 2013. (enlace roto disponible en Internet Archive; véase el historial, la primera versión y la última).

⁴⁴ En Buenos Aires se prohibió la intervención estética en los animales, como lo son el típico corte de orejas y cola a los PitBull y Doberman. Comparto bibliografía: «La ciudad de Buenos Aires prohibió realizar intervenciones estéticas en animales». www.elobservadordelsur.com. Consultado el 21 de febrero de 2020.

explotación de los animales: desde la alimentación y la experimentación, hasta en el ámbito de la vestimenta y el entretenimiento entre muchos otros.

Conclusiones de Estudios Previos Respecto a la Adopción del Veganismo

Díaz (2017) realizó una investigación cuyo objetivo general fue el “analizar los factores predictivos de la intención de adoptar el veganismo ético, entendido como una manifestación de consumo ético centrado en la problemática de la consideración moral de los animales en el paradigma actual dominante”. De los resultados de ese estudio, se destacan cuatro conclusiones:

1. Que la gente se preocupa más por ciertas especies animales que por otras (especismo), por motivos de protegerlos, pero en la misma medida, por salud y medio ambiente:

Para los sujetos que se distancian del consumo de ciertos animales, la preocupación animal es alegada como razón importante pero otros motivos (como la protección ambiental, la justicia social y la salud) están igualmente presentes; es más, la relevancia de estas razones depende del tipo del animal bajo examen, lo que hace pensar que cada especie provoque distintas creencias salientes. (Díaz, 2017, p. 347)

2. Como ya se expuso en el Planteamiento del Problema, incluso en la parte final de la Justificación, el veganismo es visto con malos ojos por la mayoría de las personas, en este caso, los universitarios españoles no fueron la excepción:

Los estudiantes universitarios tienen actitudes eminentemente negativas hacia el veganismo, no perciben motivación ni presión de su entorno sobre el veganismo y

consideran que no tienen herramientas suficientes para adoptarlo... En definitiva, los estudiantes reconocen a los animales como seres sintientes, pero tienen una visión antropocentrista y especista de corte bienestarista⁴⁵ según el cual la idea del maltrato animal es reprobado, pero no la de utilizar los animales como recursos al servicio del ser humano. (Díaz, 2017, p. 347)

3. Se indica que la adopción del veganismo depende de:

En primer lugar, de las normas subjetivas (entendido como influencia del entorno), seguido de las actitudes positivas hacia el veganismo (especialmente las de naturaleza afectiva) y, en menor medida, de la percepción de control conductual del sujeto (especialmente de las capacidades que considera que tiene para su adopción). (Díaz, 2017, p. 348)

4. Por último, y una de las conclusiones que más destacaron en esta investigación, es que las mujeres tienen más consideración respecto al sufrimiento de los animales:

En definitiva, estos resultados vienen a confirmar las hipótesis de que las universitarias españolas mantienen, en comparación con los hombres, una posición más positiva hacia los animales... Concretamente, el análisis multigrupo confirmó que el género moderaba la relación entre las actitudes humano-moralistas y las

⁴⁵ El bienestatismo es un enfoque que vela por el bienestar de los animales (salud, alimento, comodidad, buen trato...) pero que de igual forma avala su uso, explotación y su "sacrificio" para causas humanas, en su mayoría la alimentación. Los veganos, con su enfoque abolicionista, están totalmente en contra del bienestatismo, indicando que, si de verdad se pretende pensar en el bienestar de los animales, se debe velar no sólo por su bienestar sino también por su liberación, es decir, dejar de considerarlos propiedad de los humanos. Fuente y bibliografía: Barrionuevo, C. (2021) El debate en la defensa de los animales: ¿bienestatismo o abolicionismo? <https://www.ecocultura.com/defensa-animales-bienestatismo-versus-abolicionismo/>

actitudes conductuales hacia el veganismo: el poder predictivo de las primeras en las segundas resultó ser significativamente superior en el caso de las mujeres que en el de los hombres. (Díaz, 2017, p. 349)

Marín (2014), realizó una investigación cuyo objetivo general fue “Identificar distintos factores que podrían conducir a alguien a ser parte de un movimiento minoritario prosocial, en este caso el veganismo”. De los resultados de ese estudio, se destacan también cuatro conclusiones:

1. “La mayoría de los participantes de este estudio comenzaron a construirse en esta causa gracias a personas cercanas, personas con las que tenían algún tipo de vínculo afectivo y que les informaron” (Marín, 2014, p. 59). Es decir, que los veganos que entrevistó conocieron el veganismo debido a personas muy cercanas.

2. Que en el proceso que se dio para que las personas participantes decidieran adoptar el veganismo y no sólo contemplarlo, fue el hecho de enfrentar las consecuencias detrás del consumo de animales y a su propio ritmo. (Marín, 2014, p. 60).

3. Que hay dos motivos fuertes cuando inició la adopción del veganismo en los participantes, el racional y el emocional:

El recorrido que han seguido va a depender de la razón que los llevó a formar parte de esa causa. Los que lo hicieron por un motivo más amplio e impersonal, de mejorar el mundo en este caso, siguieron un proceso más racional, menos traumático. Los que lo hicieron por un motivo más empático, más personal, en este caso relacionado con el respeto a los animales, siguieron un proceso más emocional, y más traumático a nivel de emociones negativas. (Marín, 2014, p. 60).

4. Que la adopción del veganismo es una decisión madura: “una identidad que ha asumido una nueva visión del mundo” (Marín, 2014, p. 61). Y al final agrega que “Hay que empezar dándoles herramientas, haciéndoles participar en cosas de forma gradual, de lo más sencillo a lo más complejo.” (Marín, 2014, p. 61). Es decir, que si se quiere que las personas asuman identidades éticas hay que ver las formas de dar herramientas, que al inicio sean fáciles de asumir y no al revés.

Núñez y Romero (2019), realizaron una investigación cuyo objetivo general fue “Determinar los factores que motivan en las personas de la ciudad de Cali, la adopción del veganismo como un estilo de vida”. Un objetivo que, aunque es muy similar al de esta investigación, tuvo un enfoque para planes estratégicos de marketing, pero que de igual forma aportaron conclusiones importantes:

1. Coincide con la investigación de Díaz (2017), en que las personas de género femenino tienen más sensibilidad respecto a la consideración de los animales explotados, indicando que es debido al instinto maternal: “Existe más sensibilidad en las personas de género femenino llegando a la conclusión que se debe por su instinto maternal y de protección que se desarrolla hacia los animales.” (Núñez y Romero, 2019, p. 102).
2. A pesar de las críticas y los constantes comentarios que siempre intentan burlarse y poner en duda la adopción del veganismo, los participantes caleños siguen sintiendo que el asumir el veganismo fue una de las mejores decisiones de su vida, además que se sienten sanos en cuanto a salud física y mental se refiere, y que el ser veganos, en

cuanto a la alimentación se refiere, no es costoso a no ser que se consuman productos orgánicos en tiendas especializadas. (Núñez y Romero, 2019, p. 102).

3. Y aunque hicieron énfasis en que el factor que más determina la adopción del veganismo es el rechazo a la explotación animal y no sólo en la alimentación, también puntualiza otros factores que influyeron en la adopción del veganismo como lo son la salud física y el medio ambiente, una conclusión en la que de nuevo coincidió con las de la investigación de Díaz (2017).

Otros Estudios y Teorías Sobre la Adopción del Veganismo

Otros estudios no tan recientes (de la primera década del 2000), pero que son importantes de nombrar, fueron de hecho parte del marco teórico de la investigación de Marín (2014) y parte de la bibliografía de los otros estudios mencionados. Tales investigaciones son las de Boyle (2007) y de McDonald (2000). Resumiendo, la traducción e introducción que nos da Marín (2014) respecto a estas investigaciones, dice primero que la investigación de Boyle (2007) establece tres fases por la cuales pasa una persona en el momento de asumir el veganismo:

1. Afinidad: es decir, tensiones morales y políticas principalmente que llevan a que la persona se preocupe por la libertad de los animales al ver la explotación a la que están expuestos.

2. Afiliación: se refiere a un punto de inflexión: discusiones, interacciones con media, problemas de salud, excursiones y experiencias estéticas.

3. Significación: cuando ya se lleva a la práctica como tal del veganismo.

Como se pudo ver, se mencionaron las “interacciones con media” es decir, el interactuar con material audiovisual es parte importante del aprendizaje de lo que es la explotación animal y así mismo de lo que es el veganismo. Es más, Marín (2014) dice posteriormente:

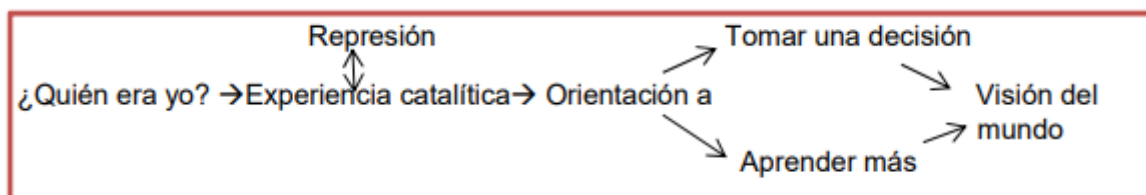
Usando la “Teoría del aprendizaje social” de Akers dice que los individuos aprendemos interactuando con otros que realicen o defiendan la desviación en cuestión. En este estudio había tres fuentes primarias a través de las cuales los nuevos vegetarianos/veganos aprendían a afiliarse al veganismo: otras personas, material escrito y media.

Esto, respalda de cierta forma el enfoque de esta investigación hacia el material audiovisual que circula en las redes como forma efectiva para muchos asuman el veganismo.

Respecto a la investigación de McDonald (2000), Marín, S. (2014) nos ilustra con una figura (Figura 3), un esquema indica ella, de las fases que McDonald estableció de cuando se adopta el veganismo:

Figura 3.

Esquema del proceso de hacerse vegano (McDonald, 2000)



Nota. Tomado de Marín, S. (2014). El proceso de construcción personal en relación a un movimiento minoritario prosocial: becoming vegan. Barcelona. (p. 16)

1. Experiencia catalítica: se refiere a aquella experiencia desagradable respecto al ver la muerte, la explotación y/o la crueldad de un ser humano para con un animal. Puede ser de manera presencial o virtual. Marín explica que no necesariamente la experiencia catalítica lleva a la persona directamente a ser vegana, si no que hace parte un proceso largo donde se puede necesitar más de una de estas experiencias para finalmente llegar a lo que es el veganismo, porque cuando se llega ahí, es cuando la emoción de la experiencia catalítica se conecta con la razón. Un ejemplo claro de esto, es la experiencia que muchos tuvieron al ver las producciones subidas a YouTube: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky, donde, debido más que todo al contenido audiovisual desgarrador y explícito que muestra y enseña sobre la explotación y crueldad hacia los animales, se generaron experiencias catalíticas en quienes los vieron. Sobre aquellos videos y las valoraciones que los participantes de la investigación tuvieron de ellos, se hablará a fondo más adelante.
2. ¿Quién era yo?: Según Marín, McDonald se refiere a ese cuestionamiento de cómo la persona pensaba que tenía consideración hacia a los animales, pero al ver la explotación que se da a los animales en las granjas para alimento o en otros lugares para el entretenimiento, entre otros, se da cuenta que hizo parte de esos tipos de explotación.
3. Represión: es precisamente esa misma experiencia catalítica pero que se repite, y cada una de ellas va quedando en la mente hasta que se pasa a la siguiente fase.

4. Orientación: es quizá la más importante, porque es allí donde esas represiones de las experiencias catalíticas respecto a la explotación animal se toman en serio.
5. Tomar una decisión y Aprender más: se refieren sencillamente a los diferentes caminos que toma la persona que tras conocer a fondo la explotación animal y el estar dispuesto a hacer algo al respecto, descubren el veganismo.
6. Visión del mundo: Finalmente cuando se asume el veganismo y se pone en práctica como tal, la visión del mundo cambia en gran medida.

Díaz, (2017) en el capítulo dos de su extensa investigación (El veganismo como consumo ético y transformador), desde la página 114 se refiere a los “Procesos de adopción del veganismo” y menciona:

1. Qué, según la literatura consultada, son de 6 meses a 3 años el tiempo en promedio que se toman aquellas personas en practicar el “veg(etari)anismo”, y que es más difícil de predecir aquellos que hacen una conversión abrupta. Sin embargo, el inconveniente es ese mismo, que Díaz pone al veganismo y al vegetarianismo en el mismo sitio (en una misma palabra literalmente como se pudo ver), pero como ya se ha explicado, los dos son muy diferentes. También menciona que la conversión abrupta al veganismo, es la más difícil de predecir.
2. Si la adopción del veganismo se da de manera individual o colectiva. Dice Díaz: "MacNair (1998) observó que el 68% de los encuestados describió la adopción del veg(etari)anismo como un proceso eminentemente solitario." De igual forma también indica que el socializar con otros "veg(etari)anos", es importante a la hora de aprender el mismo y así pertenecer a un grupo y construir una identidad.

3. Desde la parte psicológica, si el veganismo o vegetarianismo se asume de manera “racional o afectiva”. Aunque Díaz dice que hay poca literatura sobre esto, referencia un estudio de Regan (2004) donde segmenta tres tipos de personas respecto a cómo asumen el veganismo: uno, los “Davincianos” que nacen ya con esa capacidad de reconocer a otros animales como animales sintientes; dos, los “Damascos” que tras vivir una experiencia reveladora, cuestionan las costumbres morales y culturales y empiezan a respetar a los animales; y tres, los “Distraídos”, que necesitan de múltiples experiencias que revelen la explotación animal para finalmente tomarlas en serio.

Todas estas teorías de las investigaciones mencionadas se tuvieron muy en cuenta a la hora de diseñar las preguntas que se hicieron a los cientos de participantes de esta investigación, como también la incidencia que las TICs, específicamente los discursos que se construyen a lo largo del tiempo en las redes sociales digitales e incluso las no digitales, sin embargo, más allá de querer reforzar aquellas teorías o quizá descartar algunas y/o generar nuevas, esta investigación se centrará en la población vegana, no en la vegetariana, ya que muchas de las investigaciones sobre este tema, como se ha podido ver y como ya se mencionó, ponen al veganismo y al vegetarianismo como si se trataran de una misma postura, cuando la realidad es que las dos son muy diferentes sencillamente porque los procesos para asumir cada una es diferente. Este es un tema que ahora se conjetura pero que se demostrará más adelante.

La Influencia de los Comentarios en las Redes Sociales

Antes que nada, un comentario (sea en redes sociales o por los diversos canales de comunicación que hay), es una apreciación, una opinión. En las redes sociales, los comentarios abrieron paso a una comunicación más bidireccional donde quien genera el contenido puede recibir directamente un feedback, una retroalimentación de prácticamente cualquier persona que cuente con una conexión a internet. Y no sólo eso, quienes tienen la libertad de comentar en internet sobre aquellos temas que les interesan y les apasionan, así mismo se sienten ya parte de una comunidad:

Pero los comentarios no sólo activan áreas asociadas al placer del cerebro, también permiten generar sentimiento comunitario. Según un estudio de la Universidad de Queensland, participar en conversaciones en redes sociales hace que sientas que formas parte de una comunidad y que estás dentro de un grupo. (PuroMarketing, 2014).

Por ende, el hecho de comentar un video, un podcast, una noticia, un meme, etc., en las redes sociales, sea este positivo o negativo, es una marca que se deja según un tipo de pensamiento, es como aquella postura que se quiere dar al que creó el contenido y a los demás que también comentan o que sencillamente solo ven los comentarios, porque de hecho, los comentarios en redes sociales son una fuerte influencia en los internautas:

¿Sabías que la opinión en redes sociales de terceros puede influir en tus percepciones? Esta es una de las conclusiones de un estudio realizado por

investigadores de la Facultad de Ciencia de la Salud de la Comunidad de la Universidad y la Universidad Estatal de Nueva York en Geneseo. (Tech, 2020)⁴⁶

Por lo anterior, se puede deducir que el hecho de comentar y ver comentarios sobre aquellos temas que llaman la atención hace parte de ese trayecto que define identidades y al grupo que se pertenece entorno a las redes sociales.

Sin embargo, un fenómeno negativo que se ha desarrollado respecto a los comentarios en redes sociales digitales es la desinformación y los comentarios soeces:

No se distingue entre verdades y mentiras en las publicaciones; y en la mayoría de las ocasiones nos encontramos con tres tipos usuarios: el “real fact” quien medita sobre un post esperando evidencias; el indiferente, al que no le interesa participar en las conversaciones online; y el explosivo, que lanza su opinión con mensajes destructivos y llenos de juicios valorativos, sin importarle las consecuencias.

(Echeverri, 2019). Entre mentiras y verdades: el caos de los comentarios en redes sociales.

Aquellos comentarios “destructivos y llenos de juicios valorativos”, es decir, aquellas personas que hacen ese tipo de comentarios son más conocidos como los trolls: "El troll es aquella persona que publica en foros, blogs, redes sociales y salas de chats mensajes provocativos con la intención de generar una polémica" (Nuñez, V. 2013). En otras palabras, es aquella persona que, aprovechando su identidad oculta y/o que no se encuentra cara a cara

⁴⁶ Tech, C. (11 de julio de 2020). Así cambia nuestra opinión al leer opiniones de otros en redes sociales. GizTab. <https://www.giztab.com/opinion-en-redes-sociales-estudio/>

a la persona que dirige el comentario, dedica parte de su tiempo a incomodar a los demás mediante comentarios provocadores que por lo general están llenos de falacias. Y hay varios tipos de troll clasificados de diferentes formas, pero respecto al troll hiriente y su perfil psicológico:

A diferencia del “graciosillo”, el troll hiriente no posee un afán de diversión relativamente inocente. No. Su fin es perturbar al resto y sacarlo de sus casillas, aprovechando el anonimato que entrega internet, lo que puede llegar incluso a causar daños reales. Por ejemplo, según una investigación, el 70% de las empresas con páginas web en Inglaterra, invierten cerca de 20 mil libras esterlinas anuales cada una (17 millones de pesos chilenos) en lidiar con trolls y los daños que provocan. De acuerdo con el profesor Mark Griffiths, lo hacen por “diversión, aburrimiento, y venganza” y puede ir desde burlarse de manera hiriente de situaciones delicadas, hasta causar suicidio por cyber-bullying. En dos estudios realizados por investigadores canadienses, se encontró que los trolls de internet tienen fuertes rasgos que corresponden a lo que se conoce como “tétrada oscura de la personalidad”. O sea: sadismo, maquiavelismo, psicopatía, y narcisismo. (López, 2016).

Ahora bien. Cuando de contenido sobre veganismo se trata, muchas veces hay un inmediato rechazo por parte de la mayoría de personas (que se produce por razones culturales, como ya se ha explicado varias veces), por ende, es muy común encontrarse con personas y comentarios de este tipo:

Figura 5.

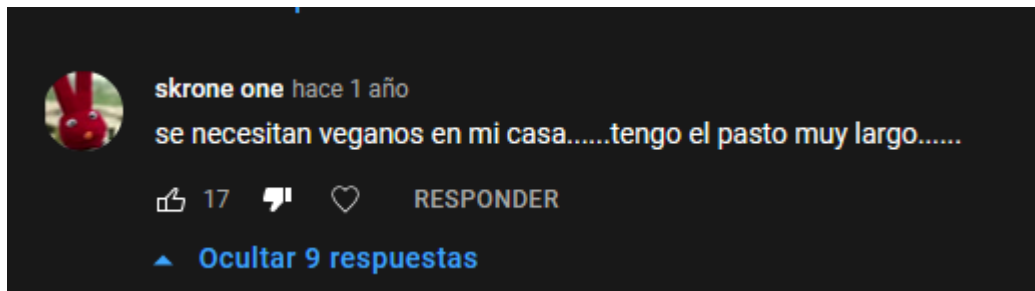
Captura de pantalla recortada de un comentario de un video sobre veganismo en subido a YouTube



Nota. Tomado de Osorio, I. [Iván Krauss] (2019). Entrevistando Veganos ¿SE CREEN SUPERIORES? ¿SON UNA SECTA? [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-QoDNT0x3_A&t=597s

Figura 6.

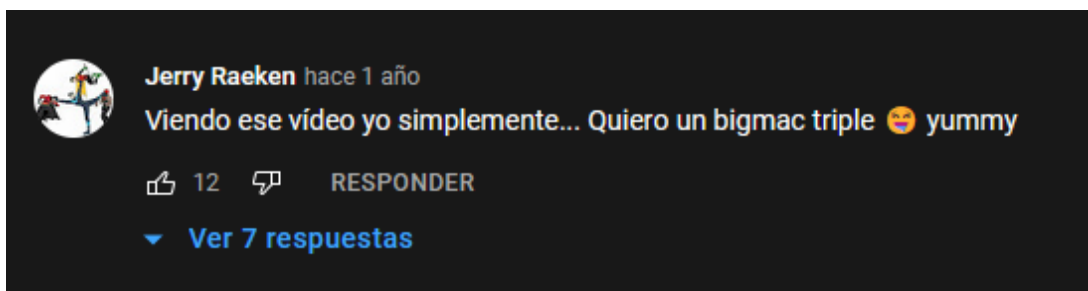
Captura de pantalla recortada de un comentario de un video sobre veganismo en subido a YouTube



Nota. Tomado de Osorio, I. [Iván Krauss] (2019). Entrevistando Veganos ¿SE CREEN SUPERIORES? ¿SON UNA SECTA? [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-QoDNT0x3_A&t=597s

Figura 7.

Captura de pantalla recortada de un comentario de un video sobre veganismo en subido a YouTube.



Nota. Tomado de Osorio, I. [Iván Krauss] (2019). Entrevistando Veganos ¿SE CREEN SUPERIORES? ¿SON UNA SECTA? [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-QoDNT0x3_A&t=597s

Estos comentarios de cierta forma turban el análisis de las verdaderas percepciones y opiniones que los usuarios de redes sociales tienen acerca del veganismo, porque a fin de cuentas no son una forma de comunicación completa, puesto que la Teoría de la Comunicación nos dice que una de las cosas más destacadas de ella "es la importancia de que haya un feedback para que se establezca la comunicación entre dos o más personas", (Peiró, 2021), entonces este tipo de comentarios troll no cumplen con el requisito de que en una buena comunicación "se potencian las relaciones humanas, se evitan conflictos, se aclaran problemas y se comparten objetivos con la meta de conseguirlos con un mayor grado de éxito" (Peiró, 2021). Mas sin embargo y por fortuna, se encuentra que los trolls que comentan sobre temas de veganismo y respeto hacia los animales, son un porcentaje muy menor a comparación de los que comenta apelando a una verdadera comunicación según la Teoría de la Comunicación (ver enlace del video de la Figura 7 para ver la totalidad de los comentarios para notarlo), y por ello mismo, es que se decidió incluir en esta investigación el análisis de los comentarios hechos en las redes sociales.

Marco Teórico

En este apartado, se abordarán temas y teorías más que todo concernientes a la disciplina de la comunicación que serán de gran importancia a la hora de establecer puentes que permiten el alcance de objetivos establecidos. Primero, se justificará el por qué los veganos son un pequeño grupo que hace parte de los nuevos movimientos sociales y de cómo su moderado crecimiento se debe a las TICs, posterior a ello, se expondrá sobre los imaginarios sociales (influenciados por los medios de comunicación, las culturas y las TICs), respecto a las relaciones que establecemos con los animales (cosa que ya se había abordado en el Planteamiento del problema pero que se pretende complementar), luego de ello, se dará

una breve introducción de lo que es la semiótica y cómo aquella, es una herramienta efectiva a la hora de analizar una producción audiovisual. Finalmente, se expondrá lo que es la Teoría de Valoración según Kaplan (2004) para facilitar la evaluación del lenguaje.

El Veganismo: Uno de los Nuevos Movimientos Sociales más Pequeños

A pesar del impacto que se genera al exponer gráfica o audiovisualmente las modalidades de maltrato y explotación animal ya mencionadas en la parte inicial de los Antecedentes, el veganismo encuentra muchos problemas a la hora de ser promulgado, puesto que es rechazado por la gran mayoría de las personas debido a la falta de conocimiento en diferentes disciplinas relacionadas con el maltrato y explotación animal (nutrición, biología, historia, filosofía, ganadería, medicina, etc.)⁴⁷ y, sobre todo, al especismo⁴⁸ tan arraigado que ha estado presente en toda la historia de la humanidad, que su vez, impide la generación de empatía por parte del ser humano para con las otras especies animales y más aún cuando a la dieta se refiere⁴⁹. Es más, a pesar de que este movimiento

⁴⁷ Comparto cita de un documental, un reportaje y un video que incluyen respuestas rápidas y concretas a las preguntas y comentarios (en su mayoría falaces) que más le suelen a hacer a los veganos como lo son por ejemplo: "yo podría vivir sin carne", "las plantas también sienten dolor", "los veganos se creen superiores", "debemos comer carne para respetar la cadena alimenticia". "los veganos son una secta", "no comer huevos ni leche es muy extremo", etc.: (Osorio, 2014), (Osorio, 2021).

⁴⁸ "El especismo es la discriminación basada en la pertenencia a una especie" (Baumann, 2018). Una forma de entenderlo más claramente sería con el siguiente ejemplo: una persona que es racista discrimina a todas las personas de color pero respeta a las personas rubias, y una persona que es especista, discrimina a todos los cerdos pero respeta a los perros.

⁴⁹ "Explotación en la industria alimenticia: este es uno de los más polémicos tipos de maltrato animal, pues hemos sido históricamente enseñados a pensar que determinados animales pueden ser explotados para servir a la alimentación humana, como pueden ver las vacas, los cerdos, las gallinas, las ovejas y corderos, etc. No obstante, estas especies no suelen tener respetadas ni siquiera las libertades básicas del bienestar animal y jamás llegan a conocer la libertad." (Piamore, 2019).

por los animales colectivizó más personas con la llegada de las TIC⁵⁰ (al igual que los otros nuevos movimientos sociales), aún está lejos de igualar lo que por ejemplo el feminismo o ambientalismo han colectivizado.

Realidad Vs Imaginarios Sociales y el papel de las redes sociales

Los imaginarios sociales acaparan la realidad y son construidos principalmente por el sistema social que nos rige, y la mejor herramienta de ese sistema social para crear los susodichos imaginarios, son los medios de comunicación: “Los sistemas sociales operan mediante la comunicación; de modo semejante y coevolutivo los sistemas psíquicos operan mediante la conciencia y los sistemas biológicos mediante la vida.” (Pintos, 2005). Una definición breve y clara de lo que son los imaginarios sociales es que son “precisamente aquellas representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación y de integración social, y que hacen visible la invisibilidad social”. (Pintos, 1995).

En los últimos decenios la influencia de los medios ha sido tan poderosa que distinguir entre la realidad y los imaginarios sociales es muy difícil, tanto así que Durkheim dijo: “Las representaciones colectivas no son, ellas mismas, la realidad social. Son representaciones de ella... Pero, ¿dónde está la <<realidad>> correspondiente a la que se

⁵⁰ “Los movimientos animalistas que, como nuevo movimiento social, se configura en un espacio de valores arraigados que busca ser compartido y acogido por la mayor cantidad de personas posibles (Sánchez, 2006); además, busca el cambio político y cultural, por medio de las políticas públicas y leyes que velen por el bienestar animal (Regan, 1985). Y, para ello, dependen de los medios de comunicación (Gamson y Wolfsfeld, 1993), porque los medios ejercen todavía una influencia decisiva en los procesos de enseñanza y aprendizaje de las sociedades. Más si cabe en una sociedad como la colombiana, que posee amplias regiones con una fuerte brecha tecnológica (MINTIC, 2015) y en donde, por tanto, se minimizan los efectos de la crisis de credibilidad a nivel global (Barredo, 2013) y, en definitiva, los medios siguen cumpliendo un rol central como gestores de la convivencia.” (Angulo, 2016).

refieren las representaciones colectivas? Sólo observamos sus <<manifestaciones>> ... Pero no observamos la <<cosa misma>>”.

Retomando el tema de la explotación animal y usando como ejemplo, nuevamente, la Figura 1 y la Figura 2, observamos cómo los medios y la cultura a través del tiempo, han logrado arraigar el imaginario social de que muchas especies animales son productos y recursos, alejando completamente aquella realidad que indica que el ser humano también es un animal que no posee una cualidad especial que lo haga superior y/o más importante que las demás especies animales⁵¹: “La función de los imaginarios sociales consiste en proveer a determinados fenómenos sociales una consistencia especial que se suele denominar con el nombre de realidad” (Pintos, 1995). Para poder entender esto, para poder diferenciar mejor el imaginario social de la realidad respecto a la visión que tenemos de los animales, es preciso diferenciar la posición ontológica de la constructivista:

Desde una perspectiva teórica se está transitando de una posición ontológica (la realidad está ahí, tiene entidad propia independiente de nuestro conocimiento de la misma y es única y la misma para cualquier tipo de observador) a otra constructivista (la realidad está ahí pero cada observador desde perspectivas diferenciadas la define de diferentes modos produciéndose así diferentes realidades). (Pintos, 2005)

Y aquí es donde entran las redes sociales digitales, ya que tales, colaboraron para dar una nueva perspectiva de realidad respecto a muchas problemáticas sociales que no eran definidas de esa forma, es decir, esas problemáticas estaban allí, existían con “entidad propia

⁵¹ Ver apartado de Planteamiento del problema, más exactamente en el subtítulo: 2.2. Visión Humana de los Animales

independiente de nuestro conocimiento”, pero debido a los imaginarios sociales creados por el sistema (por medio de la Televisión, por ejemplo, siendo éste un medio unidireccional), no fueron identificadas universalmente aquellas problemáticas en el momento en que surgieron, sino que ya mucho tiempo después. Un ejemplo claro de esto, es el medio ambiente y el cambio climático, que aunque se abordó por algunos estudiosos ya desde los años 70 (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, 5 a 16 de junio de 1972, Estocolmo), no fue hasta después de la década del 2010 que comenzaron a sonar las alarmas a nivel mundial sobre el calentamiento del planeta. Lo mismo está ocurriendo con la problemática de la explotación animal: mientras los comerciales estuvieron y están desbordados de propaganda que dice, por ejemplo: “hay que comer más carne de cerdo porque tiene proteína”, “consume más leche de vaca para tener huesos fuertes”, “no hay que usar plásticos para salvar a los pescados”, etc. y etc., tenemos ahora a las TICs, donde se pueden compartir nuevos conocimientos sobre el espantoso trato que reciben los cerdos al ser criados para consumo, las desventajas en cuanto a salud que trae consigo el consumo de leche de vaca en humanos⁵², y el cómo, lo que en verdad está acabando con los océanos y los peces, no es el plástico, sino el consumo de pescado⁵³, y muchas otras realidades basadas en la ciencia y en la ética que la industria de la explotación de animales marinos y terrestres esconde creando, precisamente, aquellos imaginarios sociales motivados principalmente por las grandes ganancias monetarias que se generan⁵⁴. Porque como dijo Pinto en su texto sobre

⁵² “La Escuela de Harvard de Salud Pública eliminó la leche de su guía de alimentación saludable, llamada Healthy Eating Plate, sustituyéndola por agua, preferentemente.” (ecoportal, s. f.)

⁵³ Ver documental *Seaspiracy* en Netflix. Buscar en Bibliografía y Referencias.

⁵⁴ Ver documental *Cowspiracy* y *Seaspiracy* en Netflix. Buscar en Bibliografía y Referencias.

los Imaginarios Sociales a mediados de los años 90s, el sistema mundial lo que pretende generar es una figura de dominación, sin embargo, seguido de eso, Pinto expresa que “determinados acontecimientos de la última década han puesto de manifiesto las debilidades de esta forma de encubrimiento.” (Pintos, 1995), es decir, si en los 90s Pinto menciona que ese “encubrimiento”, esos imaginarios sociales se han empezado a superar, podemos decir ahora, en pleno 2022, que esos imaginarios sociales se siguen superando con más éxito. Por ello se da tanta importancia a los nuevos movimientos sociales altruistas que crecen cada vez más desde que llegó a nosotros el internet:

Los movimientos animalistas que, como nuevo movimiento social, se configura en un espacio de valores arraigados que busca ser compartido y acogido por la mayor cantidad de personas posibles; además, busca el cambio político y cultural, por medio de las políticas públicas y leyes que velen por el bienestar animal. Y, para ello, dependen de los medios de comunicación, porque los medios ejercen todavía una influencia decisiva en los procesos de enseñanza y aprendizaje de las sociedades. Más si cabe en una sociedad como la colombiana, que posee amplias regiones con una fuerte brecha tecnológica (MINTIC, 2015) y en donde, por tanto, se minimizan los efectos de la crisis de credibilidad a nivel global y, en definitiva, los medios siguen cumpliendo un rol central como gestores de la convivencia. (Angulo, 2016)

En síntesis, las TIC se han convertido en un puente alternativo que ha dado la oportunidad de conocer realidades sociales que velan por propósitos altruistas, logrando acaparar muchos imaginarios sociales que velan por el interés particular.

La Semiótica como Herramienta para el Análisis de una Producción Audiovisual

Básicamente, la semiótica, y como lo describe Eagleton (1994), significa: “estudio sistemático de los signos”. Más detalladamente Eagleton en el mismo texto indica que la semiótica:

Distingue entre “denotación” (lo que el signo significa) y la “connotación” (otros signos asociados con él); entre claves o códigos (estructuras regidas por una regla que producen significados) y los mensajes que transmiten, entre lo “paradigmático” (una clase entera de signos entre los cuales uno puede representar al otro) y lo “sintagmático” (donde los signos se eslabonan para formar una cadena). (Eagleton, 1994, p. 64).

Por ende, se trata de profundizar y particionar el elemento que estamos analizando de tal forma que podamos distinguir sus signos y sus códigos para entenderlo de una forma más objetiva y menos superficial, se trata de ver el cómo esos códigos y signos se relacionan entre sí y van construyendo un sentido, un significado. Y se apela a un método estructuralista, porque de hecho, la semiótica antes de ser semiótica, se le denominaba Estructuralismo: “Con la obra de la escuela de Praga, el término estructuralismo más o menos llega a fundirse con el término <<semiótica>> o <<semiología>>. (Eagleton, 1994). Tomando como ejemplo al análisis de un cuento: “El método es analítico, no evaluador... El estructuralismo es una afrenta premeditada contra el sentido común. Rechaza el significado obvio del relato y procura aislar ciertas estructuras profundas del cuento que no salen a la superficie.” (Eagleton, 1994).

Y aunque en tiempos más modernos la semiótica se usa mucho para el análisis de piezas publicitarias, la semiótica puede ser aplicada para el análisis de un video, que trae consigo nuevos elementos como el sonoro, visual además del textual, que era y de hecho sigue siendo el foco del análisis semiótico.

Así pues, según unas de las conclusiones de un estudio mucho más reciente (Rodríguez, 2016) respecto a la semiótica en una producción audiovisual, encontramos que para el eficiente análisis semiótico de un video, existe un modelo de análisis dividido en cuatro bloques:

Códigos formales, de la representación, narratológicos y de la seducción. Los primeros se centran en los aspectos visuales –composición fotográfica, movilidad e iconografía–, gráficos, sonoros y sintácticos o del montaje. Los códigos de la representación estudian la puesta en escena y el espacio y el tiempo videográficos. En cuanto a la narración, se desvelan los códigos de los existentes y los acontecimientos. Por último, el análisis de la seducción hace referencia al examen de los códigos retóricos y de las funciones del lenguaje predominantes en el clip (Rodríguez, 2016).

En concordancia con lo anterior, si se quiere hacer un análisis semiótico de un video, o por lo menos un análisis con influencia semiótica, debemos analizar por separado de aquel video, lo que es la parte visual (enfoques, planos, colores, signos, etc.), la parte textual, la parte sonora (voces, música de fondo, efectos sonoros, etc.) y lo que predomina en cada segmento del que está compuesto el video.

La Teoría De La Valoración

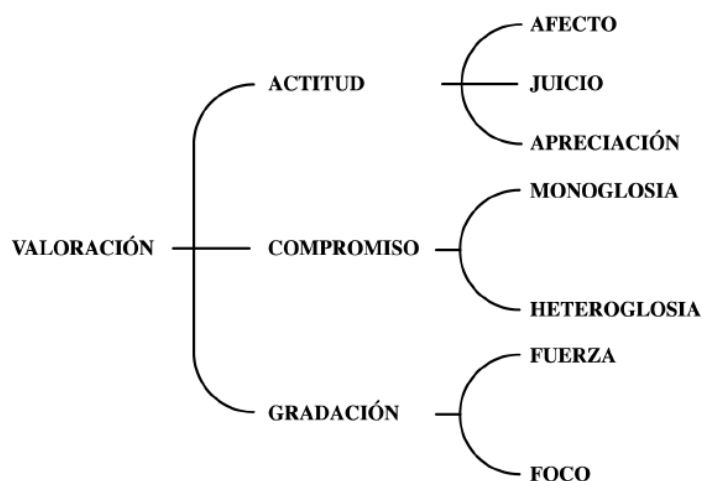
Tenemos ahora lo que es la Teoría de la valoración (Iedema et al. 1994, Martin 2000, White 2003) donde Kaplan (2004) nos dice que: "La Teoría de la valoración promete ser una valiosa herramienta teórica y analítica que permite realizar estudios sobre la evaluación en el lenguaje", porque:

Pretende describir y explicar los sistemas de opciones semánticas que ofrece el lenguaje para evaluar, adoptar posiciones, negociar relaciones, construir personas textuales, y lograr que las posturas ideológicas parezcan naturales. En particular, se ocupa de la expresión lingüística de la actitud y la emoción, así como de los recursos que hacen variar el compromiso del emisor. (Kaplan, 2004, p. 52)

Una manera de entender más fácil esta teoría, es observando su resumen en la siguiente figura:

Figura 4.

Resumen del sistema de valoración



Nota. Tomado de Kaplan, N. (2004). Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: La teoría de la valoración. Universidad Central de Venezuela. p. 73.

Esta es la explicación resumida que Kaplan (2004) le da a cada concepto:

Valoración: "La construcción discursiva de la actitud y la postura intersubjetiva... Incluye todos los usos evaluativos del lenguaje" (Kaplan, 2004, p.58). En otras palabras, es la adopción de una posición respecto algún concepto dispuesto a ser expuesto y discutido en varios ámbitos.

Actitud: "Enunciados que transmiten una evaluación positiva o negativa". (Kaplan, 2004, p.60). Y es importante presentar la advertencia que Kaplan da sobre la actitud: "todas las distinciones realizadas en el sistema de actitud corresponden al esquema de valores propios de la cultura occidental. En consecuencia, no pueden ser aplicadas automáticamente a discursos que provienen de otras culturas". (Kaplan, 2004, p.61).

Afecto: como "subsistema de la actitud", es sencillamente una evaluación netamente emocional hacia diferentes elementos. Y esa respuesta emocional incluye lo que es la felicidad, la infelicidad, la seguridad, la inseguridad, la satisfacción y la insatisfacción. (Kaplan, 2004, p.62).

Juicio: también como "subsistema de la actitud", es una evaluación institucionalizada, ya que precisamente hay un juicio en base a las leyes, la moral que se tiene sobre algo o alguien. (Kaplan, 2004, p.64).

Apreciación: como "subsistema de la actitud", que al igual que el afecto apela a los sentimientos, sin embargo, se enfocan en una visión, por decirlo así, un poco más superficial, es decir, en apreciar más el "cómo" que el "qué", Kaplan pone como ejemplo: "Un hermoso atardecer, las elegantes líneas del automóvil, una actuación monótona". (Kaplan, 2004, p.66).

Compromiso: Básicamente se trata de esas afirmaciones que se dan y que, por una parte, reconocen otras voces (**heteroglosia**), y que, por otra parte, están con una gran carga intersubjetiva porque son afirmaciones que se toman como una especie de “verdad propia absoluta” (**monolgosia**). (Kaplan, 2004, p.68).

Gradación: “La tercera dimensión dentro del sistema de valoración”, como la misma palabra lo dice, se trata de grado, más exactamente (en la subcategoría de **Fuerza**) se expresan con adverbios, Kaplan pone como ejemplos: “ligeramente, muy, en realidad”, como también de formas implícitas, que son como el afecto como estos otros ejemplos que también pone Kaplan: gustar, amar, adorar; en el subsistema de apreciación - atractivo, hermoso, exquisito”. (Kaplan, 2004, p.73). Respecto al **Foco**, Kaplan (2004) dice:

La escala opera aquí en términos de agudeza. Los valores en el extremo más agudo de la escala de foco se pueden ejemplificar con términos como *un verdadero amigo*, *pura maldad*. En el otro polo, el extremo suave, los valores de relación son borrosos o tienen límites imprecisos (ej.: *estaba medio nervioso*, *una ballena es como un pescado*). Según White (2004), estos valores son los equivalentes a las llamadas "evasivas" (Lakoff 1972).

Así pues, es pertinente aplicar esta teoría para segmentar y así analizar, con más detalle, las valoraciones que las personas tienen respecto a algún elemento dentro del marco de la Lingüística Funcional Sistémica.⁵⁵

⁵⁵ La LFS, desarrollada por Michael Halliday (1975, 1978, 1994) recoge la tradición de la lingüística europea y sus orígenes se remontan a la Escuela de Praga... La LFS pone el énfasis en la relación entre el lenguaje y el contexto social, ambos considerados niveles complementarios de la semiosis... Para la LFS, el lenguaje es un recurso sistemático para expresar significados en un contexto. (Kaplan, 2004, p, 55).

Marco Metodológico

Tratándose del estudio de una población en específico y su valoración lingüística respecto a elementos audiovisuales, la investigación tuvo un enfoque mixto, donde los instrumentos y técnicas primordiales de obtención de información fueron: la entrevista semiestructurada (cara a cara y en línea), la encuesta cerrada en línea (por medio de Google Forms) para tres grupos y en tres fases, donde se incluyó el análisis cuantitativo con base a la Teoría de valoración de los comentarios del material audiovisual: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*, más el análisis cualitativo y semiótico de su contenido. A continuación, se ampliará la información.

Tipo y Enfoque de Investigación

Investigación Cualitativa y Cuantitativa

Se partió de la investigación cualitativa, que se basa en la cosecha y estudio de la información que vendrá de la interacción directa e indirecta con la población seleccionada. También se usó este tipo de investigación para el análisis del contenido de los dos videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*, ya que la investigación cualitativa se trata de “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica. Tiende a centrarse en la exploración de un limitado pero detallado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores, y su meta es lograr profundidad y no amplitud” (Blaxter, Hughes y Tight, 2000). Sin embargo, también hubo un enfoque cuantitativo debido a que los datos obtenidos de ese enfoque cualitativo, tuvieron que cuantificarse para poder obtener datos estadísticos para la mejor comprensión de los mismos en las entrevistas y encuestas realizadas, como

también, en base a la Teoría de la Valoración, se obtuvieron datos estadísticos y categorizados tras el análisis de las actitudes (afecto, juicio y apreciación), y la gradación (fuerza y foco) de diversos comentarios (de los dos videos documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*), extraídos de la red social YouTube, porque la investigación cuantitativa “pregona e intenta lograr la objetividad, establece variables, busca probar hipótesis, y su estrategia para el tratamiento de los datos se basa en la sistematización, el uso de cifras y la estadística. También considera la generalidad en los resultados y conclusiones.” (Tamayo y Tamayo, 2004; Sabino, 1998; Briones, 1988; Bell, 2002; Cerda, 2000; Bunge, 1983; Camacho de Báez, 2003; Suárez, 2001; Niño, V. 2011).

Investigación Descriptiva

También hay un enfoque descriptivo, porque se especifican tipologías de la población evaluada: “Se entiende como el acto de representar por medio de palabras las características de fenómenos, hechos, situaciones, cosas, personas y demás seres vivos, de tal manera que quien lea o interprete, los evoque en la mente.” (Niño, 2011, p. 34).

Paradigma Hermenéutico e Interpretativo

Como parte de un enfoque cualitativo, tenemos un paradigma hermenéutico e interpretativo en esta investigación, ya que, "el análisis hermenéutico se enmarca en el paradigma interpretativo comprensivo; lo que supone un rescate de los elementos del sujeto por sobre aquellos hechos externos a él. En este sentido, debe destacarse que dicho análisis toma como eje fundamental el proceso de interpretación". (Cárcamo, 2005, p. 211). Por ende, se trata de que con base a un conocimiento previo de carácter subjetivo, se formulan algunas conjeturas que luego se vienen a ser contrastadas con información objetiva para una

mejor interpretación, en palabras más resumidas, es el “fusionar los horizontes; fusionas lo que sabes con lo que no sabías” (Duarte, 2020, 4m49s), porque "son métodos que utiliza inconscientemente todo investigador ya que la mente humana es por su naturaleza interpretativa, es decir hermenéutica: trata de observar algo y buscarle significado." (Enciso, 2013). En el caso específico de esta investigación y como forma de ejemplo, fue el observar e interpretar las reacciones comunicativas de una población ante un material audiovisual específico, como también, fue el notar que hay una particular población que reúne varias características de carácter comunicacional que conllevaron a aquella población adoptara al veganismo, características que se descubrirán, y más que todo, se interpretarán y determinarán mejor, por medio de la metodología que aquí se expone.

Muestra Representativa

El tipo de muestreo al cuál se apeló, es el intencional o de conveniencia⁵⁶, es decir, deliberadamente se seleccionaron personas que cumplieran con ciertas características, cuyos dos principales, fueron el hecho de que todos los fueran veganos y actuales usuarios de la red social Facebook, debido a que si el objetivo es obtener datos sociodemográficos, el caracterizar la manera en que los veganos conciben el veganismo, y el categorizar procesos históricos, prácticas comunicativas y demás interacciones que lograron que actuales usuarios de Facebook asumieran el veganismo, fue absolutamente necesario que la muestra fuese de

⁵⁶ Este método se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas cualitativamente, mediante la inclusión de grupos aparentemente típicos. Es decir, cumplen con características de interés del investigador, además de seleccionar intencionalmente a los individuos de la población a los que generalmente se tiene fácil acceso o a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra. (Hernández Carpio, 2019).

personas veganas y que se contactadas por medio de esa red social. Adicional, la muestra se dividió en tres grupos: **Grupo #1**, 18 veganos usuarios de la red social Facebook, de los cuales, diez 10 de ellos, son veganos activistas y veteranos⁵⁷, es decir, veganos que llevan siéndolo más de 7 años y fuera de eso, dedican o dedicaron gran parte de su tiempo a difundir y defender las ideas el veganismo; **Grupo #2**, 105 veganos usuarios de la red social Facebook de habla hispana; y **Grupo #3**, 609 veganos usuarios de la red social Facebook de 16 a 90 años de habla hispana e inglesa. Por último, y para el cumplimiento específico del Objetivo #3 de esta investigación, se seleccionaron, también por conveniencia, 83 comentarios emergentes que diferentes personas colocaron el apartado de comentarios de los dos videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky* de la red social YouTube. Adicional, esos comentarios que se van a analizar, se segmentaron en dos grupos por cada video: uno, 20 comentarios en español ordenados por “Mejores comentarios⁵⁸”, y 20 comentarios en español ordenados por “Más recientes primero” del documental *Earthlings*; y dos, 17 comentarios en español ordenados por “Mejores comentarios”, y 26 comentarios en español ordenados por “Más recientes primero” del video *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*.

⁵⁷ Este filtro, en el primer grupo de la muestra, fue necesario debido a que de ahí partió la investigación, y se requería de un grupo de veganos experimentados para reducir, desde el principio, los sesgos y/o errores del muestreo.

⁵⁸ En la red social YouTube, en el apartado de los comentarios para cada video subido, está la opción: ORDENAR POR” y allí, se puede seleccionar “Mejores comentarios” y más “Más recientes primero”.

Técnicas e Instrumentos

Tabla 1.

Técnicas, instrumentos y población según cada Objetivo Específico de la investigación

Objetivo	Técnica	Instrumento	Población
1. Caracterizar a la población vegana: datos sociodemográficos y su concepción del veganismo con el fin de establecer una población de objeto de estudio.	Entrevista semiestructurada ⁵⁹ y a profundidad ⁶⁰ en línea y cara a cara. Encuesta cerrada con opción de múltiple y única respuesta, como también con la opción de respuesta abierta (ver anexo 1 y 2)	Guía de preguntas (ver anexo 7). Cuestionario, diseñado en Google Forms (ver anexo 1 y 2)	Veganos usuarios de la red social Facebook
2. Categorizar los procesos históricos, las prácticas comunicativas e interacciones que incidieron en la adopción del veganismo en la red social Facebook y	Entrevista semiestructurada y a profundidad en línea y cara a cara. Encuesta cerrada ⁶¹ con opción de múltiple y única respuesta, como también con la opción	Guía de preguntas (ver anexo 7). Cuestionario, diseñado en Google Forms (ver anexo 1 y 2)	Veganos usuarios de la red social Facebook

⁵⁹ La entrevista semiestructurada es una entrevista exploratoria que se utiliza con mayor frecuencia en las ciencias sociales con fines de investigación cualitativa o para recopilar datos clínicos. Si bien generalmente sigue una guía o protocolo que se elabora antes de la entrevista y se centra en un tema central para proporcionar una estructura general, la entrevista semiestructurada también permite el descubrimiento, con espacio para seguir trayectorias temáticas a medida que se desarrolla la conversación. (Investigadores, 2020)

⁶⁰ Robles (2011), dijo que respecto al entrevistado:

La entrevista en profundidad es un proceso que podríamos dividir en dos fases; la primera denominada de correspondencia, donde el encuentro con el entrevistado, la recopilación de datos y el registro, son la base para obtener la información de cada entrevista. La segunda, considerada de análisis, donde se estudiará con detenimiento cada entrevista y se asignarán temas por categorías, con esto, podremos codificar de manera eficiente toda nuestra información para su futuro análisis. (p. 42).

⁶¹ “Las preguntas cerradas son fundamentales para recopilar las respuestas de nuestros encuestados dentro de un marco limitado de opciones. Las preguntas cerradas son la base de todas las técnicas de análisis estadístico aplicadas en cuestionarios y encuestas”. (QuestionPro, s. f.).

YouTube con el fin de instituir criterios de análisis emergentes	de respuesta abierta (ver anexo 1 y 2)		
3. Realizar un análisis de contenido de las producciones audiovisuales en YouTube: documental <i>Earthlings</i> y <i>El mejor discurso que jamás escucharás</i> - Gary Yourofsky y de sus comentarios con el fin de ahondar en los discursos y elementos comunicativos incidentes en la adopción del veganismo.	Análisis de contenido ⁶² , observación naturalista ⁶³ , análisis semiótico y cuantificación de resultados.	Matriz de elaboración propia para el análisis de la parte visual, auditiva, textual, etc. (ver Tabla 7), el resumen de la Teoría de Valorización (ver Figura 4.)	Usuarios de la red social YouTube que comentaron los videos: documental <i>Earthlings</i> y <i>El mejor discurso que jamás escucharás</i> - Gary Yourofsky

Nota. Tabla para la fácil comprensión de las técnicas, instrumentos y población seleccionada en función de cada Objetivo específico de esta investigación.

Fases De La Investigación

Con el objetivo de reducir, en lo posible, los sesgos y/o errores del muestreo y la constante actualización de las Técnicas de obtención de información, como también el

⁶² El Análisis de Contenido es un método que apunta a descubrir la significación de un mensaje, ya sea este un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un memorando, etc. Específicamente, se trata de un método que consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de manera adecuada su sentido (Mayer & Quelle, 1991)

⁶³ Es una observación naturalista ya que se trata de observar los comentarios que varias personas hicieron, por iniciativa propia, a videos específicos:

La observación naturalista es un método utilizado en investigaciones y cuyo fundamento es realizar la observación de un sujeto o sujetos, ya sean personas o bien animales, haciéndolo directamente en el lugar donde habita, sin que el investigador le perturbe lo más mínimo, con el fin de evitar cualquier tipo de interferencia que suponga un comportamiento diferente al que tendría si no hubiera un observador allí. (Casasola, s.f.)

cumplir, de manera organizada y más inteligible, cada Objetivo Específico, se decidió estructurar la investigación en tres fases.

Fase #1: Caracterización sociodemográfica de la población vegana y su concepción del veganismo⁶⁴

Se recolectaron cronológica y progresivamente los resultados de cada uno de los tres grupos de la Muestra Representativa, es decir, al Grupo #1 (18 veganos, donde la mitad de ellos son veganos activistas experimentados) se aplicó lo que fue la entrevista semiestructurada, entrevistas que fueron presenciales y virtuales (virtuales principalmente por temas de covid-19), con preguntas abiertas cuyas respuestas quedaron registradas en formato de video y se pueden visualizar en el anexo 4 y 5, adicional, las figuras y justificación de las preguntas realizadas al Grupo #1 se pueden visualizar en el anexo 7. Luego de aplicar la entrevista al Grupo #1, y tras un análisis general de los resultados obtenidos, se construyó una encuesta en línea con preguntas similares pero mejor estructuradas⁶⁵ para aplicarlas al Grupo #2 (105 veganos donde mayoritariamente participaron colombianos de la capital). Una vez el Grupo #2 terminó de responder aquella encuesta, de nuevo se analizaron los resultados generales de la misma, y se construyó una nueva y más actualizada encuesta (perfeccionando, omitiendo y agregando nuevas preguntas y respuestas en función de los Objetivos) para aplicarlas al Grupo #3, donde la participación aumentó significativamente, que como ya se explicó en la Muestra Representativa, fueron

⁶⁴ Se cree que es pertinente en este punto dar mérito a la ardua y complicada gestión que se requirió para lograr que más de 700 personas de varias partes del mundo participaran en esta investigación. También agradezco al apoyo de mi compañera de vida.

⁶⁵ Para ver con más detalle las preguntas formuladas para los 105 veganos del Grupo #2, ver el anexo 1.

609 veganos de diferentes partes del mundo los que participaron en esa encuesta final.

Finalmente, se pasó a analizar y a plasmar en este documento, simultáneamente, los datos cosechados de los tres grupos respecto a todas las preguntas y respuestas que tenían que ver con datos sociodemográficos, y el cómo conciben los veganos el veganismo, más las convergencias y divergencias que tienen entre ellos. Para ver las preguntas formuladas al Grupo #3, ver el Anexo 2.

Fase #2: Procesos históricos y prácticas comunicativas en la adopción del veganismo

El proceso fue el mismo que el de la Fase #1 (entrevista al Grupo #1; luego encuesta al Grupo #2; y, encuesta final⁶⁶ al Grupo #3 para luego plasmar simultáneamente los resultados), la diferencia es que en esta Fase #2, se cosecharon las respuestas que tenían que ver con los procesos históricos y prácticas comunicativas en la adopción del veganismo, es decir, la recolección de la información y el análisis de resultados de esta fase se enfocó en alcanzar el Objetivo Específico #2, de hecho, como se ha podido notar, cada una de las tres fases, es el alcance de cada uno de los tres Objetivos Específicos de esta investigación en el mismo orden. Las preguntas formuladas en las entrevistas y en las encuestas, como ya se indicó, se pueden visualizar en el Anexo 1, 2 y 7.

Fase #3: Análisis de contenido de dos producciones audiovisuales y las prácticas comunicativas emergentes en sus comentarios

⁶⁶ Las preguntas y opciones de respuesta de la encuesta final (para el Grupo #3) que, se basaron en el análisis de los resultados de la encuesta del Grupo #2, contienen nuevas preguntas y opciones de respuesta, algunas que son iguales a las del Grupo #2, otras actualizadas y/o mejor estructuradas, como también hay preguntas que estaban en la encuesta del Grupo #2, pero que en el Grupo #3 se omitieron. Para ver directamente la encuesta en línea y las preguntas del Grupo #3, Encuesta final, ver anexo 2.

Tras analizar los resultados de la Fase #2 respecto a lo que más influyó para la adopción del veganismo, se encontró que fueron dos producciones audiovisuales subidas a YouTube: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*. Pese a eso, fue que se generó esta Fase #3, que con la función de alcanzar el Objetivo Específico #3, se realizaron dos procesos de análisis: el primero, consistió en realizar el análisis del contenido de esos dos videos usando como herramienta lo que es el método semiótico⁶⁷ y cualitativo; y el segundo proceso, se encargó de realizar un análisis del discurso de los comentarios, de aquellos dos videos, con base a la Teoría de la Valoración⁶⁸, la cual permitió la cuantificación de los resultados obtenidos.

⁶⁷ Ver Marco Teórico donde se explica la semiótica y el método utilizado para analizar una producción audiovisual.

⁶⁸ Ver Marco Teórico donde se explica con más detalle en qué consiste la Teoría de Valoración.

Recolección de la Información y Análisis de Resultados

Este será el apartado más extenso de este proyecto de investigación, ya que se mostrarán las respuestas que los tres grupos de la Muestra representativa proporcionaron a lo largo de las tres fases de la investigación, adicional, también se incluirán los resultados del análisis del contenido de los videos y sus comentarios en función del Objetivo Específico #3. Una aclaración importante respecto a los resultados de las dos primeras fases, es que los datos obtenidos de las entrevistas y encuestas se presentarán de manera simultánea, es decir, no se mostrarán primero los resultados del Grupo #1, luego el Grupo #2... Sino que, a cada respuesta obtenida de cada pregunta realizada a cada uno de los grupos, se mostrará ahí mismo la respuesta del Grupo #1, el #2 y el #3 como se verá más claramente a continuación.

Caracterización Sociodemográfica de la Población Vegana y su Concepción del Veganismo

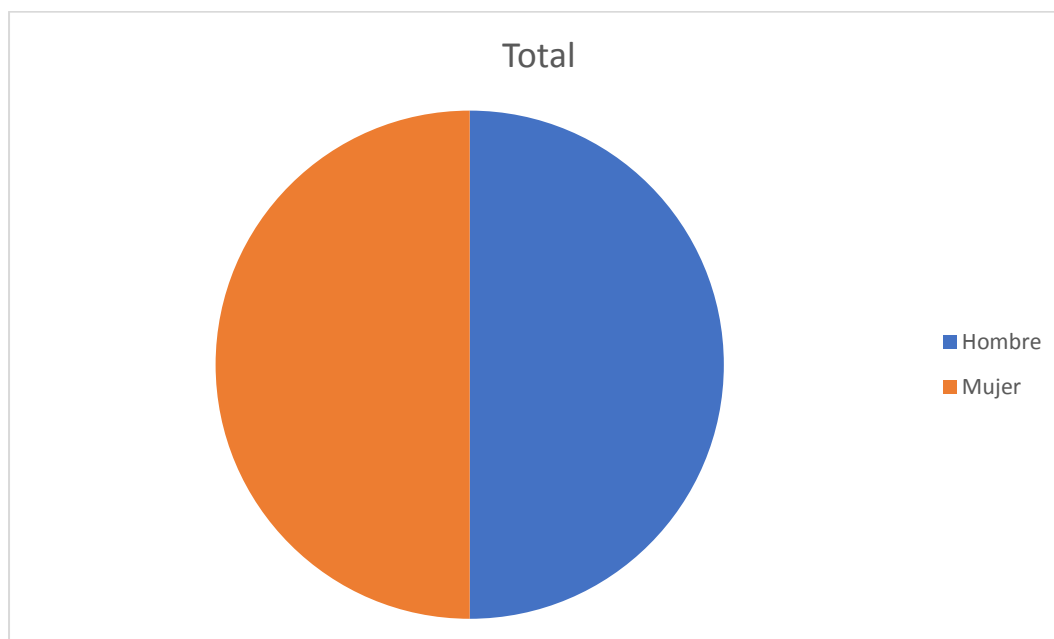
En cumplimiento con el Objetivo específico #1 de esta investigación, se expondrán los datos obtenidos de, primero, la parte sociodemográfica de cada Grupo, y posterior a ello, los datos de las preguntas de cómo los veganos conciben el veganismo.

Análisis de los Datos Sociodemográficos Obtenidos de las Entrevistas y Encuestas de los Tres Grupos

Respecto al Género de los Participantes del Grupo # 1.

Gráfico 1.

Género de los participantes del Grupo #1



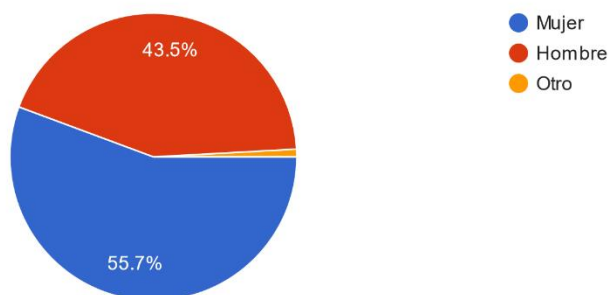
Nota. Género de los participantes del Grupo #1 donde participaron 18 veganos donde coincidentalmente, fueron 50% y 50%, 9 mujeres y 9 hombres.

Respecto al Género de Los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 2.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su género

Tu género
115 respuestas

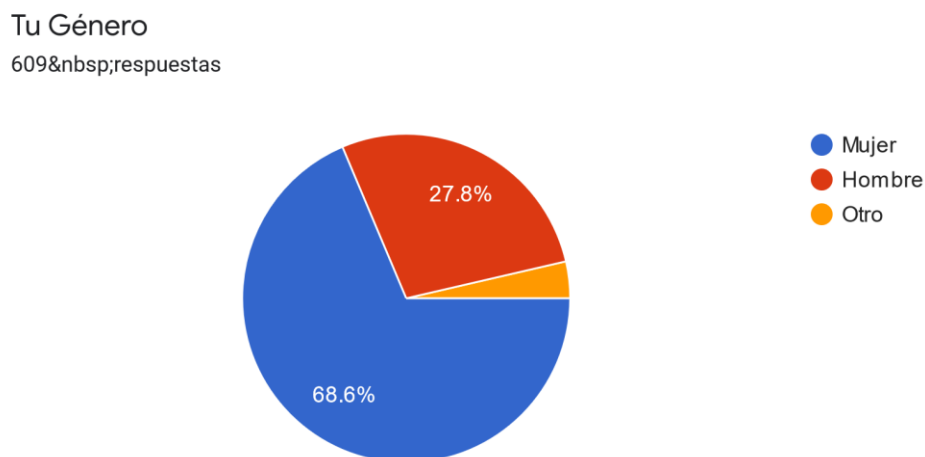


A diferencia del Grupo #1, esta vez se tiene mayor participación (115 personas), y el género femenino fue mayoría, fue apenas una sola persona (0.9%) que indicó indentificarse con otro género.

Respecto al Género de los Participantes del Grupo # 3, Encuesta Final.

Gráfico 3.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según su género



Al aumentar la participación, de 115 a 609 personas, una vez más se confirma el hecho de que hay más mujeres veganas que hombres veganos. Sólo fue un 3.6% de los participantes que se identificó con otro género diferente al masculino y femenino.

Respecto a la Ciudad de Residencia de los Participantes del Grupo #1.

Tabla 2.

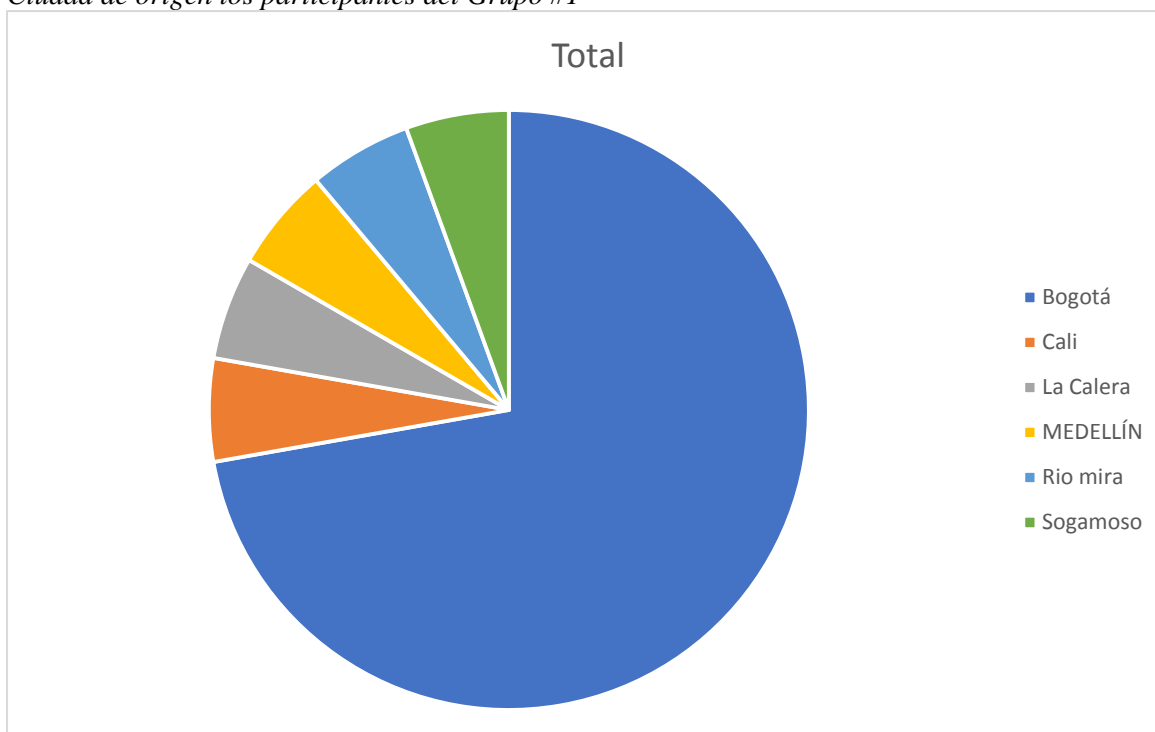
Ciudad de residencia de participantes del Grupo #1

CIUDAD DE RESIDENCIA	CIUDAD DONDE AHORA RESIDEN
Bogotá	13
Cali	1
La Calera	1
MEDELLÍN	1
Rio mira	1
Sogamoso	1
Total general	18

Nota. Ciudad actual de residencia de los veganos usuarios de redes sociales que participaron en la entrevista semiestructurada del Grupo #1.

Gráfico 4.

Ciudad de origen los participantes del Grupo #1

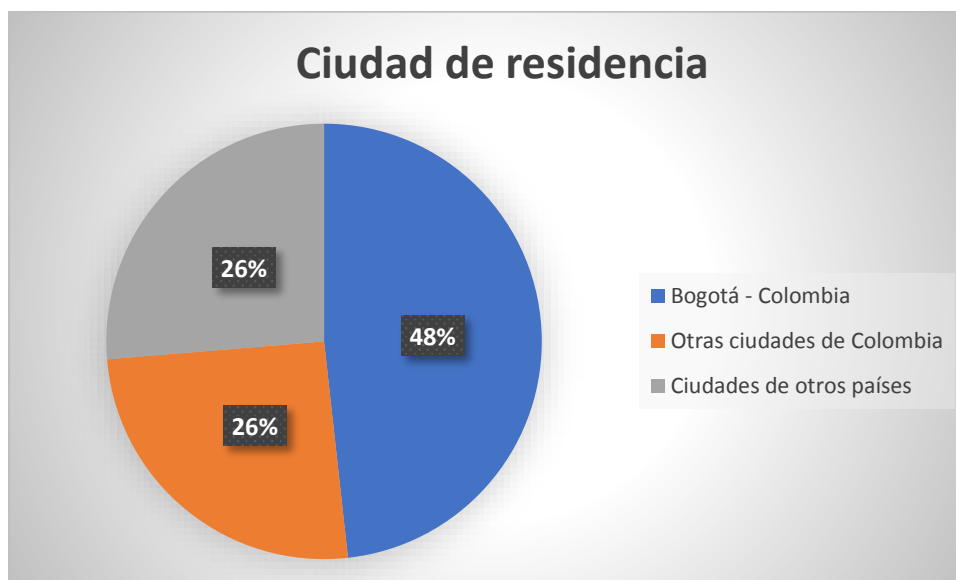


Como ya se había indicado antes, los participantes de este Grupo #1, son casi que totalmente colombianos, más exactamente bogotanos puesto que el 73% de los participantes viven allí y aquello facilitó su contacto.

Respecto a la Ciudad de Residencia de los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 5.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su ciudad actual de residencia



Aunque los participantes de otros países incrementó con este grupo, siguen siendo mayoría los participantes colombianos que residen en la capital.

Respecto al País de Residencia de los Participantes del Grupo #3, Encuesta

Final.

Tabla 3.

País de residencia de los participantes de la Encuesta final

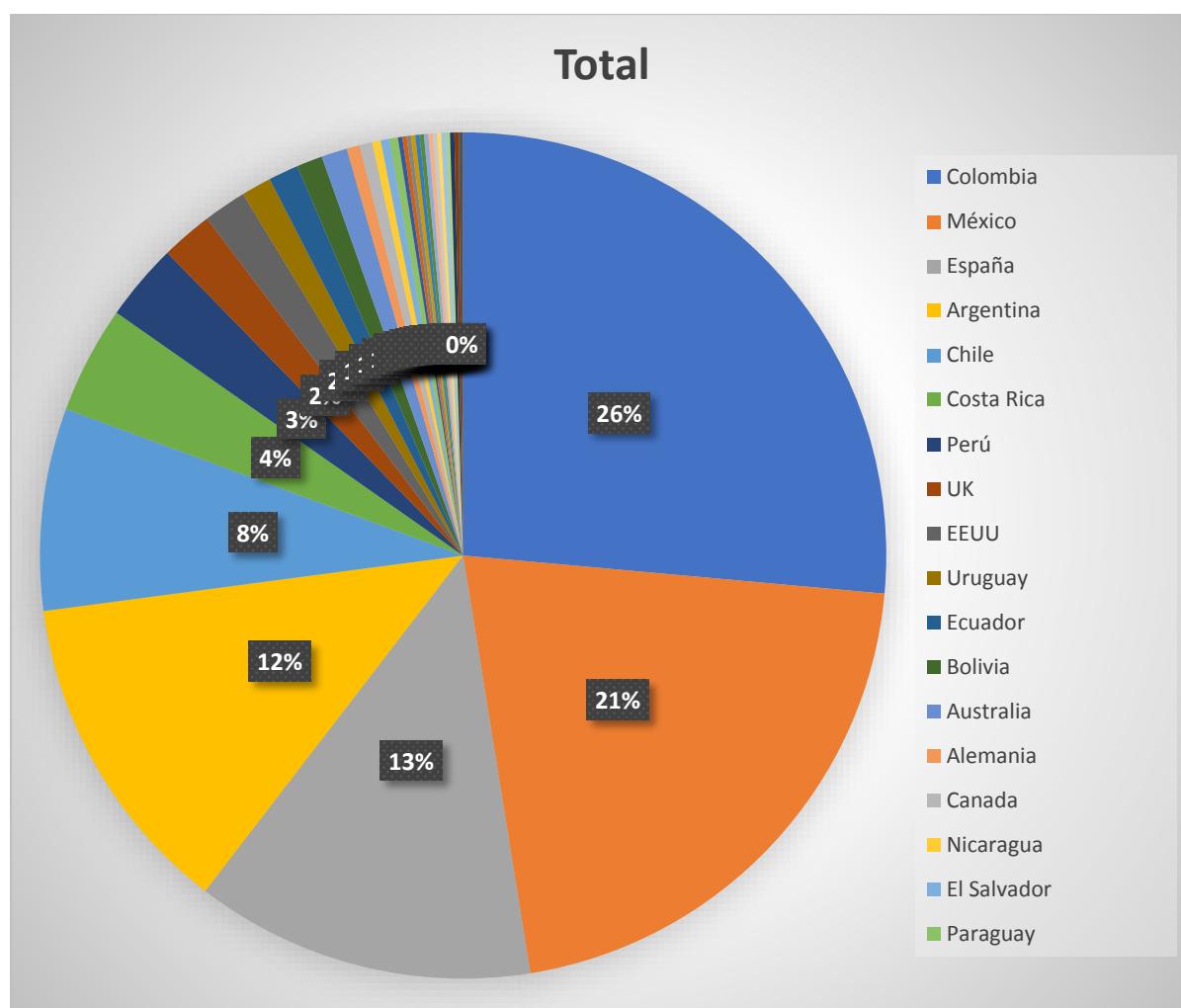
PAÍS	Cuenta de PAÍS DE RESIDENCIA
Colombia	161
México	128
España	79
Argentina	76
Chile	47

Costa Rica	25
Perú	18
UK	12
EEUU	10
Uruguay	7
OTROS PAÍSES	46
Total general	609

Nota. Detalle cuantitativo del país de residencia de los veganos usuarios de redes sociales que participaron en el Grupo #3, Encuesta final.

Gráfico 6.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según su país de residencia

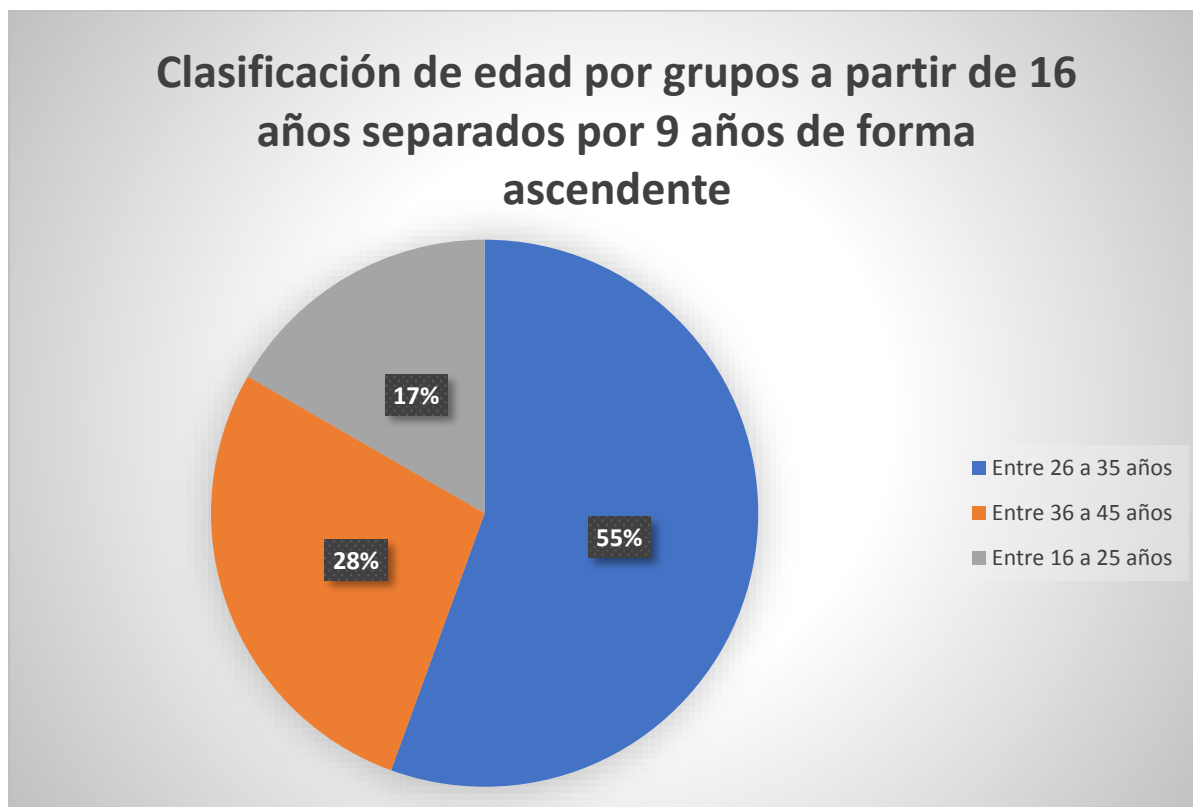


Al aumentar la participación a 609 personas de varias partes del mundo, se hace muy difícil cuantificar por ciudad, por ello, se segmentaron por país, donde, como ya se explicó antes, tenemos una amplia participación de personas que residen en Colombia, México, España y Argentina, de hecho, las personas de esos países suman el 68% de la participación en la encuesta.

Respecto a la Edad de los Participantes del Grupo #1.

Gráfico 7.

Clasificación de edad por grupos⁶⁹ a partir de 16 años separados por 9 años de forma ascendente de los participantes del Grupo #1



Como se puede ver, se tiene mayoritaria participación de quienes tienen de 26 a 35 años, la mayoría de ese grupo hace parte de la Generación Y; en segundo lugar, están

⁶⁹ Siendo finales del 2020, se segmentó a partir de los más jóvenes, nacidos de 1995 al 2004 que encajan en la categoría de la Generación Z: "Los demógrafos e investigadores suelen señalar desde la mitad de la década de 1990 a mediados de la década de 2000". (Horowitz, 2012). Y aunque la división de edades (nacidos de 1975 a 1984) se combinan entre sí las generaciones X y Y [Generación Y: "primeros años de la década de 1980 como años de inicio del nacimiento y de finales de la década de 1990 a principios de la de 2000 como años de finalización del nacimiento." (Jackson, et al. 2010). Generación X: "años de nacimiento que comienzan ya en 1960 y terminan en algún momento entre 1977 y 1985". (Glenn, 2008).] Se decidió ser consecutivo y seguir sumando 9 años más a las categorías siguientes. Esta clasificación por edad se siguió haciendo en los siguientes grupos.

veganos de 36 a 45 años, que su mayoría hacen parte de la Generación X; y finalmente, nada más tres participantes de la generación Z, también conocidos como los centenials.

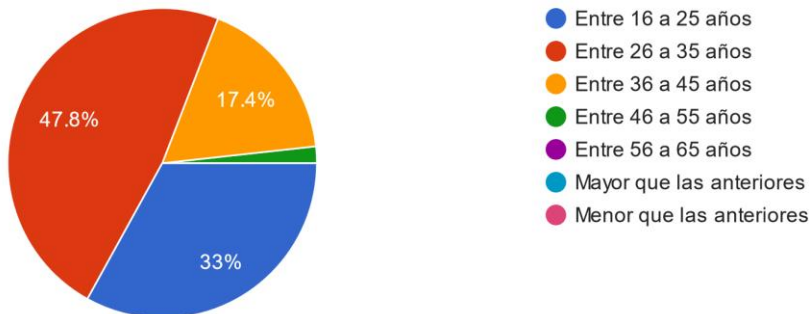
Respecto a la Edad de los Participantes de la Grupo #2.

Gráfico 8.

Porcentajes y clasificación de los veganos que participaron en el Grupo #2 según su edad actual

Tu Edad

115 respuestas

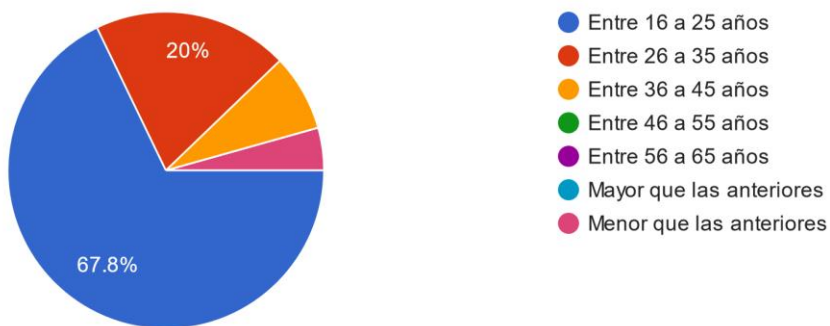


Los graficos indican que al aumentar la participación de más veganos, así mismo aumentó el hecho de que son muchos más los veganos de 26 a 36 años. Además, que su conversión al veganismo se vivió más que todo cuando tenían menos de 25 años, como lo indica el Gráfico 9:

Gráfico 9.

Porcentajes y clasificación de los veganos del Grupo #2 según su edad antes de ser veganos

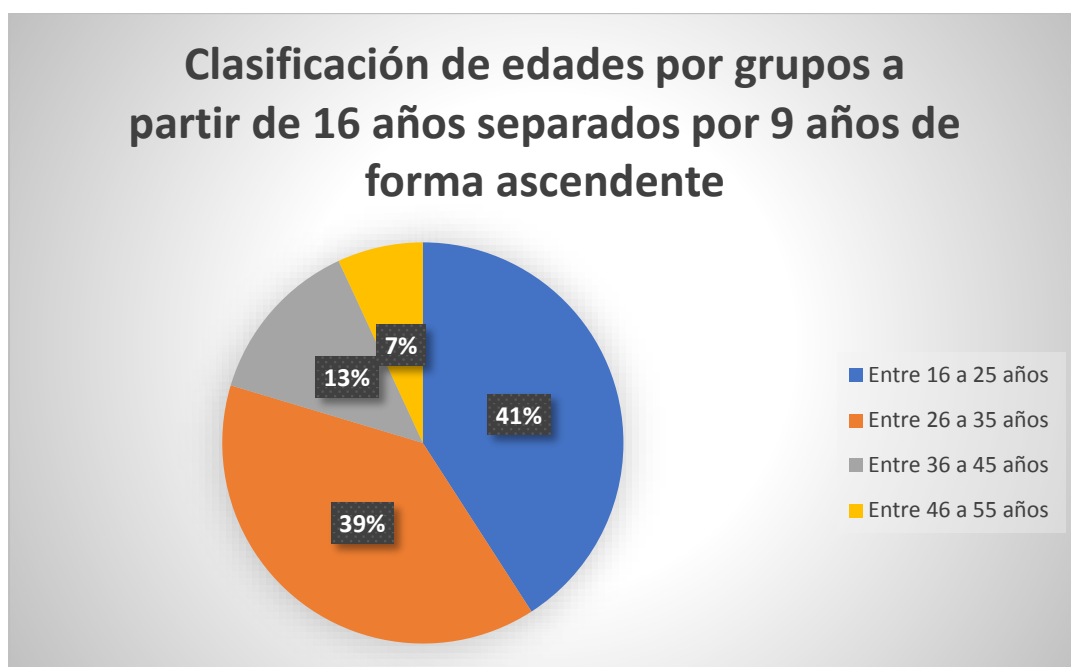
Tu edad era de:
115 respuestas



Respecto a la Edad de los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 10.

Porcentajes y clasificación de edades por grupos a partir de 16 años separados por 9 años de forma ascendente de los participantes del Grupo #3

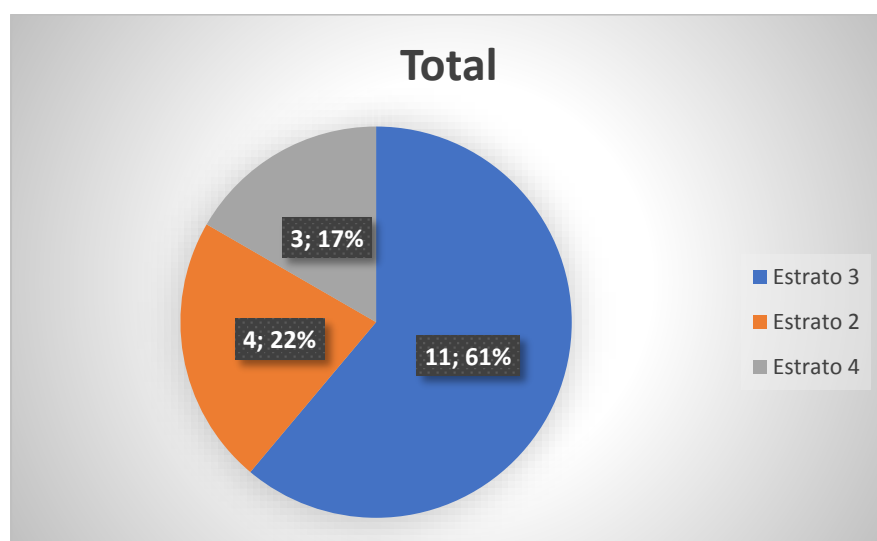


Aunque se estaba dando la certeza de que la mayoría de los veganos que existen son la generación Y según los resultados del Grupo #2, se encuentra al final que son mayoría los de la generación Z, sin embargo, el resultado es casi que empatado entre la Y y la Z, y que por lejos, superan el número de veganos de la Generación X.

Respecto a la Clase Social de los Participantes del Grupo #1.

Gráfico 11.

Clasificación de los participantes del Grupo #1 por clase social



Respecto a la clase social, se clasificaron por estrato, el tipo de medición que se hace en Colombia para determinar el estatus social y económico. Encontramos que un 61% de los participantes veganos es estrato 3 (clase media baja), 22% es estrato dos (clase baja), y el 17% restante, son veganos de estrato 4 (clase media).

Respecto a la Clase Social de los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 12.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su estrato y/o clase social actual

Clase clase social
115 respuestas



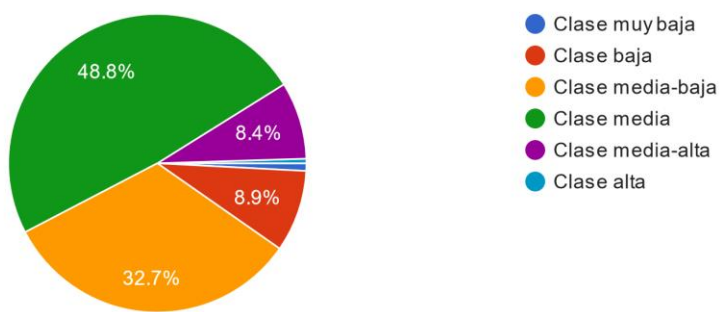
Se deduce fácilmente que la gran mayoría de los veganos son de clase media, clase media baja y clase baja.

Respecto a la Clase Social de los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 13.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según su clase social

Tu clase social
609 respuestas



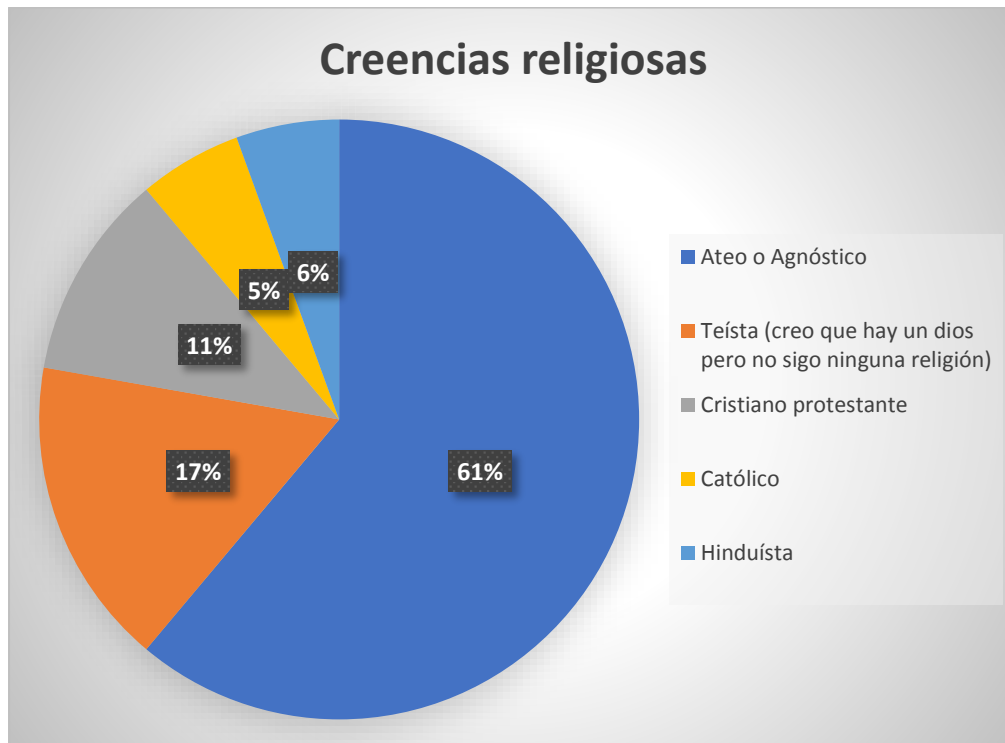
Como se puede ver, casi que el 50% de los veganos en varias partes del mundo, es de clase media, seguido por los de clase-media baja. Fue apenas un 1.3% que indicó ser de clase alta o muy baja.

Algo interesante de estos datos, es que ventila uno de los argumentos en contra del veganismo que dice que: “ser vegano es costoso”, ya que de ser así, la mayoría de los veganos serían de estrato cuatro hacia arriba, o clase media hacia arriba, pero la verdad es que hay mayorías en la clase media, y media-baja.

Respecto a las Creencias Religiosas de los Participantes del Grupo #1.

Gráfico 14.

Clasificación de los veganos del Grupo #1 por creencia religiosa



A la pregunta sobre las creencias, un 78% indica que no es religioso, y dentro de ese porcentaje, la mayoría (un 61%), indica que que es ateo o agnóstico. En otras palabras, fueron apenas cuatro personas de las entrevistadas que indicaron que profesan alguna religión. Se puede decir que desde aquí ya empieza a verse el distanciamiento que el veganismo tiene con las religiones.

Respecto a las Creencias Religiosas de los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 15.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según sus creencias religiosas en la actualidad

Creencias:

115 respuestas



Al igual que en el Grupo #1 con las entrevistas a dieciocho veganos, el nivel de ateísmo o teísmo sigue siendo alto, es más, al ateísmo y/o agnosticismo aumentó un poco en los participantes ya cuando se volvieron veganos en comparación de cuando no lo eran como lo muestra el Gráfico 16:

Gráfico 16.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según sus creencias religiosas antes de ser veganos

Creencias en aquel entonces:

115 respuestas



Esto nos da aún más la certeza el cómo el veganismo no lo influencia una religión.

Y para finalizar la parte sociodemográfica, algunas preguntas que sólo estuvieron en el cuestionario del Grupo #2 respecto a la postura política y el nivel de educación de los veganos antes y después de serlo.

Respecto a la Postura Política antes de ser Veganos del Grupo #2.

Gráfico 17.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su postura política antes de ser veganos

Política: En aquel entonces:

112 respuestas



Postura Política de los Participantes Después de ser Veganos del Grupo #2.

Gráfico 18.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su postura política en la actualidad

Política: En las elecciones presidenciales colombianas del 2018 votaste por:
115 respuestas



Las preguntas y las múltiples opciones de respuesta se crearon de una forma en que se pueda determinar, a fondo, la postura política de los participantes, sobre todo la actual, puesto que aprovechando que la gran mayoría son de Colombia, se evaluó el candidato por el que votaron en el 2018.

Así pues, los participantes antes de ser veganos, mostraban una posición apolítica o por lo menos una cultura política pueril ya que a lo sumo se participaba con el voto. Alrededor del 20% de los participantes antes de ser veganos tenían una postura política clara. Y respecto a la postura política actual, el nivel de posturas apolíticas se redujo drásticamente: apenas fue un 7.8% que dijo no interesarle la política y/o estar decepcionado de ella. El

restante, dio una clara postura política, en su mayoría, de izquierda, un 52.2% se puede decir, por el simple de hecho de haber votado por el candidato Gustavo Petro⁷⁰.

Se puede dar la certeza en este punto de algo que seguramente muchos ya sospechan y/o deducian: es muy difícil que alguien con una postura de política de derecha, se haga vegano.

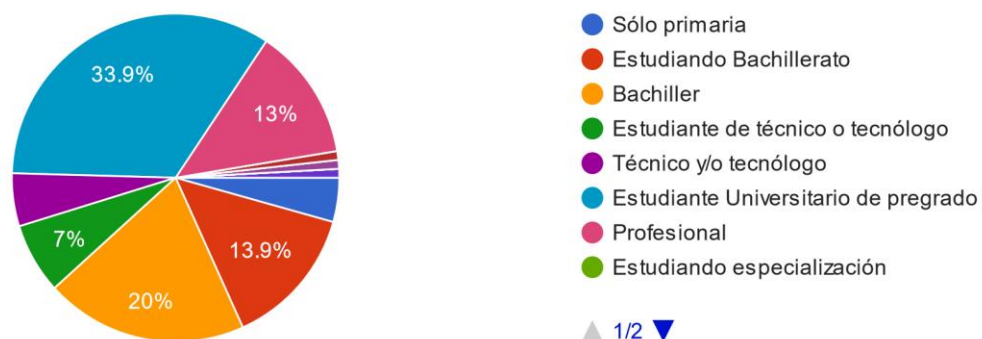
Respecto al Nivel de Estudio que tenían los Participantes del Grupo #2 Antes de ser Veganos.

Gráfico 19.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su nivel de estudio antes de ser veganos

Nivel de estudio que tenías

115 respuestas

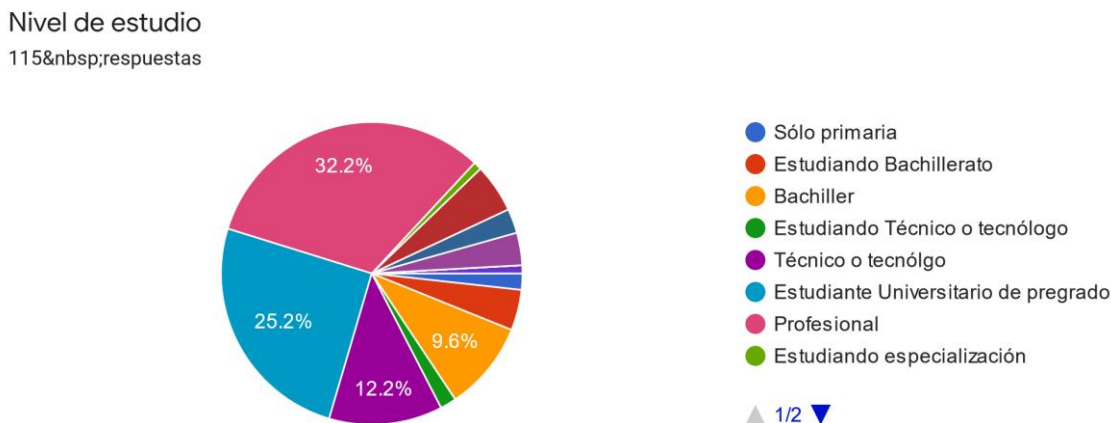


⁷⁰ Se refieren a las elecciones del 2018 donde Gustavo Petro, candidato de izquierda que pasó a segunda vuelta.

Respecto al Nivel de Estudio que tenían los Participantes del Grupo #2 ya Siendo Veganos.

Gráfico 20.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según su nivel de estudio actual



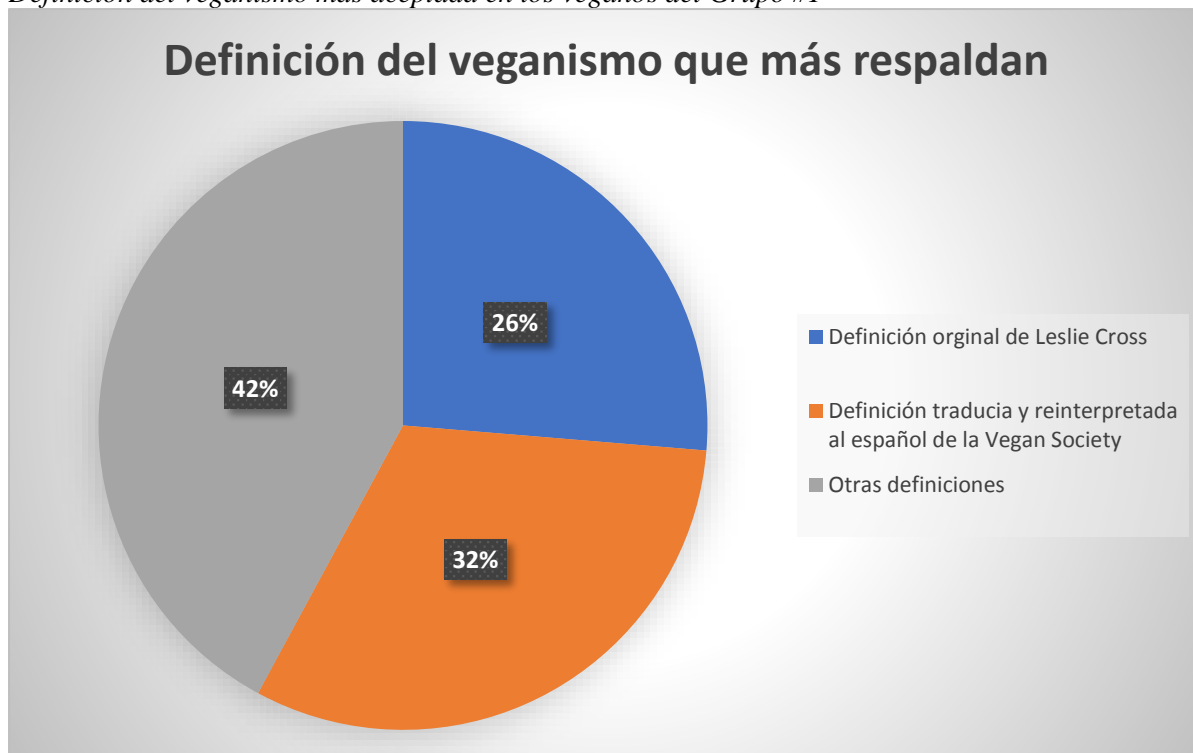
Las gráficas de los dos tiempos respecto al nivel de educación de los participantes, resalta dos cosas: primero, la mayoría de los participantes se hicieron veganos mientras estaban estudiando (más que todo cuando estaban cursando su carrera profesional); segundo, que un porcentaje alto de los que ya son veganos, son personas profesionales graduadas.

Respuestas y análisis de los participantes respecto a cómo conciben el veganismo y las convergencias y divergencias que hay entre los mismos veganos

Respecto a la Definición del Veganismo que más Respaldan en el Grupo #1. Tras el análisis de las respuestas de todos, ya que fue una pregunta abierta de entrevista, se cuantificaron como la muestra el Gráfico 21.

Gráfico 21.

Definición del veganismo más aceptada en los veganos del Grupo #1



El 26% (cinco de los participantes veganos) de los cuales cuatro son activistas que llevan más de siete años dedicando gran parte de su tiempo a difundir y defender el veganismo, indicaron que son únicamente fieles a la definición original del veganismo la de Leslie Cross (1951) *“La doctrina de que el hombre debe vivir sin explotar animales”*.

El 32% (seis participantes) indicaron que su definición favorita es la de la Vegan Society, pero no la definición como tal que está en inglés, sino otra que derivó de esa, y que, pese a la traducción al español y otras modificaciones de uno o algunos veganos (se desconocen los autores), la definición quedó así: *“El veganismo es una postura ética que pretende excluir (tanto como sea posible y practicable), todas las formas de explotación y crueldad hacia los animales, sea para comida, vestido, entretenimiento o cualquier otro*

propósito” (Anónimo s. f.). Sin embargo, ninguno de los participantes veganos que eligieron ésta definición (entre ellos dos veganos activistas y experimentados), indicaron que la original, la de Leslie Cross, estuviera incorrecta, sólo que esta, la traducida con modificaciones, les gustaba más. Más que todo por el hecho de que se mencionara que el veganismo es una postura ética, y que en la práctica, va en la medida de las posibilidades, esto para refutar aquel argumento en contra del veganismo que en resumen dice que: “por muy vegano que se sea, igual muchas de las cosas que se consumen y aparentemente no contienen animales ni derivados, afectan a los animales así sea de manera indirecta”, como por ejemplo: el demandar vegetales también hace que animales de varias especies mueran, o los veganos también usan plásticos y aparatos electrónicos que generan contaminación y al mismo tiempo la muerte de muchos animales.

El 42% (ocho veganos restantes) prefirieron otras definiciones, y aunque a pesar de que respaldan otras definiciones no oficiales o dicen que algunas están correctas y otras no, o incluso dicen que todas son correctas, igual reconocen que casi todas las definiciones del veganismo captan “la esencia del veganismo, la cual es sencillamente el respeto por los animales”.

Respecto a la forma como cada uno define el veganismo con sus propias palabras, se hace muy difícil cuantificar las respuestas debido a lo abierta que es la pregunta, pero para no tener que citar varios párrafos de lo que dijo cada participante, en general se puede decir que todos y cada uno de los veganos que participaron en las entrevistas, conciben el veganismo como aquella postura ética y/o conjunto de ideas nada más que para la liberación y/o no explotación de los animales. Puede que algunos hayan dicho que les parece más una postura política y filosófica, o que más que explotación, es “la protección de los derechos de

los animales” (cosa que dijo un participante que es abogado), o que sencillamente es el “respetar animales”, pero lo importante es que, a pesar de las diferencias que hay respecto a la definición del veganismo, todos coinciden en que su gran propósito es la liberación animal (algo que es fruto de la minuciosa selección de los entrevistados), es más, muchos hicieron énfasis en que incluirle al veganismo que es un simple estilo de vida o una dieta para salud humana, es algo que entorpece la lucha y hace que el veganismo se vuelva más difícil de entender y practicar.

Respecto a la Definición del Veganismo que más Respaldan en el Grupo #2.

Gráfico 22.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según la definición del veganismo que creen correcta

¿Cuál es la definición correcta del veganismo?

105 respuestas



Como ya se apreció, en el Grupo #1, los 18 participantes veganos votaron más que todo dos definiciones: la original de Leslie Cross, y aquella que viene de la Vegan Society pero que tiene modificaciones. En este caso, donde ya participaron no 18 veganos, sino 105, sorprendentemente, la definición original del veganismo fue una de las menos votadas: fue apenas un 3.8% que dijo que la definición correcta es la de Leslie Cross. La definición más

votada, con un 29.5% fue aquella definición no oficial y de autor desconocido que está basada en la de la Vegan Society pero que al traducirla al español tiene varias modificaciones: *“El veganismo es una postura ética que pretende excluir (tanto como sea posible y practicable), todas las formas de explotación y crueldad hacia los animales, sea para comida, vestido, entretenimiento o cualquier otro propósito”*.

Otras opciones muy votadas (con el 17.1% cada una) son las que dicen que “todas son correctas” y que “Algunas están bien, otras no”.

Por lo todo lo anterior, se puede empezar a percibir que la mayoría de los veganos no muestran mucho interés en las definiciones oficiales del veganismo sino más bien en la práctica como tal del mismo.

Respecto a la Definición del Veganismo que más Respaldan en el Grupo #3,

Encuesta Final. Pregunta Uno:

Gráfico 23.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según la definición del veganismo que prefieren

¿Cuál es la definición correcta del veganismo? (¡Analiza muy bien!):
609 respuestas



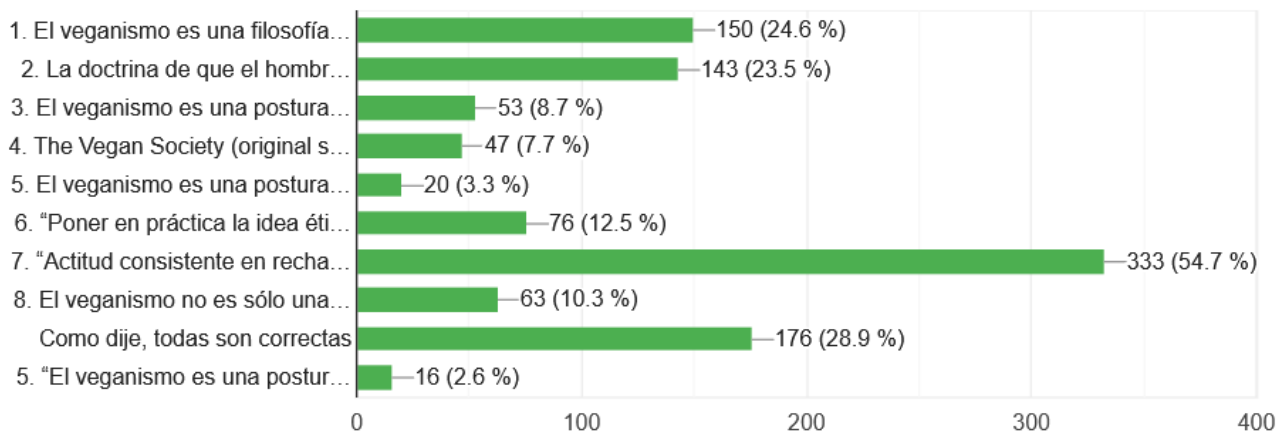
Pregunta Dos:

Gráfico 24.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según las definiciones de veganismo que no creen correctas

De las definiciones anteriores del veganismo, ahora señala las que creas que NO son correctas:

609 respuestas



Respecto a la definición del veganismo, los resultados que surgieron de estas dos preguntas fueron sorprendentes y muy diferentes a los de los grupos anteriores, y la mayoría de ellos no hablan muy bien la comunidad vegana respecto a su capacidad de análisis y conocimiento de las definiciones del veganismo:

1. Sólo el 4.9% de los participantes eligieron las dos definiciones oficiales del veganismo: 2.3% eligió la definición original del veganismo, la de Leslie Cross. Y el 2.6% eligió la de la Vegan Society (la original en inglés sin traducciones ni modificaciones). Adicional, en la pregunta donde se pedía seleccionar las definiciones que consideran incorrectas, la definición original, la de Leslie Cross, fue la cuarta más votada.

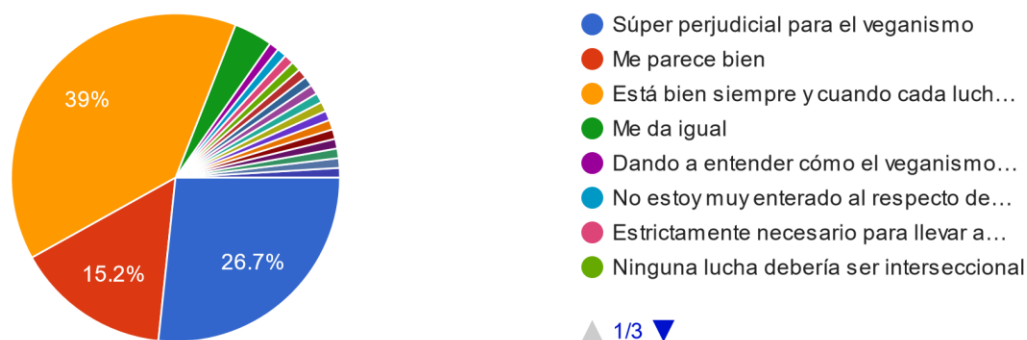
2. La opción más votada (24.6%) fue “todas son correctas”, respuesta que, verificando a fondo, es incorrecta, debido a que varias de las “definiciones” que allí se ponen como opciones de respuesta, no son definiciones como tal, sino explicaciones del veganismo o interpretaciones de la definición del veganismo por una o algunas personas. Es más, la definición de la RAE tiene serios problemas, ya que sugiere que los veganos no usan cosas que provengan de animales, cuando en realidad se trata es de no usar cosas de animales que impliquen su explotación y/o uso arbitrario. Además, indica que el veganismo es una “actitud”.
3. La segunda opción más votada (24.3%), es una especie de justificación-definición que surgió en base a algunas respuestas del Grupo #2, que al juntarse y nada más revisarse superficialmente por un par de veganos activistas, se decidió poner como opción de respuesta, pero que terminó siendo una de las más preferidas.
4. Algo positivo, es que la tercera opción más votada fue “algunas están bien y otras no”, la cual es una respuesta que podría establecerse como una de las correctas, y en complemento con ella, en la pregunta donde se pidió que se seleccionaran las definiciones incorrectas, la de la RAE, por lejos fue la más votada como la definición del veganismo más incorrecta, lo cual también se puede decir que es una afirmación correcta debido a las irregularidades de esta definición como ya se explicó.

Persepción que los Veganos del Grupo #2 tienen Acerca del Interseccionalismo⁷¹.

Gráfico 25.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según lo que piensan del Interseccionalismo

¿Interseccionalismo con el veganismo? (combinar luchas: feminismo+veganismo+ambientalismo+progresismo+etc.)
105 respuestas



Respecto al interseccionalismo, una postura polémica que crea debate y divisiones entre los mismo veganos, el 39% votó por la opción que dice: “Está bien siempre y cuando cada lucha tenga su independencia y no se distorcionen el mensaje principal del veganismo”, lo cual quiere decir que gran parte de los veganos apoyan otras luchas sociales, pero aclarando que el veganismo debe tener su independencia de esas otras luchas. Fue apenas un 16.2% quien dijo apoyar el veganismo interseccional, y contrario a ellos, quienes dijeron que el veganismo interseccional es “Súper perjudicial para el veganismo”, votó un 26.7%.

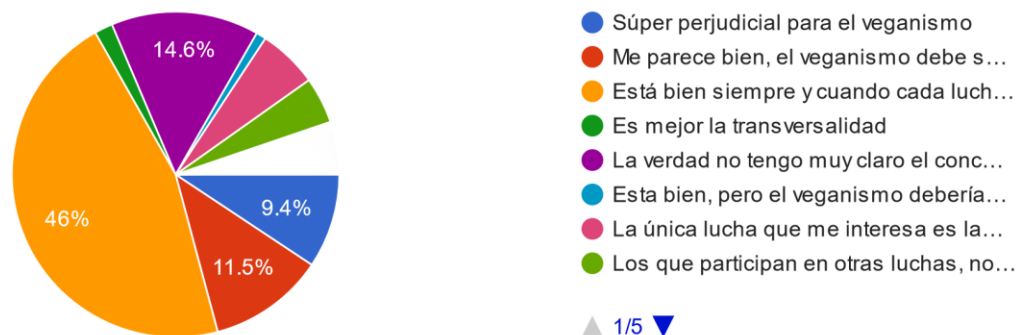
Persepción que los Veganos del Grupo #3 tienen Acerca del Interseccionalismo.

⁷¹ Para saber más a fondo sobre el Interseccionalismo, véase: Díaz, D. (2020). Interseccionalidad y veganismo interseccional (PELIGRO). Respuestas veganas. Enlace del artículo: https://respuestasvegnas.org/veganismo-interseccional/#Ideas_acertadas_de_la_interseccionalidad

Gráfico 26.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que piensan del interseccionalismo

¿Interseccionalismo? ¿Veganismo interseccional? Combinar luchas, (por ejemplo: veganismo+feminismo+ambientalismo+progresismo+etc. (¡Ojo! Es sólo un ejemplo, no tiene que ser así)
609 respuestas



Hay quienes tienen una postura radical al respecto: por ejemplo el 9.4% indica que el interseccionalismo es “Súper perjudicial para el veganismo”, y el 11.5% lo apoya indicando que “el veganismo debe ser interseccional”. La opción más votada (46%), al igual que en el grupo pasado, denota que a los veganos sí les interesan otras luchas sociales pero dan énfasis en la separación que el veganismo debe tener de cada una: *“Está bien siempre y cuando cada lucha tenga su independencia y no se distorsione el mensaje principal del veganismo. Cada movimiento social tiene su sujeto político propio, su agenda política propia y sus objetivos propios. Sin embargo, el trabajo en conjunto entre los movimientos sociales es necesario para transformar la realidad.”*

Otras preguntas y respuestas interesantes que sólo están en el Grupo #3,

Encuesta final, son: ¿Apoyan el Veganismo en la Política?

Gráfico 27.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que piensan de que el veganismo entre en política

¿Apoyas que el veganismo entre en política? Es decir ¿votarías por un candidato vegano o vegana?
 ¿O un candidato que apoye reformas que beneficien a los animales no humanos?

609 respuestas



Sin duda los veganos apoyan que el veganismo entre en la política para lograr que los animales estén protegidos bajo la ley. La mayoría de los votos (37.6%) son un “Sí”, y poco más del 38.6% también acepta que el veganismo entre en política, pero con condiciones, como la de que se prometan reformas de verdad abolicionistas o que el candidato político sea realmente vegano.

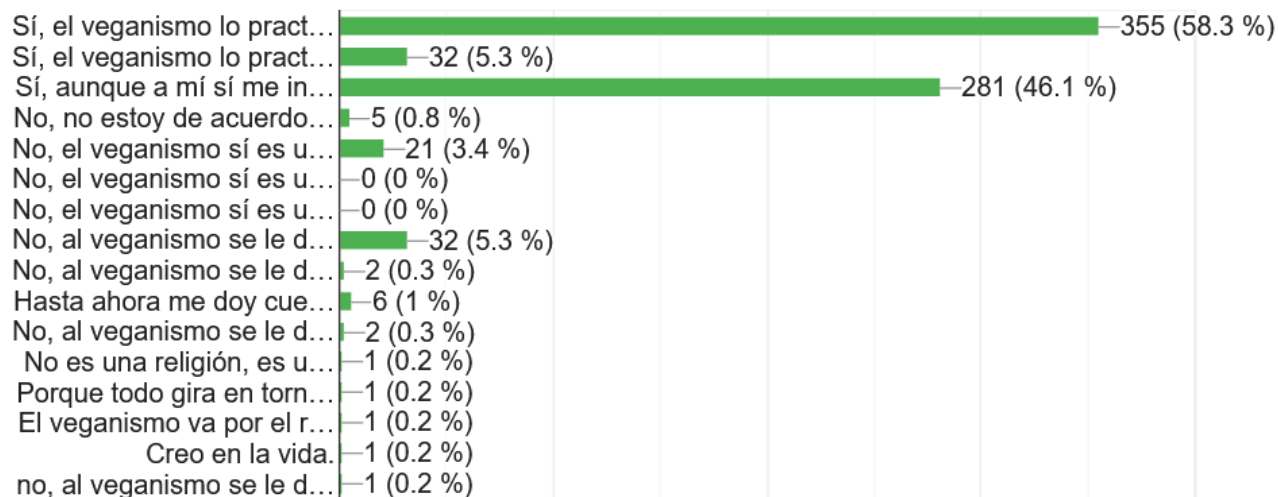
La otra pregunta sería ¿El Veganismo lo usan para la salud, el medio ambiente...?

Gráfico 28.

Porcentajes del Grupo #3 sobre la percepción global que tienen los participantes hacia el veganismo

¿Estás consiente de que el veganismo no es una dieta, no es un estilo de vida, ni es una religión? Adicional, ¿estás de acuerdo de que el gran propósito del veganismo NO es el medio ambiente (lucha contra el cambio climático, el reciclaje, energías renovables...), ni es la salud (nutricional, física y mental) propia y de la especie humana?

609 respuestas



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según lo que piensan del veganismo en relación con el medio ambiente, la salud propia, y un como estilo de vida.

La gran mayoría de los participantes respondieron, como se esperaba, que: *“Sí, el veganismo lo practico por los animales no humanos, y así mis acciones ayudan directa o indirectamente al medio ambiente, e incluso, a veces a la salud, mi gran enfoque son los animales que son usados, explotados y privados de su libertad arbitrariamente.”*, en segundo lugar: *“Sí, aunque a mí sí me interesa el medio ambiente y/o la salud, y los tengo muy en cuenta, pero yo me hice vegana(o) fue por los animales más allá de esas otras luchas.”*, y empatados en tercer lugar quedaron las respuestas: *“Sí, el veganismo lo practico nada más que por los animales no humanos, el resto de las cosas no me interesan en lo absoluto así*

ayude o no.”, y “No, al veganismo se le debe sumar la lucha medioambiental, si no, no sería veganismo.”.

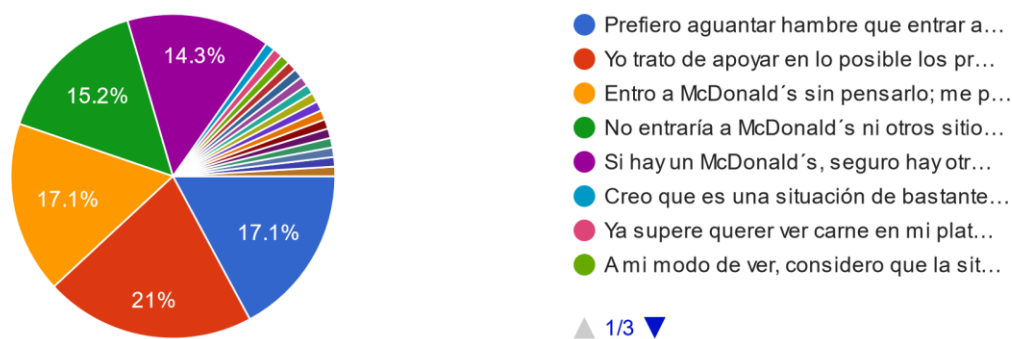
A continuación, y para finalizar este segmento de la concepción del veganismo, otras respuestas de preguntas que sólo se incluyeron en el Grupo #2 y #3.

Respecto al Apoyo a Grandes Multinacionales o Restaurantes que Vendan Productos y Servicios de Origen Animal pero que Igual Tienen una Opción Vegana para los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 29.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según si apoyan o no el comprar comida a base de plantas en McDonald's

¿Qué haces en esta situación?: Tienes mucha hambre, no traes nada vegano contigo para comer y el único sitio disponible en ese momento es un McDonald's con su opción de hamburguesa vegana



Aquí las opiniones están muy divididas como se puede ver, pero las tres opciones más votadas fueron: el 21% que votó por la opción que dice: “Yo trato de apoyar en lo posible los productos y sitios que venden sólo productos veganos, pero dada esa situación, entraría a comer de esa hamburguesa vegana de McDonald's.”, un 17.1% votó por la

opción que dice: “*Prefiero aguantar hambre que entrar allí (no apoyo en lo absoluto a las grandes multinacionales por muy veganos que digan que son sus productos).*”, y otro 17.1%, muy contraria a esta opción, votó: “*Entro a McDonald’s sin pensarlo; me parece muy bien que grandes y pequeñas empresas que sólo vendían cosas de origen animal, tengan una nueva línea vegana para que haya más fácil acceso y así mismo, haya menos demanda de productos de origen animal.*”

Y la parte superior derecha del Gráfico 26 donde se ven muchas respuestas diferentes y que suman un 15.3%, indican en su mayoría un rechazo al hecho de comer en McDonald’s una opciones vegana por diferentes razones.

Respecto al Apoyo a Grandes Multinacionales o Restaurantes que Vendan Productos y Servicios de Origen Animal pero que Igual Tienen una Opción Vegana para los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 30.

Lo que piensan los veganos del Grupo #3 respecto a comprar comida vegana en sitios donde venden comida con animales

¿Qué haces en esta situación?: Tienes mucha hambre, no traes nada vegano contigo para comer y el único sitio disponible en ese momento es un Mc...FC, Burger King y similares con su opción vegana)

609 respuestas



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según lo que piensan del comprar comidas a base de plantas en sitios reconocidos de comida rápida que se caracterizan por vender comida con cosas de origen animal.

Al igual que las respuestas del grupo anterior, las respuestas son muy diversas y no hay una que se interponga sobre las otras, la mayoría de respuestas denotan un rechazo parcial y total a comprar comida en grandes multinacionales que explotan animales pero que ofrecen una opción vegana. Sólo un 18.4% brinda todo su apoyo a que compañías que suelen ser odiadas por los veganos como McDonald's, KFC, Burger King, etc., ofrezcan una opción vegana.

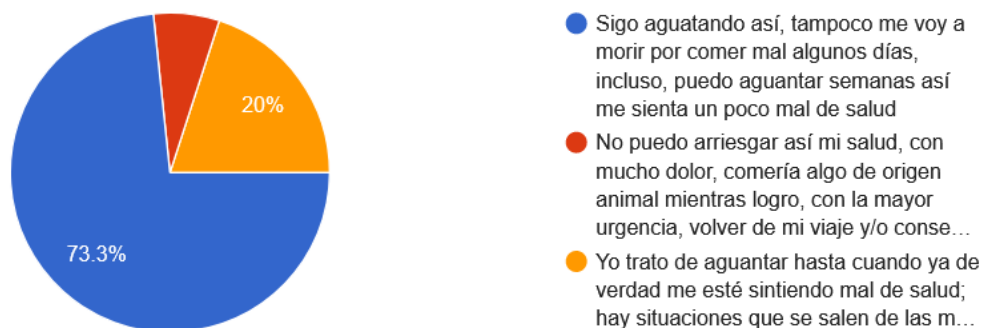
Respecto al Nivel de Compromiso de los Veganos Ante una Situación Difícil que Pone a Prueba su Postura en los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 31.

Respuestas de lo que los veganos del Grupo #2 harían ante una situación complicada que los pone a prueba

¿Qué haces en esta situación?: Desde hace varias semanas estás de viaje y te encuentras en partes rurales y/o pequeños pueblos. El tema es que (sin que te lo esperaras), ya hace varios días se te agotó la comida vegana que cargabas, y la verdad ya estás cansado(a) de llevar varios días comiendo sólo arroz y ensalada (o similares, "¡nada de proteína!"), ya que no hay más opciones. ¿Qué harías?

105 respuestas



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en el Grupo #2 según lo que harían en una situación complicada donde casi que sólo hay comida de origen animal.

Es apenas un 26.7% quien indicó que comería algo de origen animal en una situación donde, por varias semanas, no tuvieran acceso a comidas bien balanceadas que no contengan animales ni derivados. Estas respuestas, aunque podrían dar mucho de que hablar de los participantes, requerirían una mayor profundización, por ejemplo: posiblemente algunos o muchos de los que están en ese 26.7%, tienen problemas de salud o son personas que llevan poco tiempo siendo veganos, y cuando se lleva poco tiempo siendo veganos, por falta de conocimiento se cometen errores muchas veces intencionales que hacen que se participe en la explotación animal.

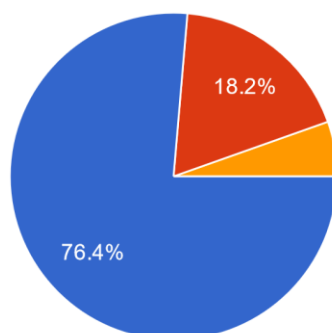
Otro apunte importante respecto a esta pregunta, es que había el temor de que los veganos que eligieron la definición del veganismo que dice que: *“pretende excluir (tanto como sea posible y practicable), todas las formas de explotación y crueldad hacia los animales”*, hubiesen dicho, casi todos o la gran mayoría, que comerían cosas de origen animal en una situación difícil pero no extrema, sin embargo, el 62% que eligió esa definición, respondió que sigue así sin recurrir a cosas de origen animal así se esté sintiendo mal de salud en una situación complicada de alimentación.

Respecto al Nivel de Compromiso de Los Veganos ante una situación Difícil que pone a Prueba su Postura en los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 32.

Respuestas de lo que los veganos del Grupo #3 harían ante una situación complicada que los pone a prueba

¿Qué haces en esta situación?: Desde hace varias semanas estás de viaje y te encuentras en partes rurales y/o pequeños pueblos. El tema es que...eínal”), ya que no hay más opciones. ¿Qué harías?
609 respuestas



- Sigo aguantando así, tampoco me voy a morir por comer mal algunos días, incluso, puedo aguantar semanas así me sienta un poco mal de salud, hay g...
- Yo trato de aguantar hasta cuando ya de verdad me esté sintiendo mal de salud; hay situaciones que se salen de las manos, pero uno hace lo posible. Lo i...
- No puedo arriesgar así mi salud, con mucho dolor, comería algo de origen animal mientras logro, con la mayor ur...

Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según lo que harían en una situación difícil donde escasea la comida de origen vegetal y hay mucha de origen animal.
Elaboración propia.

Los resultados son claros, el 76.4% de los veganos ante una difícil situación donde, por un relativo largo periodo tengan que comer de manera no balanceada por falta de buenas opciones a base de plantas, dijeron seguir aguantando así con tal de conservar su postura ética hacia los animales. Sólo fue un 5.4% que indicó directamente que no arriesgaría su salud nutricional y comería algo de origen animal para evitar enfermarse si carece de buenas opciones a base de plantas.

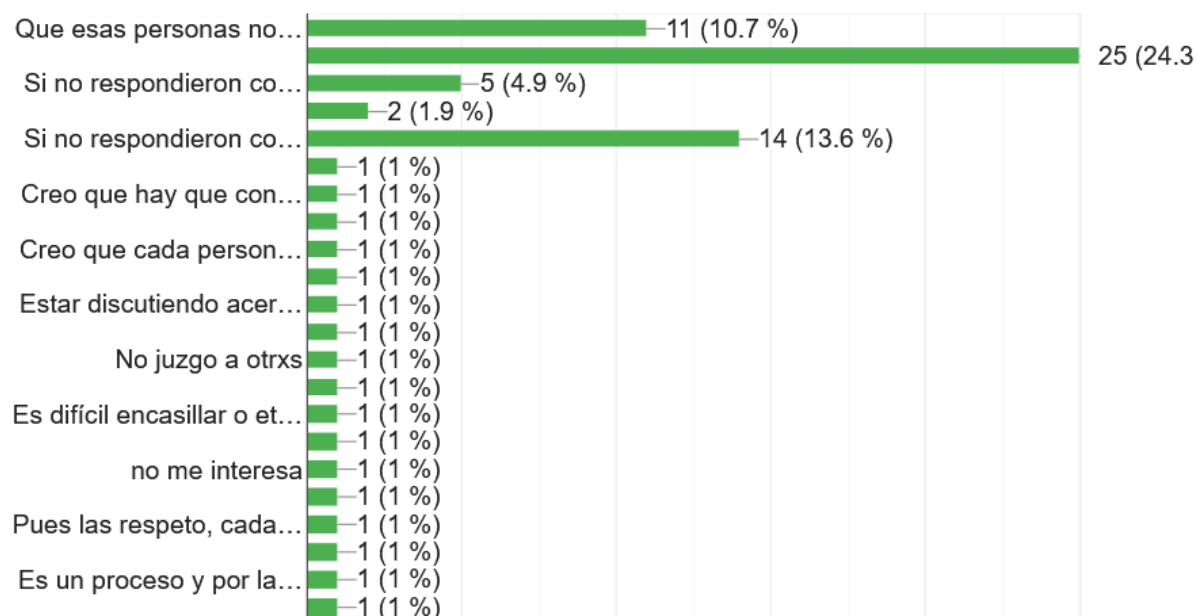
Lo que Piensan unos Veganos sobre otros Respecto a las Preguntas sobre Interseccionalismo, el Apoyar Multinacionales y el Compromiso Ante una Situación Difícil en Los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 33.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según lo que piensan de los demás veganos que piensan diferente

¿Qué piensas de las personas que hayan respondido las últimas tres preguntas de forma diferente a ti?

103 respuestas



Se trató de preguntar, qué piensa aquel vegano, de los otros veganos quienes contestaron diferente a esas preguntas donde se supone que hay temas en los que se crean muchas divisiones dentro del movimiento vegano, como es el interseccionalismo, el compromiso ante una situación difícil y el apoyar a grandes multinacionales caracterizadas por explotar animales así esa opción sea a base de plantas.

Al ver las repuestas, hay opciones muy divididas, puesto que además de tener múltiples opciones que elegir y poder escribir, la mayoría de veganos no juzga a otros por el hecho de: uno, ser o no ser interseccionalistas; dos, por el hecho de comer o no comer una opción vegana en un McDonald's; y tres, por el hecho de comer algo de origen animal en

una situación difícil. En otras palabras, sólo fue alrededor del 30% de los veganos que dicen que, si no piensan como ellos respecto a esas situaciones o posturas, los demás no deberían considerarse veganos.

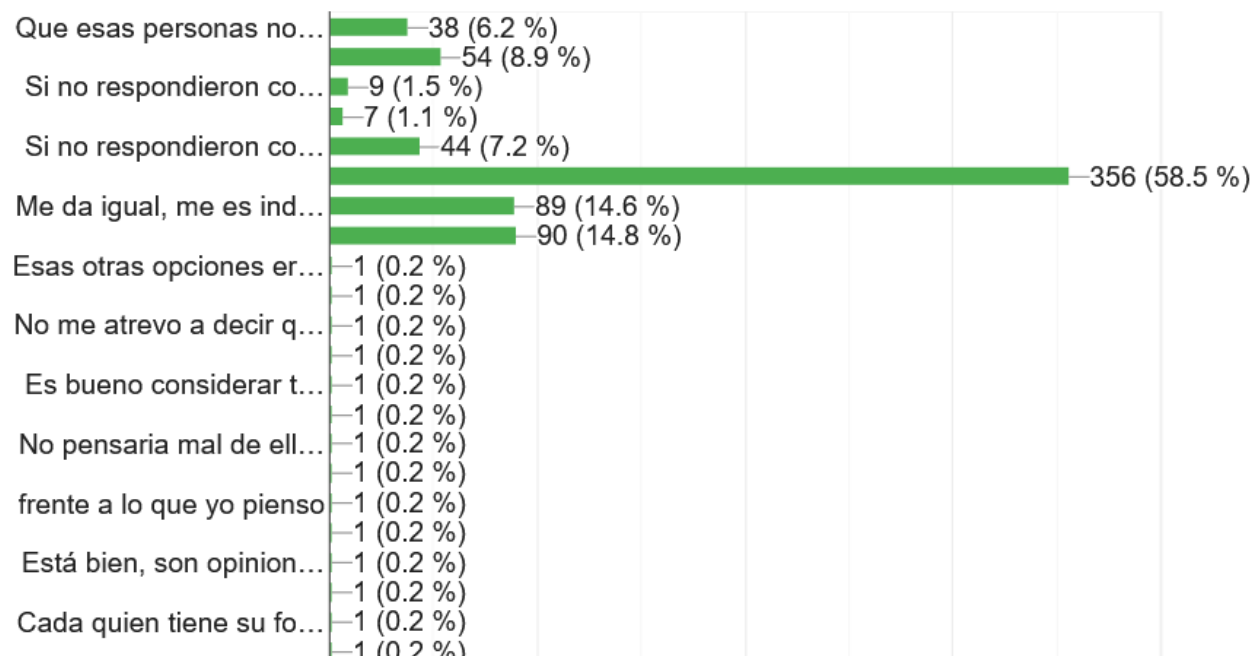
Lo que Piensan unos Veganos Sobre Otros Respecto a las Preguntas Sobre Interseccionalismo, el Apoyar Multinacionales y el Compromiso ante una Situación Difícil en los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 34.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que piensan de los demás veganos que piensan diferente

¿Qué piensas de las personas que hayan respondido las últimas tres preguntas de forma diferente a ti?

609 respuestas



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según lo que piensan de otros veganos que piensan diferente a ellos en varios temas.

Las opciones de respuesta a esta pregunta, que se formularon al grupo anterior, se perfeccionaron de tal forma que hubiesen menos opciones de respuesta. De igual forma el resultado fue similar: por lejos se muestra que la gran mayoría de los veganos se toleran entre sí a pesar de pensar diferente respecto al interseccionalismo, el comprar comida vegana en sitios donde mayoritariamente se explotan y matan animales, y al comer o no comer algo de origen animal en una situación complicada en cuanto a comida se refiere. Esa gran mayoría seleccionó la respuesta que dice: *“Cada uno tiene su proceso y forma de pensar, yo no soy quién para juzgar a otros y más sin entender bien los contextos y las situaciones que se dan, eso de andar diciendo quien es vegano y quien no, es de fanáticos y lo que hace es entorpecer la lucha haciendo que la gente nos vea como una secta. El vegano 100% perfecto no existe.”*.

Procesos Históricos y Prácticas Comunicativas en la Adopción del Veganismo

Este apartado incluirá los antecedentes e interacciones que fueron acercando a los participantes del Grupo #1 al veganismo, que como se explicó en el Marco Metodológico, los participantes que hicieron parte del Grupo #1, fueron 18 veganos (en su mayoría residentes de Bogotá – Colombia) a quienes se les hizo una entrevista semiestructurada y a profundidad (en línea y cara a cara) cuyas respuestas serán analizadas a continuación. Y por supuesto, también se incluirá en este apartado las respuestas de los Grupos #2 y #3 en relación a los procesos históricos y las prácticas comunicativas que influyeron para que asumieran el veganismo.

Específica y Detalladamente: ¿Qué le Impactó Desde un Inicio? ¿Qué Argumentos? ¿Qué situaciones Fueron Coyunturales para ya Tomar la Decisión de ser Vegano sin Considerar una Marcha Atrás?

Y aunque lógicamente esta pregunta desencadenó mucha más información, se pudieron identificar más las interacciones comunicativas de los participantes en su proceso de adopción del veganismo en diferentes fases, por ejemplo, y de manera simplificada, cuatro de los participantes respondieron:

Tabla 4.

Respuestas sobre lo que empezó a concientizar a los participantes sobre la crueldad y explotación animal

P01 ⁷²	P05	P10	P15
Empezó con una religión: Rastafarianismo y admiración a otras sectas y que respetaban más la vida	Una decisión que tomé con mi pareja que empezó al conocer al chigüiro, un animal tan bonito y que aquí, en varias partes de Colombia, se los comen. Y ya más adelante igual con mi pareja volvimos a hablar del tema cuando fuimos al zoológico y decidimos empezar una dieta vegetariana	Primero me llamó la atención Los Simpson, aquel capítulo donde Lisa se hace vegetariana, ya después por tema los Olímpicos de Beijing, me di cuenta de que allá en China comen perros, lo cual fue muy fuerte para mí pues yo amaba a mis perros	Un matadero que quedaba detrás de mi casa cuando era niña y las marranadas que hacía mi familia en diciembre... Ya luego leí sobre veganismo, pero me costaba dejar el queso

Entonces se trata de varias interacciones e influencias a lo largo de muchos años en la vida de una persona para que empezara a entender lo que es el maltrato, la tortura y la

⁷² P01 se refiere al participante #1, y como fueron 18 los entrevistados, se enumerarían P01, P02, P03, P04 y así sucesivamente.

explotación animal. Por ello la siguiente pregunta intenta ahondar en las interacciones que llevaron a los participantes específicamente a conocer el veganismo.

Otras respuestas interesantes fueron:

Tabla 5.

Respuestas sobre lo que empezó a concientizar a los participantes sobre la crueldad y explotación animal #2

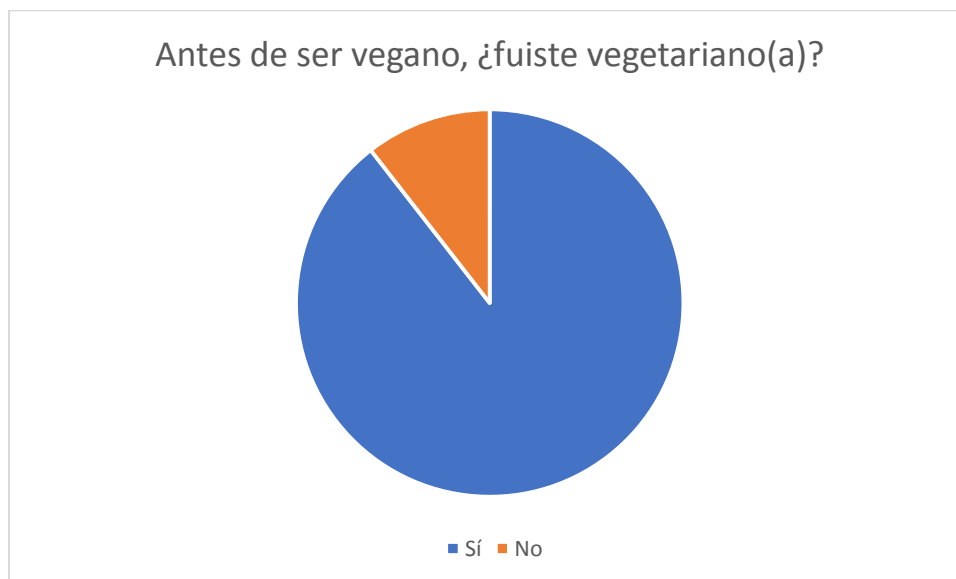
P03	P07	P11	P11
Fue el ver de niño cómo mataron a un conejo, muchos años después, fue el ver un video de cómo desollaban vivo a un mapache, lo cual llevó al participante a ser vegetariano, y ya algunos años más adelante, tomó ya como tal la decisión de ser vegano tras ver un documental sobre explotación animal	En el 2003 le recomendaron el vegetarianismo por problemas de salud, luego conoció el término “vegano” cuando alguien le preguntó si lo era al ver que no comía carne, y tal término le generó curiosidad, por ello lo investigó en internet, redes sociales y así supo de lo que se trataba, finalmente vio un documental sobre explotación y tomó la decisión de ser vegano.	Un amigo que se consideraba “vegano” pero que al parecer no lo era, le habló de excluir productos de origen animal para ayudar el medio ambiente, además dando énfasis a lo asqueroso que es comer carne, allí se hizo vegetariana pero sólo por un tiempo, fue mucho después que tras tener mucho tiempo libre se dio un tiempo a sí misma para investigar sobre veganismo y tras ver de lo que se trataba y ver varios documentales, tomó la decisión de empezar a ser vegana.	El cine marcó su autobiografía de diversos modos, entonces la compasión hacia los demás animales empezó con la película "Siempre a tu lado". Después de ver esa película empecé a rescatar perros y en cuestión de meses ya era vegetariana y con ver contenido sobre veganismo en internet y redes sociales, y a los meses se me hizo vegana.

Un denominador común en estos y en la gran mayoría de los participantes, es cómo tras algunas influencias que les hicieron cuestionar sobre el maltrato y la explotación animal los terminó llevando poco a poco a investigar por sí mismos sobre lo que es el veganismo, y tras ver material audiovisual, ahí empezó el cambio sin marcha atrás. Ahora bien, las siguientes preguntas estaban enfocadas en obtener más detalles sobre elemento determinante que los hizo empezar a ser veganos.

¿Cómo fue el Proceso? Lo primero que se identificó, fue que gran mayoría pasó por ser vegetariano para luego ser vegano:

Gráfico 35.

¿Fueron los participantes del Grupo #1 vegetarianos antes de ser veganos?



En cuanto los procesos, el tiempo y las circunstancias del cambio de ser vegetariano a ser vegano son muy variados, por ejemplo, algunos se tardaron años en pasar de ser vegetarianos a ser veganos no por algún impedimento propio en específico, sino que por no saber de lo que se trataba el veganismo, más concretamente, por no saber la explotación que implicaba el consumir lácteos, huevos, miel, productos de aseo y etc.,. Otros, por el contrario, dijeron que el cambio de vegetariano a vegano fue inmediato, pero porque conocieron de lo que se trataba el veganismo. Otros indicaron que con el pasar del tiempo fueron teniendo claro lo que era ser vegano pero hubo problemas de diferente índole como el hecho de vivir con los padres, o el no poder dejar algún ingrediente de origen animal como el queso (cosa que expresó la P15). La P12 indicó que no tiene claro el momento que pasó de ser

vegetariana a vegana. Y el P18 dijo que “Tenía que investigar más sobre veganismo porque aún tenía muchas dudas y desacuerdos”.

Respecto a si Antes de ser Veganos, Fueron Vegetarianos los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 36.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según si fueron vegetarianos antes de ser veganos

¿Antes de ser vegano(a) fuiste vegetariano(a) y/o ovo-lacto?
105 respuestas



Respecto si Antes de ser Veganos, Fueron Vegetarianos los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 37.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según si fueron vegetarianos antes de ser veganos

¿Antes de ser vegano(a) fuiste vegetariano(a) y/o ovo-lacto?

609 respuestas

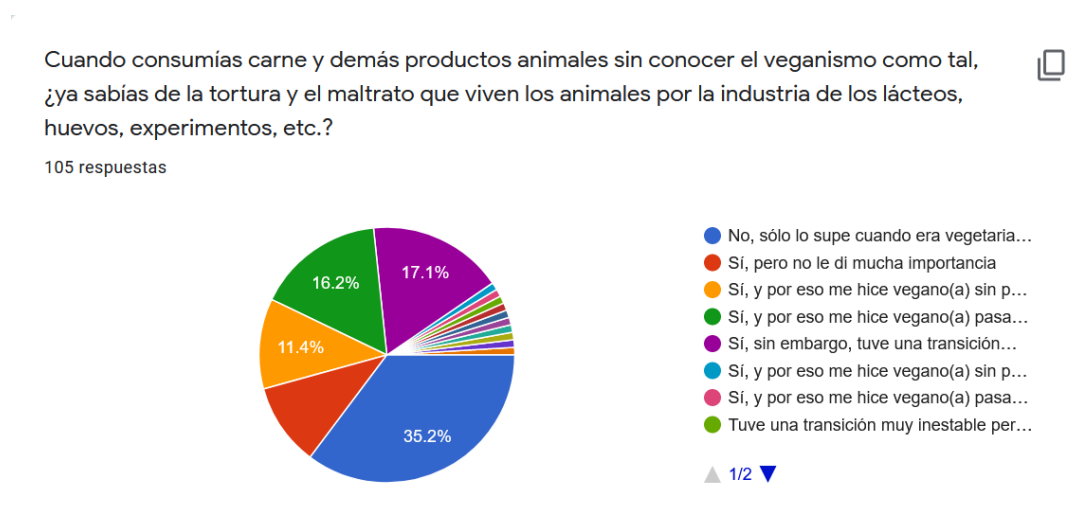


Aunque se redujo un poco a comparación del resultado del Grupo #2 (del 80% al 71.1%) queda confirmado que la mayoría de los veganos fueron primero vegetarianos que veganos.

Respecto al Conocimiento previo de la Explotación Animal en los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 38.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según lo que sabían sobre explotación animal antes de conocer el veganismo



Gran parte de los veganos tenían una idea muy poco clara e incluso nula de lo que era la explotación animal en todas sus formas, incluso cuando ya eran vegetarianos.

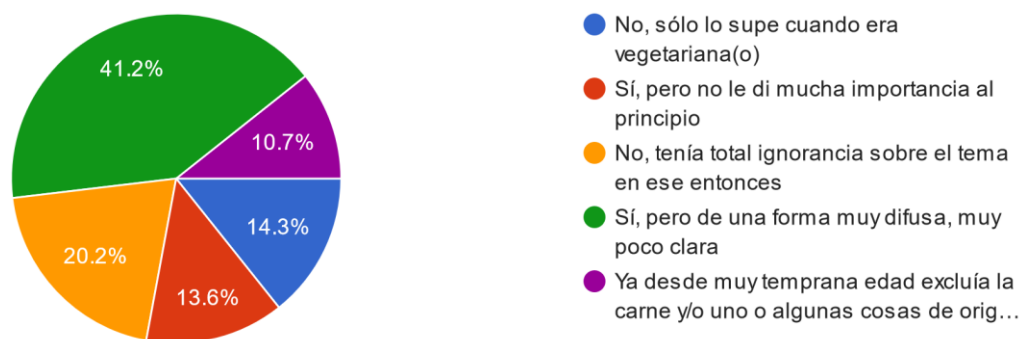
En base a las respuestas obtenidas de esta pregunta, surgieron dos preguntas para el Grupo #3, una similar y a esta y otra nueva respecto a cómo fue la transición al veganismo:

Respecto al Conocimiento Previo de la Explotación Animal en los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 39.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que sabían del maltrato y explotación animal mucho antes de conocer al veganismo

Cuando consumías carne y demás productos de animales sin conocer el veganismo como tal, ¿ya sabías de la tortura y el maltrato que viven los animales en la industria de los lácteos, huevos, experimentación, etc.?



Al aumentar la participación, las respuestas variaron: es apenas un 10.7% que indicó que desde muy temprana edad empezó a excluir cosas que implicaban explotación y crueldad hacia los animales. El resto indicó que no sabía nada o muy poco sobre explotación animal, o que si sabía no le dio mucha importancia en ese momento.

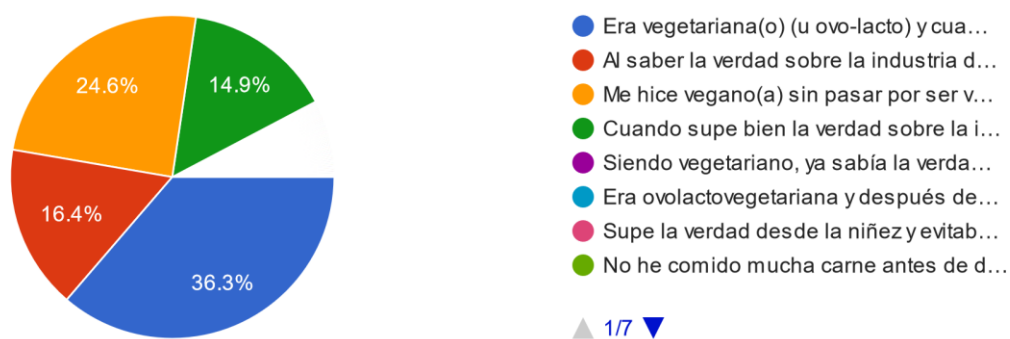
La Transición al Veganismo de Cuando se supo Claramente sobre la Explotación Animal en los Participantes del Grupo #3.

Gráfico 40.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 de cómo fue la transición para llegar a ser veganos

¿Cómo fue tu transición o la manera en que asumiste el veganismo cuando supiste bien la verdad de lo que sufren los animales no humanos?

609 respuestas



La opción más votada (que suma el 36.3%), indicó que se comenzó a ser vegano cuando supo bien la verdad de la explotación animal a pesar de que ya era vegetariano.

La segunda opción más votada (que suma el 24.6%) son los que indican que se hicieron veganos sin pasar por ser vegetarianos porque antes de ser vegetarianos u otra cosa, conocieron con detalle la verdad sobre la explotación a los animales.

La tercera opción más votada (que suma el 16.4%) indicó que, al saber la verdad de la explotación animal, decidió primero ser vegetariano, con la misión final de ser vegano.

El 14.9% indica que tuvo una transición lenta debido a varias situaciones particulares pero que siempre tuvieron la misión de alcanzar el veganismo.

El porcentaje restante, que es minoría (7.8%) y ocupa aquellas respuestas abiertas de los participantes, en su mayoría indican el cómo, por diferentes medios, llegaron a darse cuenta de la verdad de la explotación animal.

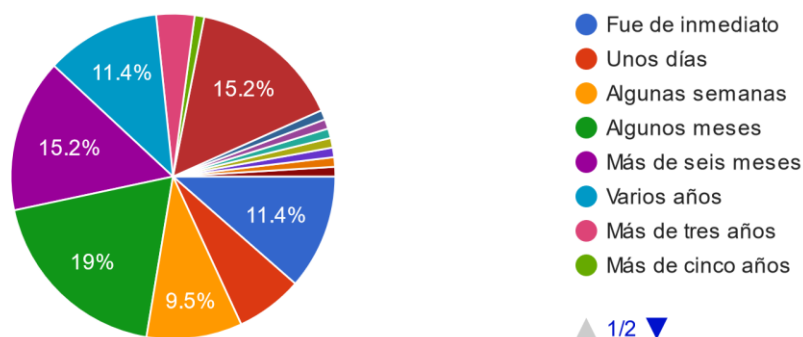
Respecto al Tiempo en que se Tardaron los Participantes en Pasar de ser Vegetarianos a Veganos en los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 41.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 según el tiempo que se tardaron en adoptar el veganismo

Quando eras vegetariana(o) y supiste bien y con detalle lo que pasaba en la industria de los lácteos, lo huevos y demás, ¿Cuánto te tardaste en hacerte vegana(o)?

105 respuestas



Segmentando y uniendo varias de las diversas respuestas, un 47.6% de los veganos indicó que se tardó poco (menos de un par de meses) en pasar de ser vegetariano a vegano tras saber bien con detalle la verdad sobre las diversas formas de explotación animal. Y un 31.4% de los veganos dijo que se tardó mucho (más de tres o cuatro meses) en pasar de ser vegetariano a vegano tras saber bien con detalle la verdad sobre las diversas formas de explotación animal.

Respecto al Tiempo en que se Tardaron los Participantes en Pasar de ser Vegetarianos a Veganos en los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 42.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según lo que se tardaron en ser veganos

Cuando eras vegetariana(o) (u ovo-lacto) y supiste bien y con detalle lo que pasaba en la industria de los lácteos, los huevos, experimentación y demás ¿Cuánto te tardaste en hacerte vegana(o)?

609 respuestas



Las opciones más votadas en la gráfica, son las que no aplican puesto que son aquellos que no pasaron por ser vegetarianos para ser veganos.

Y aunque las otras respuestas son muy variadas respecto al tiempo en que se tardaron los vegetarianos a ser veganos tras saber con detalle la verdad de la explotación animal, si se agrupan algunas respuestas, se obtiene que: el 43.6% se tardó poco: de un día a cuatro meses, y que el 31.1% se tardó mucho tiempo: entre cinco meses hasta más de 20 años, sin embargo la mayoría de ese grupo se tardó entre seis meses a dos años en hacer la transición.

Respecto a las Razones por las Cuales Algunos Participantes del Grupo #2 Se tardaron en Pasar de ser Vegetarianos a Veganos.

Gráfico 43.

Porcentajes de los veganos del Grupo #2 del por qué algunos se tardaron mucho tiempo en adoptar el veganismo

Si tu respuesta anterior fue “algunos meses” o más tiempo, ¿qué hizo que te tardaras en hacerte vegana(o) cuando supiste la verdad de la industria de los lácteos, huevos, experimentación, etc.?

105 respuestas



La mayoría de los que se tardaron en pasar de ser vegetarianos a veganos, expresaron que aquello se debió a la falta de información, acompañamiento o apoyo de otros, es decir, no conocían a otros veganos que los aconsejaran y educaran más sobre veganismo y/o vivían con los padres (y ellos no los apoyaban o no sabían cómo hacerlo), y/o no sabían qué otros alimentos a base de plantas podían sustituir los de origen animal, y/o no sabían dónde conseguirlos, entre otros.

Fueron muy pocos lo que indicaron que se tardaron de pasar de vegetarianos a veganos por preocupaciones de salud o por costarles mucho dejar algún producto de origen animal, como el queso, por ejemplo.

**Respecto a las Razones por las Cuales Algunos Participantes del Grupo #3,
Encuesta Final, se Tardaron en Pasar de ser Vegetarianos a Veganos.**

Gráfico 44.

Porcentajes de los veganos del Grupo #3 según el motivo por el cuál muchos se tardaron en asumir el veganismo

Si tu respuesta anterior fue “Cuatro meses” o más tiempo, ¿qué hizo que te tardaras de ser vegetariano (u ovo-lacto) a ser vegana(o) cuando ...e los lácteos, huevos, experimentación, y demás?
609 respuestas



Las dos opciones más votadas en la gráfica son las que no aplican pues fueron aquellos que no pasaron por ser vegetarianos a veganos o que si fueron vegetarianos, se tardaron menos de cuatro meses en ser veganos.

Analizando las demás respuestas, tanto las más votadas para que los que sí aplica la pregunta como también las ese número relativamente grande que respondió de forma abierta, se establece que la mayor razón por la cual los muchos vegeterianos se tardaron tanto en ser veganos, fue por situaciones de fuerza mayor, es decir, respondieron de forma directa o similar que: *“Tuve muchos problemas: vivía con mis padres (o madre o padre), y/o no conocía a nadie más que fuera vegano(a) que me guiara y me explicara cómo actuar, y/o no sabía de sitios donde comprar las diversas cosas libres de explotación animal a buen precio,*

y/o no tenía acceso a internet (y si lo tenía no logré encontrar un grupo o algo para preguntar y etc.).”. Lo cual da más claridad a las respuestas que se obtuvieron en el Grupo #2.

Por otro lado, suma apenas un 20.8% de los que se tardaron de pasar de ser vegetarianos a veganos por no poder dejar algún producto de origen animal como el queso (12.5%), el temor a su salud nutricional (4.9%), y el tener que investigar más sobre veganismo por las diversas dudas que aún se tenían (3.4%).

Respeto a los Antecedentes de Respeto Hacia los Animales Mucho Antes de Saber sobre lo que es el Veganismo, Incluso, Vegetarianismo en los Participantes del Grupo #2.

Tabla 6.

Antecedentes de los veganos que sintieron empatía hacia los animales

¿Qué antecedentes en tu vida (antes de hacerte vegetariano(a) o saber de veganismo), comenzaron a hacerte compadecer de los animales?

105 respuestas

Tener a Luna, mi dalmata

Desde pequeño he tenido empatía con todo tipo de vida.

Desde niña, siempre existió empatía pero no sabia como direccionarlo.

La violencia de mi padre hacia los animales.

Mi padre es cazador y desde niña odie la explotación y tortura animal

Mi familia es de campo, y el ver cómo matan a los cerditos fue lo que me llevo a este camino

Nota. Captura de pantalla recortada con algunas respuestas respecto a los antecedentes de los veganos que hicieron sentir empatía hacia los animales.

Fuente: Elaboración propia.

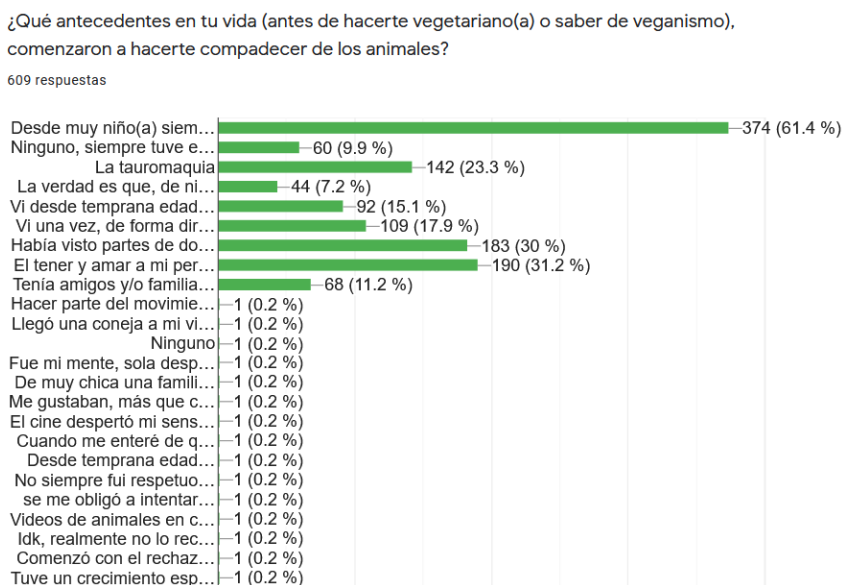
Esta fue una pregunta abierta donde muchos dijeron que lo que les hizo pensar sobre respeto animal mucho antes de conocer el veganismo, fue el hecho de que ya desde niños sentían empatía con los animales. Otra respuesta que indicaron mucho los participantes, fue el hecho de haber visto cómo mataban, de forma horrible, a algún animal más que todo por razones alimenticias, y aquello fue un trauma que de cierta forma los empezó a influenciar respecto al tema de la crueldad hacia los animales.

Las diversas respuestas a esta pregunta ayudaron a consolidar una nueva pregunta de opción múltiple y no abierta que se hizo en el Grupo #3 y que se mostrará a continuación.

Respeto a los Antecedentes de Respeto Hacia los Animales Mucho antes de Saber Sobre lo que es el Veganismo, Incluso, Vegetarianismo en los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 45.

Antecedentes de los veganos del Grupo #3 respecto al respeto hacia los animales



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según los antecedentes respecto al tener empatía hacia los animales mucho antes de conocer el veganismo. Elaboración propia.

La gran mayoría, por lejos en comparación a las demás respuestas, declara que *“Desde muy niño(a) siempre sentí empatía por los animales y me dolía mucho cuando los veía sufrir”*. Las otras tres respuestas más votadas que le siguen a esa, es que lo que les hizo cuestionar un poco sobre el respeto hacia los animales, fue: *“El tener y amar a mi perrito(a) o gata(o) que tuve o aún tengo.”*, *“Había visto partes de documentales, o programas, o charlas y/o textos respecto al maltrato animal que me comenzaron a conmover.”* y, *“La tauromaquia”*.

Así mismo una de las opciones menos votadas indica que: *“La verdad es que, de niño o jovencito, llegué a hacerle daño a algunos animales pensando que estaba bien y/o que era divertido”*.

A continuación, y para finalizar el apartado de los antecedentes y las interacciones que influenciaron el veganismo, está la pregunta más importante de la investigación para los tres grupos:

Respecto a Aquello que Terminó de Conocer a los Participantes a que se Hicieran Veganos sin Marcha atrás en los Participantes del Grupo #1 (Entrevista a 18 Veganos). Las respuestas de esta pregunta fueron las que empezaron a dar fuerza a la teoría de que el material audiovisual es el que más persuadió a la mayoría de los participantes a ya empezar a asumir el veganismo, puesto que once de los dieciocho participantes, indicaron que fue un video o documental el que los empezó a convencer totalmente de empezar a ser veganos:

Gráfico 46.

Clasificación de los participantes del Grupo #1 según lo que les hizo tomar la decisión de ser veganos



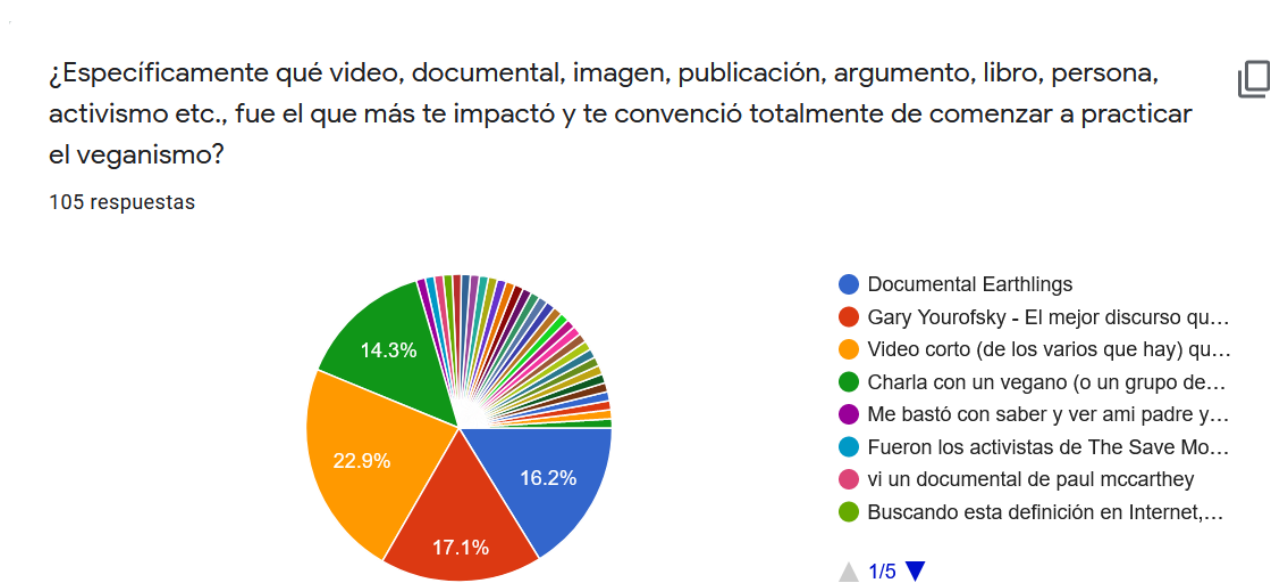
Como se puede ver, los siete restantes, indicaron que lo que los llevó finalmente a tomar la decisión de ser veganos, fue la explicación que otros veganos le dieron sobre la explotación animal. Ahora, algo importante hay que mencionar, es que, en específico, aquellos videos o documentales que terminaron de persuadir a la mayoría de los participantes de que empezaran a hacerse veganos fueron: en primer lugar, “El mejor discurso que jamás escucharás de Gary Yourofsky” y en segundo lugar, documental “Earthlings”. Esto dio paso a empezar a considerar esas dos producciones audiovisuales como tema de estudio de esta investigación.

Otros documentales y videos que sólo se mencionaron una vez, fueron: “Paredes de cristal” de Paul McCartney y un video breve y desconocido que mostraba la verdad de la industria de los lácteos.

Respecto a Aquello que Terminó de Convenir a Los Participantes a que se Hicieran Veganos sin Marcha atrás en los Participantes del Grupo #2.

Gráfico 47.

Lo que finalmente convenció a los participantes del Grupo #2 a hacerse veganos



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en el Grupo #2 según aquello que los terminó por convencer de ser veganos sin marcha atrás. Elaboración propia.

Generalizando o resumiendo las numerosas respuestas a esta pregunta, (una de las preguntas más importantes de la investigación), se encuentra que 72.2% de los veganos, tomaron la decisión de serlo a causa de algún material audiovisual que los impactó enormemente, de aquellos videos, los más destacados, nuevamente, son: el video de Gary Yourofsky: “El mejor discurso que jamás escucharás”, documental *Earthlings*, y los abundantes videos cortos que muestran, de manera explícita, la terrible explotación a la que están sometidos los animales, en su mayoría, lo que se usan para alimento.

Importante Paréntesis. En este punto de la investigación, fue cuando se empezó a decidir que se trabajaría y/o se definirían los objetivos de esta investigación teniendo en cuenta las dos producciones más votadas tanto en el Grupo #1 como en el Grupo #2, y que es material que se conoció a través de Facebook y, sobre todo, YouTube.

Retomando los resultados de esta pregunta, fue apenas un 19.3% los que indicaron que lo que les hizo tomar la decisión de ser veganos, fue una interacción comunicacional presencial (sea formal e informal, con veganos o no veganos pero que el tema fuera la explotación animal).

El 8.5% restante indicó que fueron textos en específico lo que los llevó a tomar la decisión de ser veganos entre otras cosas.

Se debe destacar también que la realización de documentales, las charlas y la creación de diferentes textos que se crean para educar sobre la explotación animal y difundir el veganismo, no son los únicos tipos de activismo que existen, ya que, cuando menos, hay otra docena más de tipos de activismo vegano que parecen no influenciar en lo más mínimo por el simple hecho de no ser mencionados por ninguno de los participantes.

Respecto a Aquello que Terminó de Conocer a los Participantes a que se Hicieran Veganos sin Marcha atrás en los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final.

Gráfico 48.

Lo que finalmente convenció a los participantes del Grupo #3, Encuesta final a hacerse veganos

¿Específicamente qué video, situación, documental, reunión, publicación, argumento, libro, texto, activismo, etc., fue el que más te impactó y te com...menzar a practicar el veganismo sin marcha atrás?
609 respuestas



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según aquello que los terminó por convencer de ser veganos sin marcha atrás.

Teniendo en cuenta las respuestas obtenidas a esta pregunta por parte del Grupo #2, donde se obtuvieron respuestas que señalaban algún tipo de material audiovisual específico o varios de ellos, se puso como nueva opción de respuesta: *“Ninguno en específico, fue más como la combinación de varios (más que todo videos y documentales) de los anteriores mencionados que generaron un verdadero impacto para hacer el cambio.”*, y resultó que fue la más votada (31%), reforzando así aún más el hecho de que el material audiovisual, que ronda en internet, es el herramienta más poderosa a la hora de cambiar mentalidades, además que también refuerza el hecho que no es como tal un solo video o documental el que termina por convencer a las personas a hacerse veganas, sino la combinación de varios. De igual forma otro casi que 46% indicó un material audiovisual que en específico le hizo tomar la decisión definitiva de ser vegano. Entre esos, los tres que más se destacan, (como en los dos

primeros grupos), son: “*Video corto (de los varios que hay) que mostraba la realidad de los mataderos y/o de la industria de los huevos, lácteos, experimentación, etc.*”, “*Gary Yourofsky - El mejor discurso que jamás escucharás*” y el “*documental Earthlings.*” Por lo anterior, se refuerza aún más la decisión de haber profundizado en los dos últimos videos mencionados y hacerlos parte de los objetivos específicos y cuyos resultados de su contenido y comentarios se mostrará más adelante.

Por otro lado, a lo sumo fue solo un 20% quienes indicaron que aquello que lo llevó a ser vegano sin marcha atrás, no fue un video sino otras cosas, como una charla con alguien o un grupo de personas sobre el tema, un texto en específico o un suceso violento y/o traumático que tenía que ver con crueldad y explotación animal.

Ahora bien, en cada uno de esos videos y/o documentales que tanto han votado los participantes a lo largo de la investigación, todos ellos tienen un común denominador; un elemento que, desde ya se empieza a concluir, es el que hace todos los que participaron, terminaran por tomar la decisión veganos: el contenido explícito y desgarrador de la realidad que viven muchos animales por la explotación que les genera el ser humano y que hasta el momento los participantes desconocían. Es más, como se pudo ver, una parte pequeña de los encuestados también se hicieron veganos, que aunque no fuera por un video, de igual forma fueron testigos oculares de algún evento que implicaba explotación y/o crueldad hacia un animal no humano que los hizo cambiar y asumir el veganismo. Entonces no se trata de una fórmula por decirlo así “mágica” o compleja que se tenga que aplicar a un video para que éste tenga la capacidad de cambiar mentalidades, no, se trata de sencillamente de exponer la

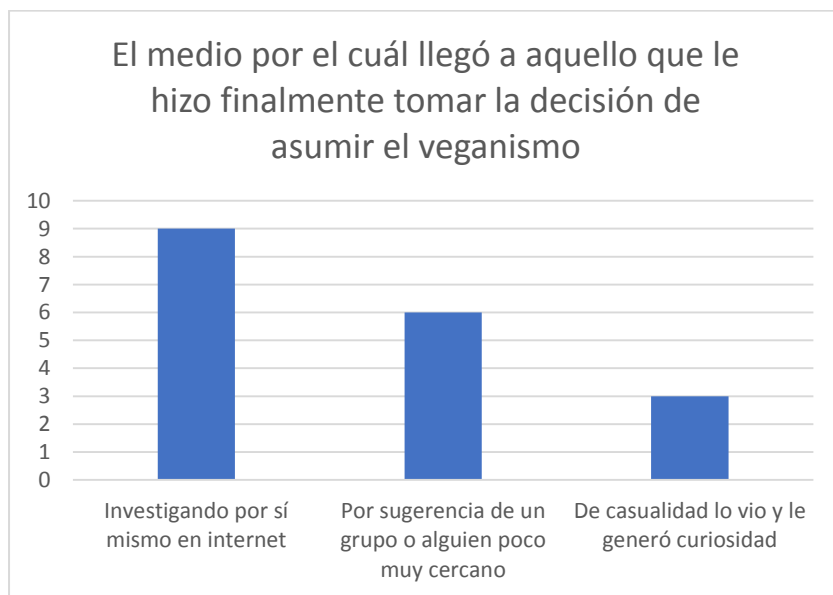
verdad de la explotación animal de una forma cruda, pero que es real y que genera en muchos aquella experiencia catalítica⁷³.

Respecto a la Forma en que los Participantes del Grupo #1 Llegaron a Aquello que los hizo Asumir el Veganismo.

Debido a que, en este caso, del Grupo #1, las respuestas se obtuvieron de una entrevista y no una encuesta, los resultados son muy difíciles de cuantificar, sin embargo, al agrupar de manera general tales respuestas, se encuentra que, en los dieciocho participantes, hubo tres vías por las que llegaron a aquel documental o situación que les hizo tomar la decisión final de asumir el veganismo:

Gráfico 49.

Cómo llegaron los veganos del Grupo #1 a ese elemento que los convenció de ser veganos



⁷³ La experiencia catalítica fue la que detalló en el apartado de Antecedentes según el esquema del proceso del proceso de hacerse vegano de McDonald, (2000).

Nota. Clasificación de los participantes del Grupo #1 del medio por el cual llegaron al elemento que los convenció de ser veganos.

De aquellos nueve participantes que se agruparon en la categoría de “Investigando por sí mismo en internet”, cuatro indicaron que por medio de Facebook y más específicamente en grupos de veganos y vegetarianos donde conocieron mucho material sobre explotación animal y veganismo, y los cinco restantes indicaron que investigando por sí mismos en internet sobre veganismo sin especificar qué páginas o qué textos.

De aquellos seis participantes que se agruparon en la categoría de “Por sugerencia de un grupo o alguien poco muy cercano”, cuatro indicaron que ya hacían parte de grupos que defendían los derechos de algunos animales, como los toros en las corridas, y/o los animales de circo entre otros. Los dos participantes restantes de este grupo sí indicaron que fue una persona quien les sugirió aquel material o situación que les hizo hacer el cambio, uno indicó que fue alguien muy cercano y el otro que fue un médico ambientalista que apenas distinguía.

Finalmente, de aquellos tres que se agruparon en la categoría de “De casualidad lo vio y le generó curiosidad”, un participante indicó que estaba en una feria en el centro de la ciudad vio la carátula del documental que estaba en CD y DVD y le llamó la atención, lo compró y lo vio. El segundo participante indicó que entró a un restaurante vegetariano (pues le llamó la atención la comida saludable y más natural) y allí conoció un grupo que veganos que le explicaron sobre la explotación animal. El tercer participante de esta categoría dijo que de casualidad vio el post de aquel documental sobre veganismo, le llamó la atención, lo vio y ahí comenzó a tomar la decisión de asumir el veganismo.

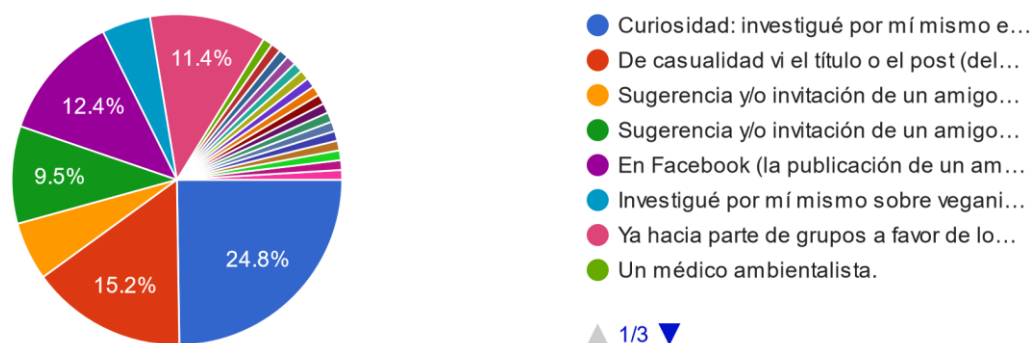
Respecto a la Forma en que los Participantes del Grupo #2 Llegaron a Aquel Elemento que los Hizo Asumir el Veganismo.

Gráfico 50.

Cómo llegaron los veganos del Grupo #2 a ese elemento que los convenció de ser veganos

¿Qué fue lo que hizo que llegaras a ese video, conferencia, documental, charla, argumento, activismo, etc. que te impacto y te hizo tomar la decisión de ser vegano(a)?

105 respuestas



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en el Grupo #2 según aquello que los llevó a eso que los convenció de ser veganos.

Nuevamente segmentando y/o juntando varias respuestas para resumir mejor la gráfica, el 48.6% indicó que por sugerencia directa e indirecta de alguien (o un grupo de personas, sean cercanos o no), llegaron a esa situación o elemento que los llevó a tomar la decisión de ser veganos sin marcha atrás. Un 33.8% indicó que fue por decisión propia, que decidieron investigar sobre veganismo, y en ese ejercicio de investigación, encontraron aquello que los hizo tomar la decisión de ser veganos. Finalmente, el 17.6% restante indicó, mayoritariamente, que fue por casualidad, más exactamente eligieron la opción que dice: *“De casualidad vi el título o el post (del documental, video, evento, conferencia, libro. Etc.) y me dio la curiosidad de verlo o asistir.”*

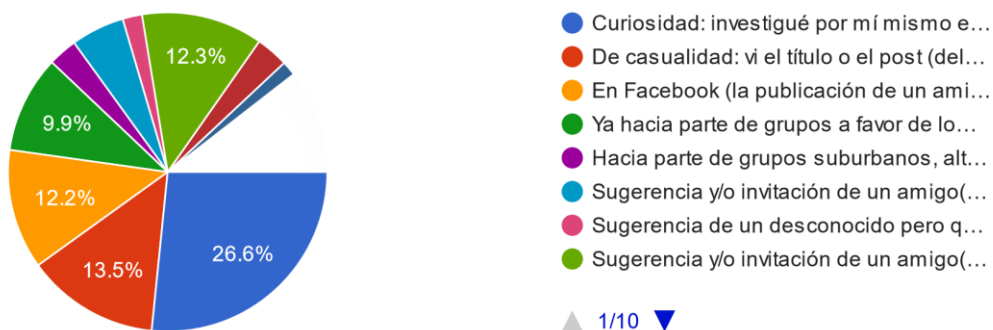
Respecto a la Forma en que Los Participantes del Grupo #3, Encuesta Final

Llegaron a Aquel Elemento que los hizo Asumir el Veganismo.

Gráfico 51.

Cómo llegaron los veganos del Grupo #3, a ese elemento que los convenció de ser veganos

¿Qué fue lo que hizo que llegaras a ese video, situación, documental, reunión, publicación, argumento, libro, texto, activismo, etc., que te impacto y te hizo tomar la decisión de ser vegano(a)?



Nota. Porcentajes de los veganos que participaron en la Encuesta final según el medio que los llevó a aquello que los convenció de ser veganos sin marcha atrás.

De nuevo la opción más votada, y con un % un poco mayor al del Grupo #2 (de 24.8% a 26.6%), fue la de: “*Curiosidad; investigué por mí mismo en internet sobre veganismo*”. Sin embargo, juntando varias respuestas de la gráfica, casi que 30% llegó a aquello que lo hizo tomar la decisión de ser vegano por casualidad, es decir, tenían su atención en algo que, así tuviera o no que ver con el veganismo o la explotación animal directa o indirectamente, el tema se mencionó y les despertó la curiosidad de verlo a fondo.

Otro 32.6% indicó que fue por sugerencia directa de un grupo o persona cercana o no cercana que mencionó el tema del veganismo o la explotación animal, que lo llevó a aquello que lo terminó por convercerlo de ser vegano.

El 10.8% que abarca diversas respuestas, en su mayoría respuestas abiertas, suelen indicar también que fue un material audiovisual, el investigar por sí mismos pero no en internet, entre otros que se hacen muy difíciles de cuantificar.

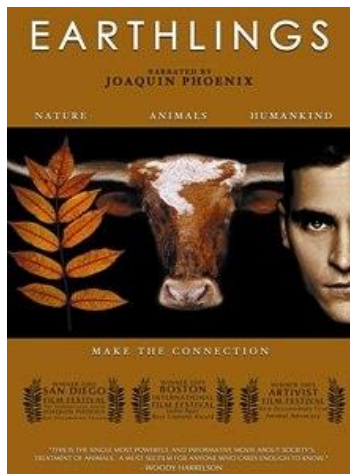
Documental Earthlings y el Mejor Discurso que Jamás Escucharás - Gary Yourofsky: Introducción y Análisis de su Contenido

A continuación, se dará más detalles y se analizará el contenido aquellos dos videos que tanto se han mencionado y que tanto impacto han generado desde una perspectiva semiótica, para que se tenga más claridad sobre los mismos, y así mismo, claridad para terminar el cumplimiento del Objetivo específico #3 de esta investigación. Primero se empezará con el documental *Earthlings* y posteriormente con el video *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*.

Earthlings (film)

Figura 8.

Poster of Earthlings (film)



Nota. Tomado de Wikipedia (2012). Festival poster.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Earthlings_\(film\)#/media/File:Earthlings_\(film\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Earthlings_(film)#/media/File:Earthlings_(film).jpg)

Earthlings (film), es el nombre original del que todo el tiempo se ha nombrado como “documental Earthlings”: “*Earthlings* es un documental producido y dirigido por Shaun Monson y coproducido por Persia White. La película fue narrada por el actor de Hollywood y activista de los derechos de los animales Joaquín Phoenix. La música es del también activista Moby.” indica la introducción del video en Wikipedia.

La sinopsis es la siguiente:

Earthlings es un documental acerca de cómo los humanos utilizan actualmente a los animales de otras especies. Utilizando cámaras ocultas y grabaciones inéditas, *Earthlings* documenta las prácticas cotidianas de algunas de las industrias internacionales que más dependen de los animales. El documental incita a una profunda reflexión sobre los usos innecesarios y crueles que hace la humanidad de otras especies que habitan el Planeta, ya sea como mascotas, alimento, para vestido como entretenimiento o experimentación. (Cultura Vegana, 2020).

La fecha de estreno y los premios que ganó:

En el 2005, *Earthlings* se estrenó en el Artivist Film Festival, (en el que ganó el premio al Mejor Reportaje Documental), seguido por el Festival Internacional de Cine de Boston, (en el que ganó el Premio al Mejor Contenido), y más recientemente en el Festival de Cine de San Diego, (donde ganó el premio al Mejor Documental de Cine, así como el Premio Humanitario a Joaquin Phoenix por su trabajo en la película). (AnimaNaturalis, 2006).

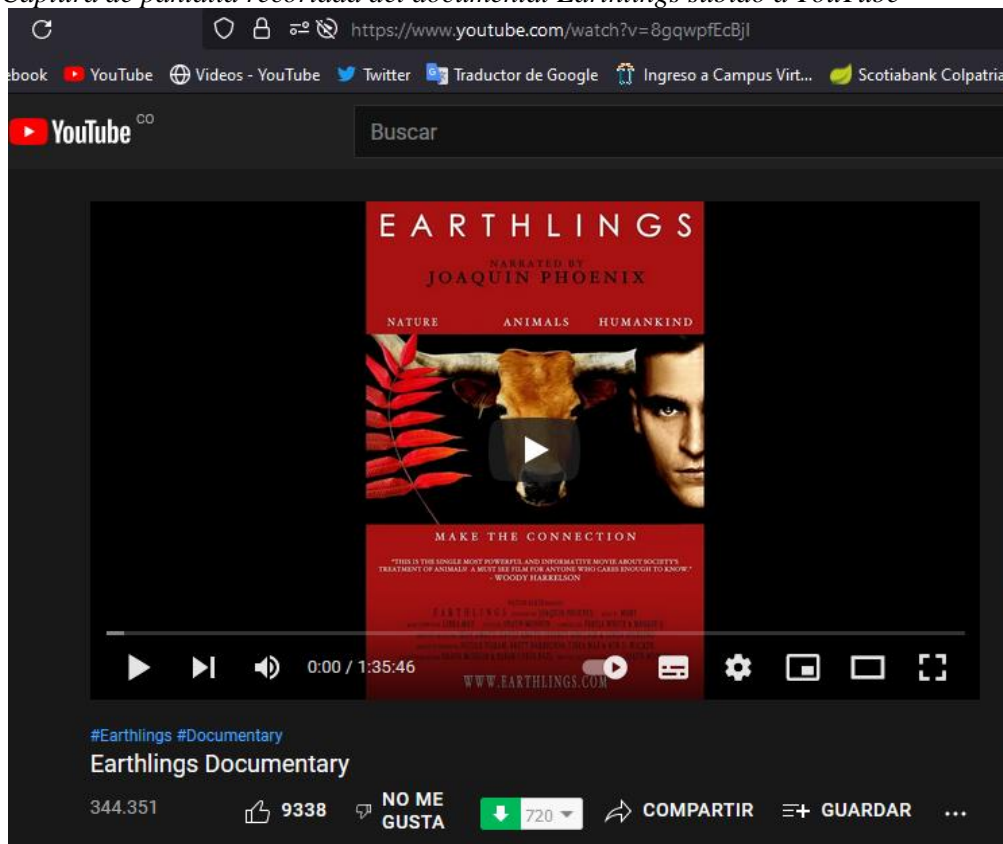
La página oficial en donde se encuentra alojado el documental en su idioma original, es <http://www.nationearth.com/earthlings>, sin embargo, donde más lo han visto las personas y donde se encuentran numerosas versiones resubidas del documental en varios idiomas, es en YouTube.

El video más reproducido de este documental subido a YouTube en su idioma original se puede ver en este enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=8gqwpfEcBjI>

Aquí una captura de pantalla actual de aquel video:

Figura 9.

Captura de pantalla recortada del documental Earthlings subido a YouTube



Nota. Tomado de Monson, S. [Ali] (2019). Earthlings Documentary [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8gqwpfEcBjI>

También se tienen algunas capturas del documental subido a YouTube doblado y/o traducido al alemán, francés y portugués:

Figura 10.

Captura de pantalla recortada del documental Earthlings en alemán subido a YouTube



Nota. Tomado de la búsqueda en YouTube.

Figura 11.

Captura de pantalla recortada del documental Earthlings en francés subido a YouTube



Nota. Tomado de la búsqueda en YouTube.

Figura 12.

Captura de pantalla recortada del documental Earthlings en portugués subido a YouTube



Nota. Tomado de la búsqueda en YouTube.

Y por supuesto, con la que se va a trabajar: la versión doblada al español España más reciente y reproducida, que se puede ver en este enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=786s>

Aquí una captura sobre aquel video en YouTube:

Figura 13.

Captura de pantalla recortada del documental Earthlings doblado al español España subido a YouTube



Nota. Tomado de la búsqueda en YouTube.

Análisis del Contenido.

Tabla 7.

Análisis del documental Earthlings desde lo auditivo, textual y visual

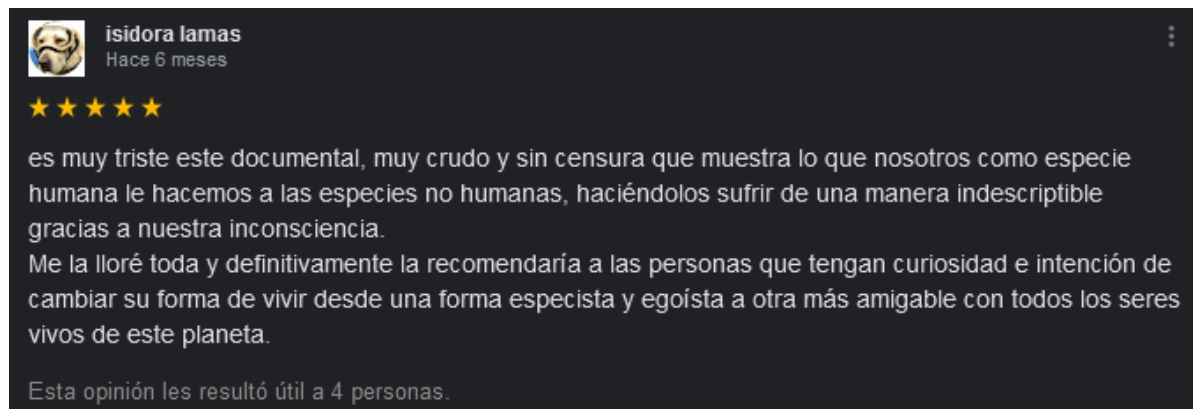
Desde lo auditivo	Desde lo textual	Desde lo visual
<p>La voz en off con un tono triste, sin embargo, muy seria, segura, a veces con un toque de indignación, pero siempre, bastante clara a la hora de exponer lo que se muestra. Ello, junto con la música de fondo (instrumental), que de principio a fin es oscura, intrigante, dramática y triste. Estas son algunas pistas:</p> <p>Canción 1: Memory Gospel Artista: Moby Álbum: Play - The B Sides</p> <p>Canción 2: 18 Artista: Moby Compositores: Richard Melville Hall</p> <p>Canción 3: Everything Is Wrong Artista: Moby Compositores: Richard Hall</p> <p>Canción 4: Stop The Killing Artista: Dave Lichten Álbum: Prim8 The Evolution</p>	<p>El documental tiene poco texto, sin embargo, las veces que se usa, tiene un estilo sencillo pero sombrío: fondo negro, letra de color entre gris y blanco casi siempre en mayúscula, y mayoritariamente, marcando las partes en las que está dividido el documental emitiendo mensajes crudos, certeros, polémicos y casi que siempre con una sola palabra. Ejemplo: en el minuto 31:39, después de mostrar fuertes imágenes de cómo agonizan dos cerdos tras ser degollados, exponen un el texto con fondo negro y mayúscula: “DESOLLADO”.</p>	<p>El tercer elemento y el más impactante e importante de todos: constantes videos explícitos y desgarradores de la crueldad y explotación que se le da a diferentes especies animales en todos los planos visuales. Aquellos videos explícitos de los que se compone más del 80% del documental (ya que hay otras tomas de paisajes y animales libres en la introducción y al final del video), son sencillamente una gran colección de videos inéditos y de cámaras ocultas (como ya se explicó) que se organizaron según el tipo de crueldad y explotación animal.</p>

Nota. Análisis general y con influencia semiótica de lo audiovisual y textual del video documental *Earthlings*.

Comentarios en Google sobre el documental:

Figura 14.

Comentario en Google del documental Earthlings

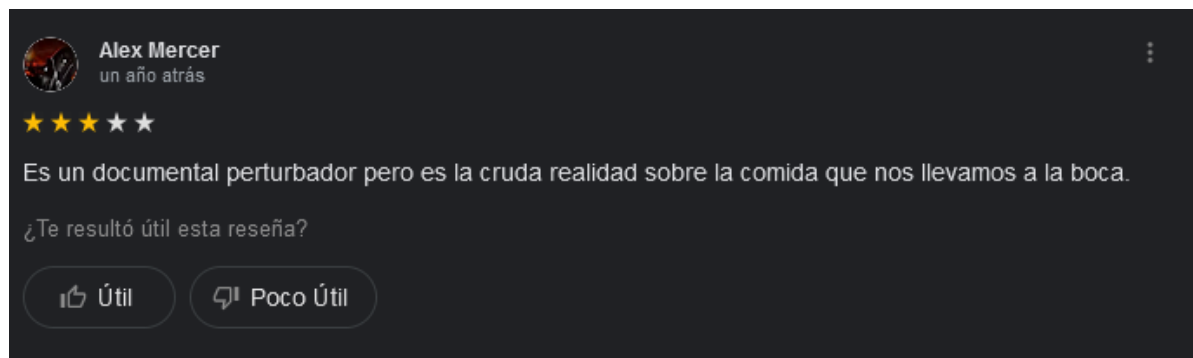


Nota. Tomado de la búsqueda en Google del documental *Earthlings*.

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=documental+earthlings+cr%C3%ADtica+an%C3%A1lisis>

Figura 15.

Comentario en Google del documental Earthlings

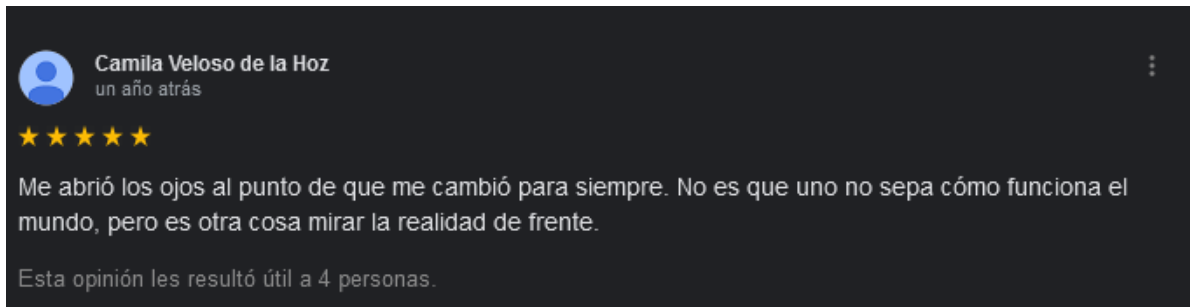


Nota. Tomado de la búsqueda en Google del documental *Earthlings*.

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=documental+earthlings+cr%C3%ADtica+an%C3%A1lisis>

Figura 16.

Comentario en Google del documental Earthlings



Nota. Tomado de la búsqueda en Google del documental *Earthlings*.

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=documental+earthlings+cr%C3%ADtica+an%C3%A1lisis>

Partes del Video (Índice).

1. Introducción (00:00-10:27) Explican el significado de terrícola (traducción de earthling), la dominación del más fuerte al más débil, y algunas citas de Isaac Bashevis Singer⁷⁴ y Henry Beston⁷⁵ respecto a la explotación de los animales.
2. Parte 1 – Mascotas (10:28-18:18): Todo sobre todo la crueldad, el abandono, la venta, eutanasia, cámaras de gas entre otros, con relación a los animales domésticos, principalmente perros.
3. Parte 2 – Comida (18:19-46:56) El segmento más extenso del documental donde menciona casi que todas las modalidades y explotación de las diferentes especies animales que se usan para alimento humano, desde aves, cerdos, hasta los diferentes tipos de peces.
4. Parte 3 – Ropa (46:57-57:37): Un segmento que expone la explotación y crueldad hacia diferentes especies animales para la vestimenta humana.

⁷⁴ Isaac Bashevis Singer, fue un judío, ciudadano polaco ganador del Premio Nobel de Literatura en el año 1978.

⁷⁵ Henry Beston, fue un escritor estadounidense, más conocido por su obra: *The Outermost House*. En el documental *Earthlings* se lee un fragmento de su obra.

5. Parte – 4 (57:38-01:13:45): Expone los crudos métodos en que usan a los animales para el entretenimiento del ser humano, desde la caza y los juegos de azar, hasta los zoológicos y la tauromaquia.
6. Parte – 5 (01:13:46-01:21:08) El segmento final, se trata de la explotación a varias especies animales con fines científicos, militares, estéticos, entre otros.
7. Conclusión (01:21:09-01:35:46): El final del documental donde se dan varias reflexiones para cambiar la visión que tenemos hacia los animales no humanos.

Best Speech You Will Ever Hear - Gary Yourofsky

Best Speech You Will Ever Hear – Gary Yourofsky, es el título original del video que se ha mencionado como “El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky”, que también es un video a parte, sólo que con el título y los subtítulos en español.

Es importante aclarar que este video más que una producción audiovisual, es sencillamente una conferencia del reconocido activista vegano Gary Yourofsky, hecha en el Instituto de Tecnología de Georgia. Sólo que posteriormente fue grabado, editado, y subido a YouTube. El video original tiene más de 4.7 millones de reproducciones, y el video con subtítulos en español, tiene casi que tres millones de reproducciones. También el video tiene otras versiones en otros idiomas con un número considerable de reproducciones, aquí una captura de pantalla de los más vistos:

Figura 17.

Captura de pantalla recortada los videos más vistos subidos por el canal de YouTube TheAnimalHolocaust



Nota. Tomado de: <https://www.youtube.com/user/TheAnimalHolocaust/videos>

Y en este enlace y referencia, se encuentra en video con el título y los subtítulos en español, y sobre el cual se trabajará analizando su contenido de forma cualitativa y para analizar los comentarios emergentes que se alojan en su respectiva caja de comentarios:

Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás – Gary Yourofsky [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=217s>

Aquí una captura de pantalla de ese video:

Figura 18.

Captura de pantalla recortada de El mejor discurso que jamás escucharás – Gary Yourofsky subido a YouTube



Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás – Gary Yourofsky [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=217s>

Análisis del contenido.

Tabla 8.

Análisis de El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky desde lo auditivo, textual y visual

Desde lo auditivo	Desde lo textual	Desde lo visual
-------------------	------------------	-----------------

<p>En la parte musical, sólo hay tres cortos momentos que la contienen: uno, al inicio del video una canción melódica de tipo rap de origen desconocido; dos, la popular canción de rock <i>Under pressure</i> de David Bowie del minuto 16:17 al 20:02; y tres, una canción dramática y triste de origen desconocido desde 01:00:42 a 01:04:13. En el resto del video, nada más se oye lo que es la imponente voz de Gary Yourofsky en frente del público (estudiantes) cuyas voces a veces también se oyen sobre todo en los momentos de risas.</p>	<p>Aunque no hay títulos que como tal dividan los temas del video y la conferencia, sí tenemos lo que son los subtítulos en español que están presentes de principio a fin con una letra grande de color muy bien redactada en la parte central inferior del video. Todo el contenido de ese texto es en general la concientización respecto a la explotación y crueldad animal en torno a aquello que comen los humanos que tienen ingredientes de origen animal.</p>	<p>En la mayor parte del video, tenemos lo que es a Yourofsky dando su conferencia de una manera muy dinámica y corporal donde la cámara que lo graba, le sigue constantemente y le enfoca en diferentes planos ya que él está en constante movimiento. El resto de partes, que son videos incorporados con edición, que se muestran en la conferencia, van en los mismos momentos donde va la parte musical: al inicio para introducción a Gary Yourofsky, al minuto 16:17 para mostrar un video explícito de la explotación animal en las granjas, y en la parte casi que al final, en 01:00:42, donde se muestra la espantosa crueldad que algunos granjeros aplican a vacas y becerros en las industrias de leche de vaca</p>
---	--	---

Nota. Análisis general y con influencia semiótica de lo audiovisual y textual del video *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*.

Opiniones del Público en Blogs y Redes Sociales. El gran elemento que, muy probablemente hace que este video (o más bien conferencia) tenga gran poder de influencia, es la forma en que Yourofsky expone la verdad sobre la explotación animal que causa la industria cárnica, avícola y lechera (sostenida por la demanda por parte de los consumidores promedio). En otras palabras, el vigor, la autoconfianza, la irreverencia, la inteligencia y la experiencia de Yourofsky, relucen de principio a fin en toda su conferencia haciéndolo muy convincente creando admiración hacia él, de hecho, una estudiante publicó un blog donde dice:

Durante el video clip, lo que más me llamó la atención es la forma en que Gary se expresaba y argumentaba sus ideas, exponía sus razones y debatía de la forma correcta, presentando ejemplos, datos e información que nos permitieran, hasta cierto punto, generar nuestros propios juicios o puntos de vista relacionados con el tema de veganismo, maltrato a los animales, así como la reflexión de que no todo lo que comemos es lo que parece. (Flores, 2012).

Años después, en el blog "el ambigú del yoga", escriben sobre Gary Yourofsky: "De este hombre, que no tiene un pelo de tonto, y cuya lectura a buen seguro, no os dejará indiferentes en uno u otro sentido." (el ambigú del yoga, 2016).

En el mismo año, un perfil de Facebook llamado "El Valle Encantado", hizo un post⁷⁶ de esa conferencia indicando: "El discurso de Gary nos sigue emocionando por muchas veces que lo veamos. Sacude conciencias, rompe mitos, grita verdades y no pide permiso para hacerlo. Y es que...nunca se pidió permiso para cambiar el mundo.". Entre muchos otros comentarios positivos que se pueden encontrar en la red sobre Gary Yourofsky y su viral discurso. Se recomienda verlo completo para entender más estas valoraciones hechas.

Partes del Video (Índice).

1. Introducción a Gary Yourofsky: los casi que dos primeros minutos del video, se habla de Gary Yourofsky, el cómo ha estado varias veces en la cárcel (una de ellas

⁷⁶ Comparto en link donde se puede acceder directamente en la publicación hecha: <https://www.facebook.com/watch/?v=877864288997128>

fue en una de máxima seguridad), debido al fuerte activismo ha hecho a favor de los animales.

2. El veganismo, el especismo y la visión de los animales: Yourofsky habla de varios temas y da varias aclaraciones de lo que es él (sólo un activista), el veganismo, el especismo y el reconocer a los animales como seres sintientes que también tienen uso de razón, pero que, debido a la propaganda en los medios, el sabor, la tradición, el hábito y conveniencia, se están explotando y asesinando a millones de animales.
3. Primera muestra explícita de la explotación animal en los mataderos y su explicación: a partir del minuto 16:18, se muestra unas colecciones de videos caseros, inéditos y de cámaras escondidas, que muestra sin censura y de forma cruda, la explotación y asesinato de varias especies animales por parte de la industria del alimento para humanos. Seguido de ello, Yourofsky amplía la información del horror que ocurre cada día en aquellas granjas donde maltratan, explotan y asesinan animales contra su voluntad, mientras los comedores de carne lo ignoran totalmente. Al final de esta parte, aclara que no le interesa, el dinero, ni que le compren libros o DVD, sólo que los demás sean mejores personas y causen el menor daño posible en el planeta incluyendo a los animales no humanos.
4. “¿Somos carnívoros?” y las desventajas de los productos de origen animal: desde 27:10, Se responde el típico argumento en contra del veganismo de que “el ser humano está hecho para comer carne”, posterior a ello, Yourofsky explica las desventajas (en cuanto a salud, medio ambiente y hambre humana), que tiene la comida de origen animal, a diferencia de las ventajas que trae el alimentarse de

fuelle vegetal, y finalmente, Yourofsky dedica una buena parte en exponer la obsesión que las personas tienen con el queso y demás lácteos.

5. Alternativas de origen vegetal que imitan las de origen animal: Yourofsky indica que él no ha dejado de gustarle el sabor a carne, lácteos y huevos, que aún los ama, sólo que por ética, por compasión se hizo vegano, sin embargo, (y expone con imágenes en pantalla) que también come muchos productos que imitan los típicos productos de origen animal, sólo que estos vienen de origen vegetal, adicional, el cómo no es tan difícil sustituir algunos productos de origen animal en cada comida ya que la mayoría son de origen vegetal, y más cuando es comida asiática. Al final de este segmento, de forma muy apasionada y peculiar, Yourofsky se burla (junto con la audiencia) de los que dicen que los veganos son raros por comer comida de origen vegetal que imita a la animal, cuando ellos, los que se burlan, comen miel que es regurgitada por las abejas, huevos no fertilizados de gallina que literalmente son su menstruación, leche de vaca que contiene pus, y un pavo al que después de muerto, le meten cosas por su cavidad anal para luego hornearlo como si fuera un "pan de culo".
6. Final: Segunda y última muestra de videos que muestran cómo los granjeros de industria maltratan de formas brutales e inhumanas a las vacas lecheras: cuando el video ya lleva 1:00:34, Yourofsky cambia el ambiente burlesco y retoma la seriedad del asunto proyectando una serie de videos bastante fuertes que muestran, de nuevo, sin censura y de forma explícita, el cómo algunos empleados de granjas industriales en Ohio maltratan de formas espantosas y crueles, algunas vacas a las que les quitan la leche y por tanto sus crías. Posterior al video, Yourofsky hace hincapié que ese tipo de brutalidad no es ocasional; que se da a cada momento y de la misma forma

que cuando los afroamericanos fueron esclavizados y los judíos enviados a campos de concentración. Finalmente, Yourofsky se centra en explicar con más detalle el cómo funciona la industria de los lácteos, y como es una de las más crueles, ya que se trata de inseminar a las vacas artificialmente cada año (violación), para que queden embarazadas y posteriormente cuando tengan su parto, ahí mismo la separen de su cría causándoles un dolor físico y emocional inimaginable, para que al final, cuando ya esté desahuciada y no pueda dar más leche y crías, termine siendo asesinada para que su carne sirva de alimento para los humanos. Yourofsky termina el discurso dando como alternativa, a la leche de vaca, otros tipos de leche de origen vegetal.

Prácticas Comunicativas Emergentes en los Comentarios de los Videos: Documental Earthlings y El Mejor Discurso Que Jamás Escucharás - Gary Yourofsky

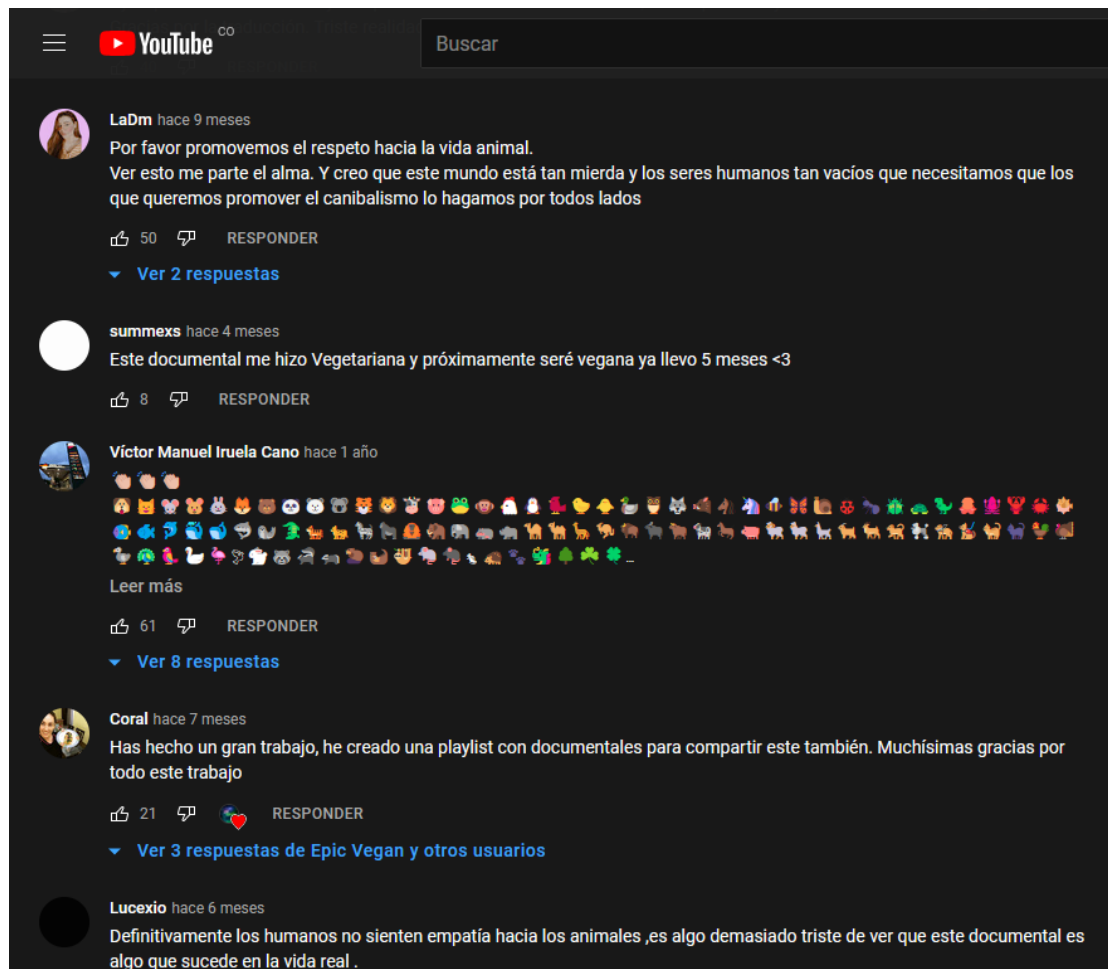
Comentarios Obtenidos del Documental Earthlings

Tras la cosecha de varios comentarios de la versión en español española más vista del documental *Earthlings*, se encontró una diversidad de comentarios muy interesante.

Primero se mostrarán aquellos comentarios principales y/o más votados:

Figura 19.

*Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD -
Doblado en español*

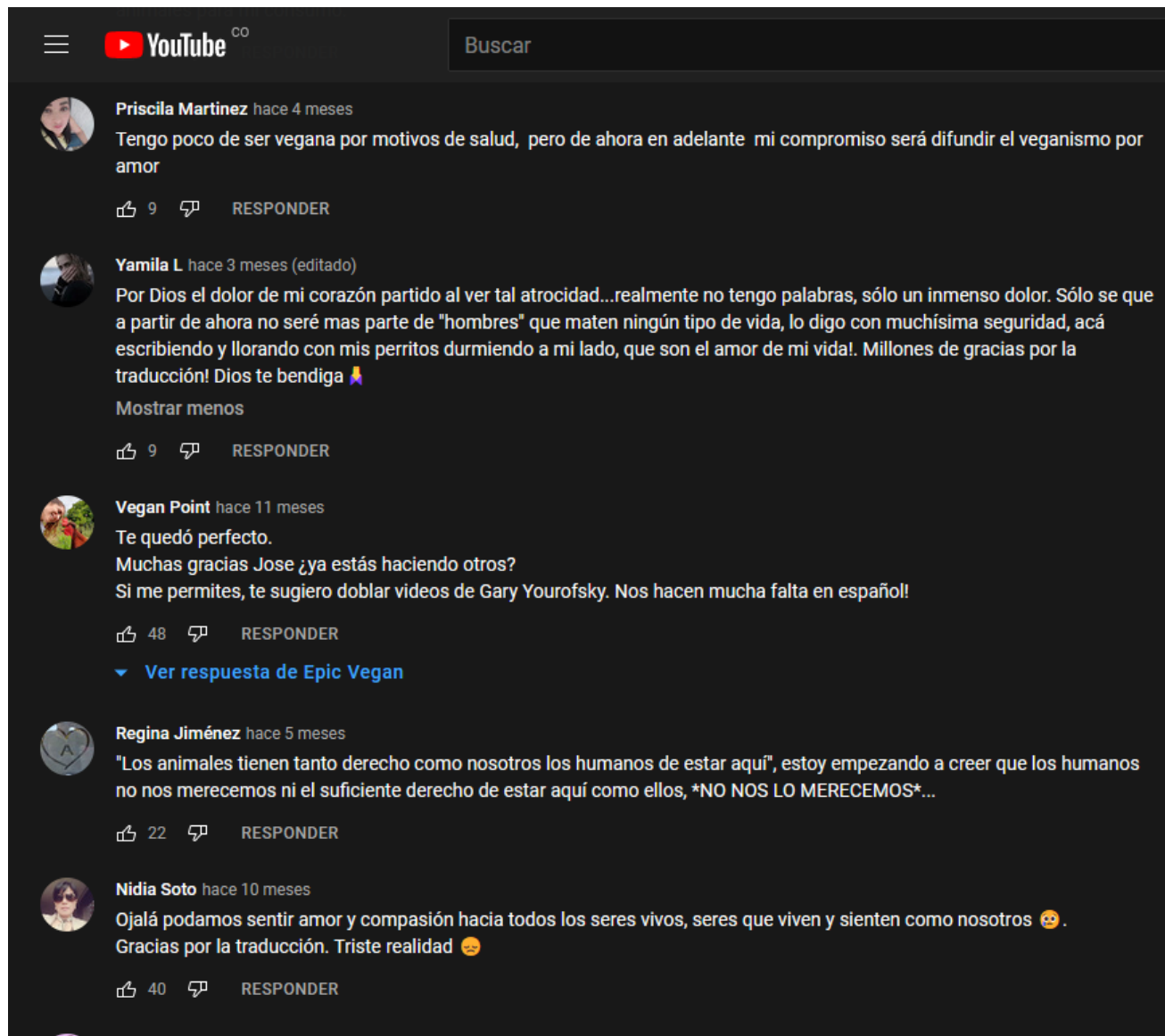


Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Figura 20.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD -

Doblado en español



Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Figura 21.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHINGS - FULL HD -

Doblado en español

The screenshot shows a YouTube interface with a search bar at the top containing the word 'Buscar'. Below the search bar, the video title 'documental. Muchas gracias' is visible. There are 114 likes and a 'RESPONDER' button. A dropdown menu indicates 'Ver 2 respuestas de Epic Vegan y otros usuarios'. The comments are as follows:

- Dania Dania** (hace 7 meses): Aquí otra vegana que sufre viendo estas torturas de los animales. Esperanzada, que cada ves seamos más, y acabar con tanta tortura y sufrimiento 🙏🙏🙏
- Kint Arosa** (hace 9 meses): El doblaje te salió impecable, parece profesional. Muchísimas gracias por tu trabajo, esfuerzos como este son los que nos acercan a un futuro en que ningún ser sintiente sea esclavizado y asesinado por capricho.
- Victor Leyva Calamar productions** (hace 9 meses (editado)): Joder, que manera de llorar. Gracias de verdad, muchas gracias por el aporte.
Edit: No hay mas ciego que el que no quiere ver.
- Carmen Carvajal** (hace 2 meses): 🙏🙏🙏 Si tan solo cada amante de los animales pudiera difundir a los 4 vientos este gran documental... Tal vez podríamos erradicar tanta horrorosa perversidad.... Si no hubiera cómplices ignorantes consumidores de cadáveres... todo los horrores estarían acabándose... Compartan en todas las redes este gran trabajo realizado por ese valiente equipo de productores. 🙏🙏🙏
- Forever Rain** (hace 4 meses): Estoy viendo esto por que decidí entrar al veganismo y Dios que es tan difícil que haré hasta lo mejor por no hacer morir animales para mi consumo.

Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). EARTHINGS - FULL HD - Doblado en español [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Figura 22.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video *EARTHLINGS - FULL HD -*

Doblado en español

The screenshot shows a YouTube interface with a search bar at the top. Below it, there are five comments from different users, each with a profile picture, name, and timestamp. The comments are as follows:

- Luz Erika Negrete Gómez** (hace 8 meses): "Ay que ser sinceros , los humanos no merecemos estar en la tierra , hacemos cosas malas y estoy de acuerdo que nos extingamos y lo menos que podemos hacer es evitar qué nuestro tiempo en la tierra sea menos cruel para otros . La naturaleza es sabia ella tiene balance y los humanos solo queremos estar encima de ella y lo peor es que entre humanos también somos crueles , los humanos no somos inteligentes al pensar que la naturaleza solo sería para nosotros que ...
Leer más
272 likes, RESPONDER, Ver 6 respuestas"
- Raúl Fernando Jajajaja** (hace 8 meses (editado)): "Hace ya 2 años abrí los ojos a la verdad, y nadie ha vuelto a morir en mi nombre.
336 likes, RESPONDER, Ver 36 respuestas"
- Isa Terr** (hace 10 meses): "Gracias por el doblaje porque me resulta tan doloroso de ver... tengo que apartar la mirada la mayor parte del tiempo. Un trabajo de 10 por cierto. Mil gracias de parte de una vegana ❤️
157 likes, RESPONDER, Ver 2 respuestas de Epic Vegan y otros usuarios"
- 3Noc** (hace 7 meses): "Fue necesario una hora y más de 10 minutos hacerme entender que el hombre no tiene piedad
78 likes, RESPONDER, Ver respuesta"
- Cesar Ruben Fernandez** (hace 9 meses): "Creo que es uno de los documentales que más me ha costado ver en mis 27 años de vida, que duró que es de ver. Pero por otro, es necesario ver este tipo de cosas que ocurren todos los días. Te agradezco enormemente por subir y subtítular este"

Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). *EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Los siguientes comentarios son del mismo video, pero son mucho más recientes que los ya mostrados:

Figura 23.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD -

Doblado en español



Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Figura 24.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video *EARTHLINGS - FULL HD -*

Doblado en español

The screenshot shows a YouTube interface with a search bar at the top. Below it, there are four comments from users: LC ANGEL MROY, Twice, John Lennin, and angelita nya. Each comment includes the user's profile picture, name, and the time it was posted (all 'hace 2 meses'). The comments express various reactions to the video, including expressions of hunger, trauma, and indignation. The interface also shows interaction options like 'RESPONDER' and 'Ver respuestas'.

LC ANGEL MROY hace 2 meses
Si Bueno y quien tiene. Hambre
2 RESPONDER
Ver 2 respuestas

Twice hace 2 meses (editado)
Tenía como 8 años cuando mi papá me contó que mi abuelo capaba a los cerdos, les quitaban sus testículos y después echaban un gran puño de sal a la herida, eso fue muy triste, porque sufrían mucho mientras la herida cicatrizaba, dijo que eso lo hacían porque sino lo hacían entonces no sé podían hacer chicharrones, a los 11 años vi como en la casa de mi abuelo mataban a un cerdo, los gritos del pobre cerdo, la forma en que se retorció del dolor, la sangre que brotaba en todo el lugar donde estaba colgado, fue traumante para mí, lloré todo el día no quise comer nada, me regañaron porque dijeron que yo no tenía que estar allí, pero los gritos del cerdo eran tan fuertes que quise ir a ver qué pasaba, tuve pesadillas, fue horrible. Viendo esto los recuerdos de ese día volvieron, pero qué puedo hacer, dependo de mis padres, mi madre se encarga de la comida, no puedo ir a ordenar a mi madre lo que me tiene que dar de comer, no tengo un empleo para poder adquirir mis propios productos que no tengan que ver con ningún origen animal. Claro que en las cosas que puedo evitar y contribuir lo voy a hacer, así que espero ser independiente y cambiar mi estilo de vida
Mostrar menos
2 RESPONDER

John Lennin hace 2 meses
Y los humanos, preocupados por conocer al amor de su vida; a la mierda con esas estúpidas fantasías. Solo traen mas hijos carnívoros, y mas ignorancia. A este video le faltó la sugerencia para solucionar el problema, solo nos deja con el trauma y sin ganas de comer. Que vergüenza ser un ignorante que se ha servido de inocentes que murieron de dolor. Sería un pecado tener hijos.
Leer más
1 RESPONDER
Ver respuesta

angelita nya hace 2 meses
me la pasé llorando todo el video :(. Actualmente soy vegetariana pero espero convencer a mi mamá para que me deje ser vegana, no quiero contribuir más a la matanza de animales </3

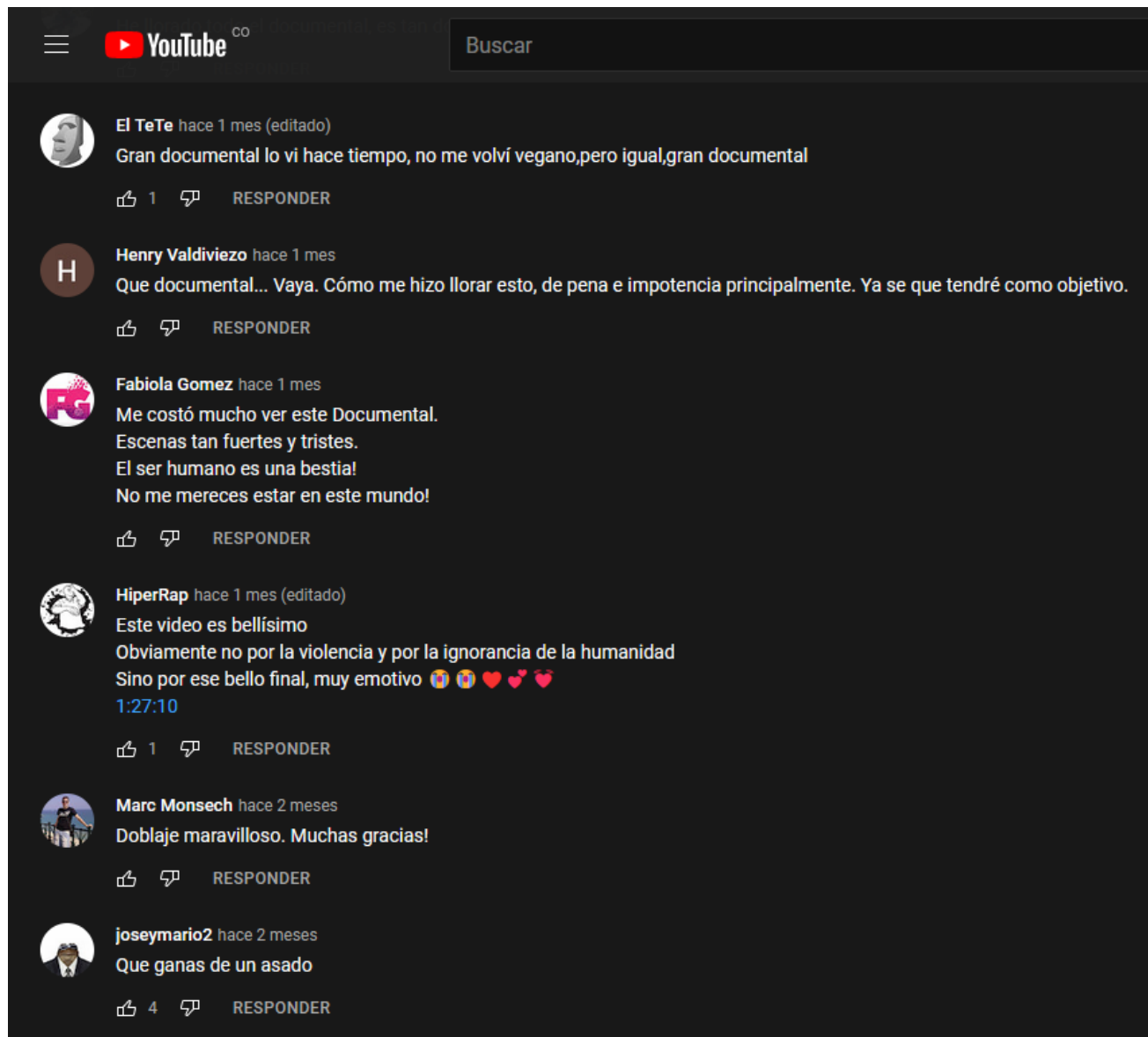
Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). *EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Finalmente, los dos comentarios restantes, como la mayoría, expresan su indignación y tristeza ante lo que muestra el video.

Figura 25.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD -

Doblado en español

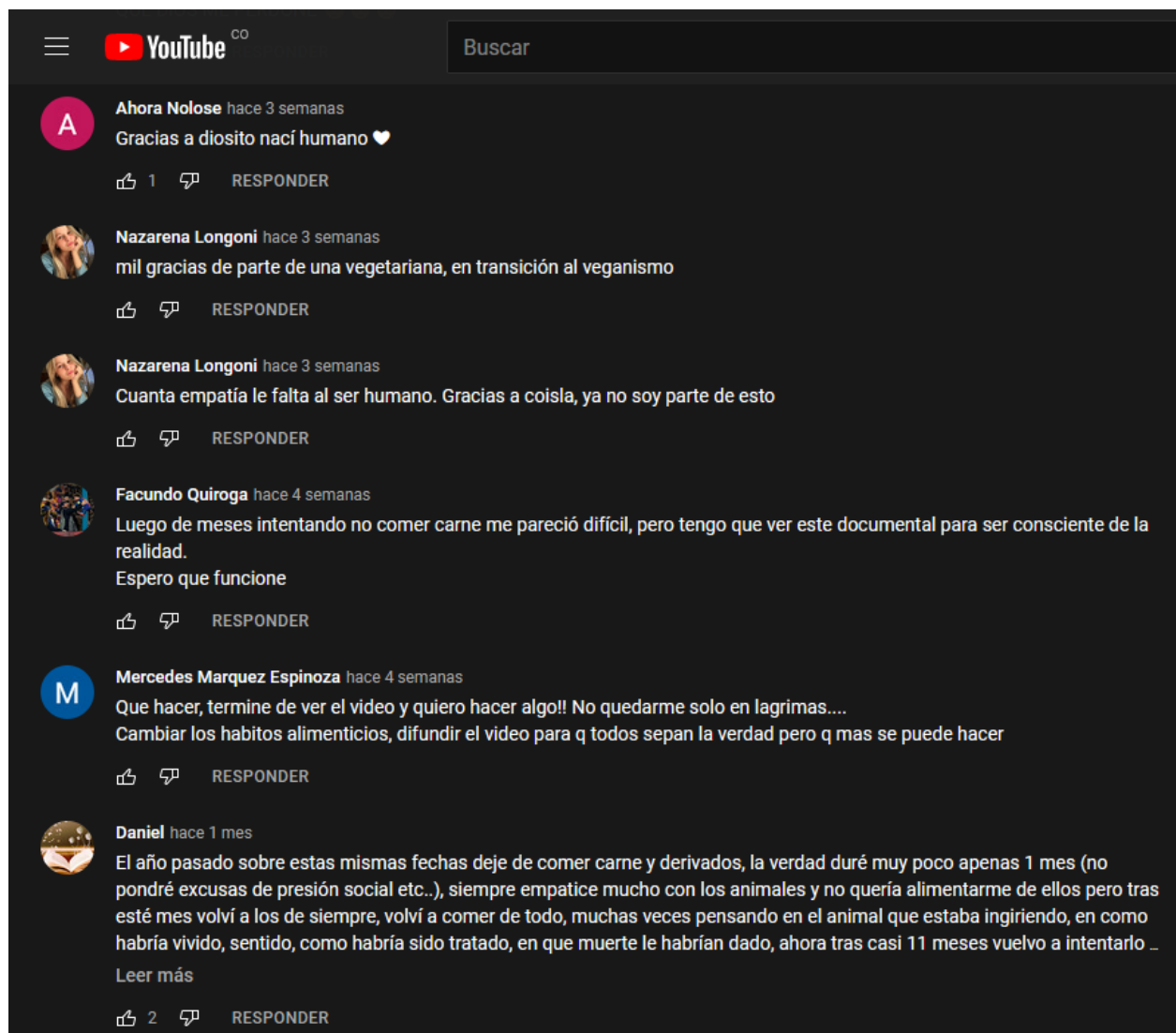


Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8o72fsbulX8&t=39s>

Figura 26.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video EARTHLINGS - FULL HD -

Doblado en español



Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). EARTHLINGS - FULL HD - Doblado en español [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8gqwpfEcBjI>

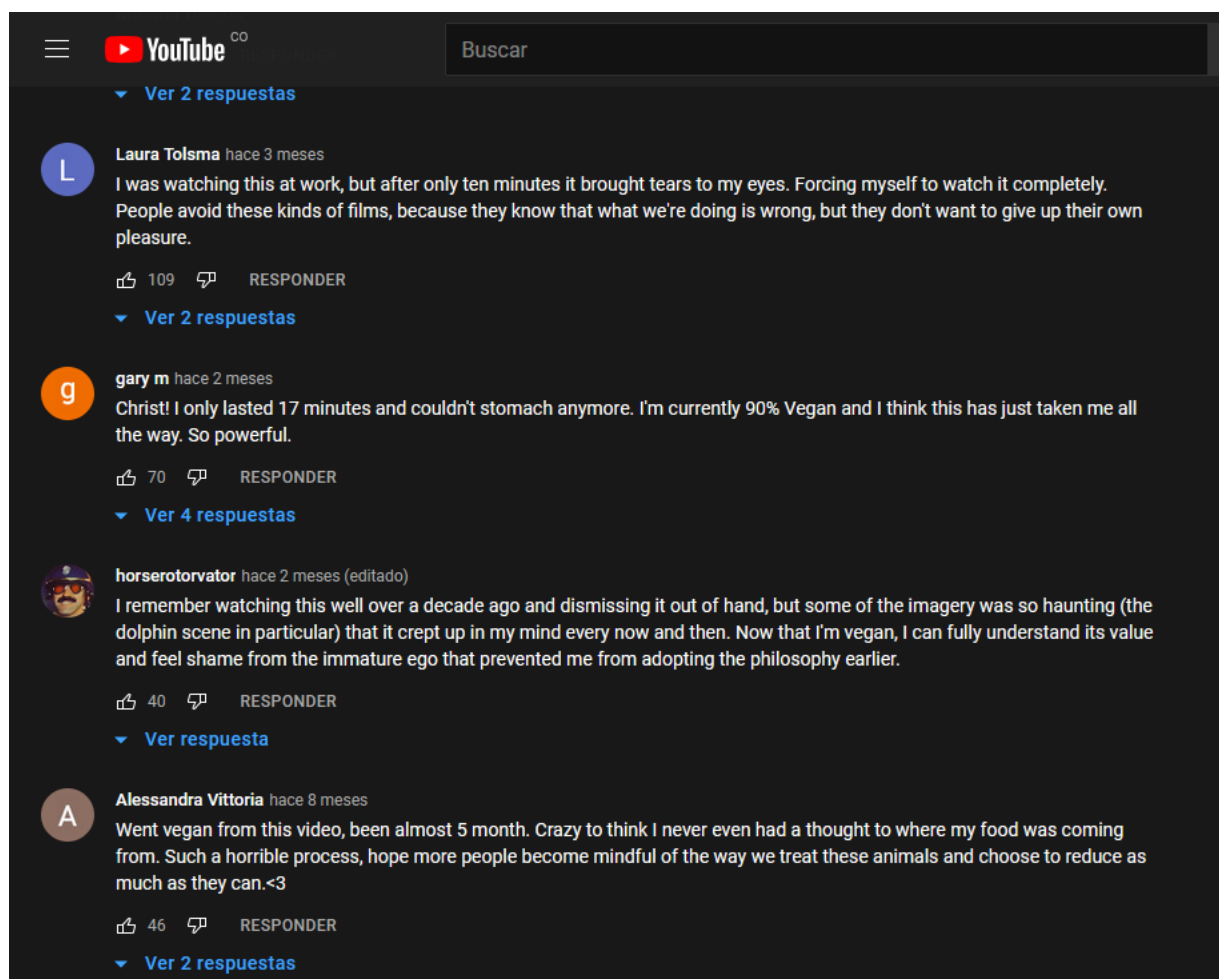
Adicional, se echó un breve vistazo a otros canales de YouTube que subieron el mismo documental pero que tienen menos visitas, se encontró allí la tendencia de los comentarios era muy similar: de cada 5 o 6 comentarios, un troll (siempre minoría como se

mencionó mucho antes), alguien que ya es vegano, quien comenta su indignación para con el ser humano y/o los que tienen deseos tomar acciones al respecto por medio del veganismo.

También se recopilaron algunas capturas de pantalla de los comentarios a este documental, pero en el idioma inglés, que aunque no se tendrá en cuenta en el momento de cuantificar los resultados, se puede ver al traducir que tienen a ser similares a mucho de los ya vistos:

Figura 27.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios de video Earthlings Documentary



Nota. Tomado de Monson, S. [Epic Vegan] (2020). *Earthlings* Documentary [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8gqwpfEcBjI>

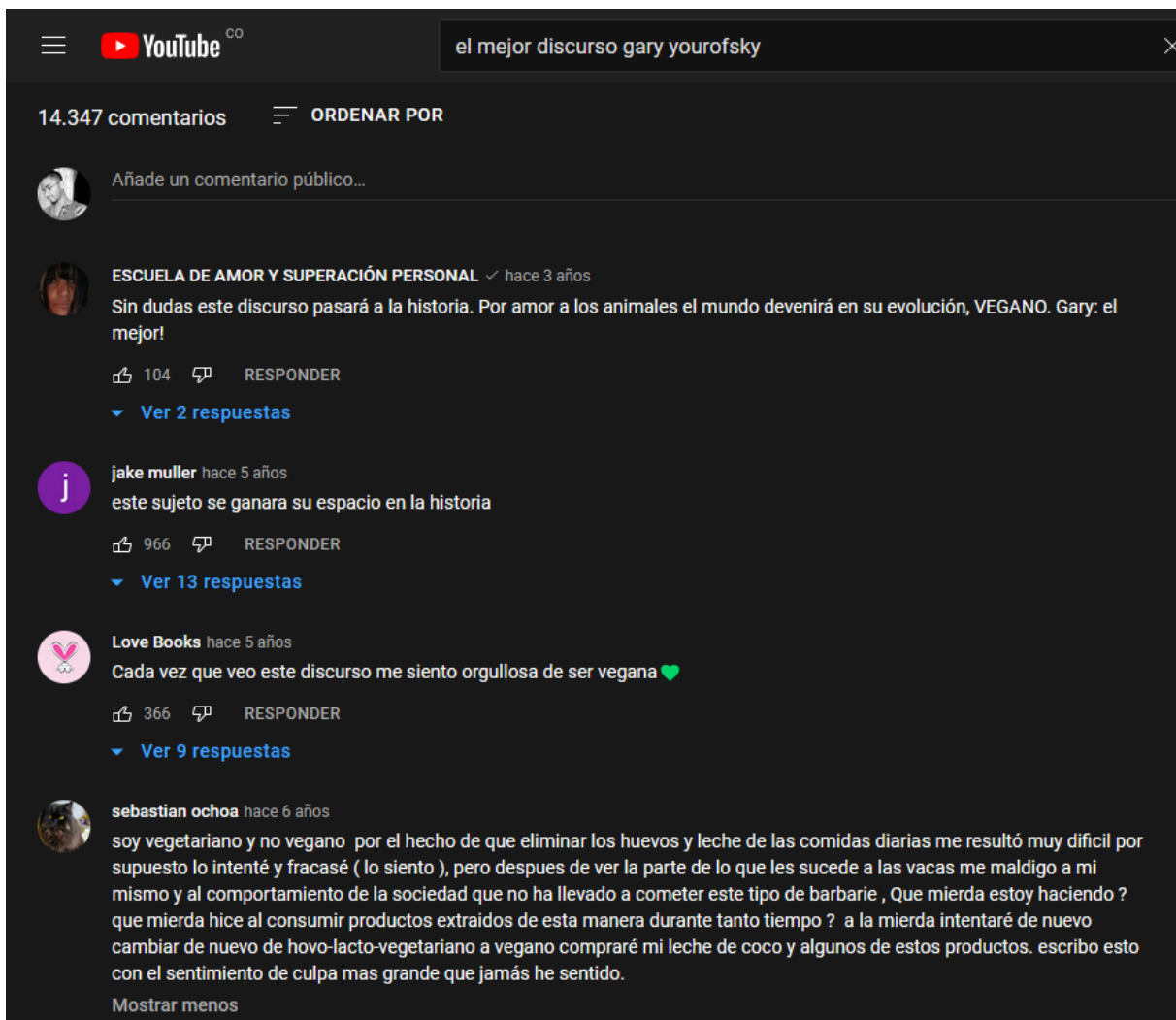
Al traducir, se encuentra que de los cuatro comentarios, los dos primeros se asombran del contenido tan fuerte que hasta uno de ellos lloró, posteriormente, los dos últimos, son de personas ya veganas que aún así expresan su dolor ante el contenido del video.

Comentarios Obtenidos del Documental de El Mejor Discurso Que Jamás Escucharás – Gary Yourofsky

Ahora se verán los comentarios obtenidos de este video-conferencia, que también ha sido votado como uno de los videos que más ha impactado a la comunidad vegana, antes y después de ser veganos. Al igual que con el documental *Earthlings*, se verán primero los comentarios más relevantes, principales y/ más votados de la caja de comentarios; y luego, los más recientes.

Figura 28.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky

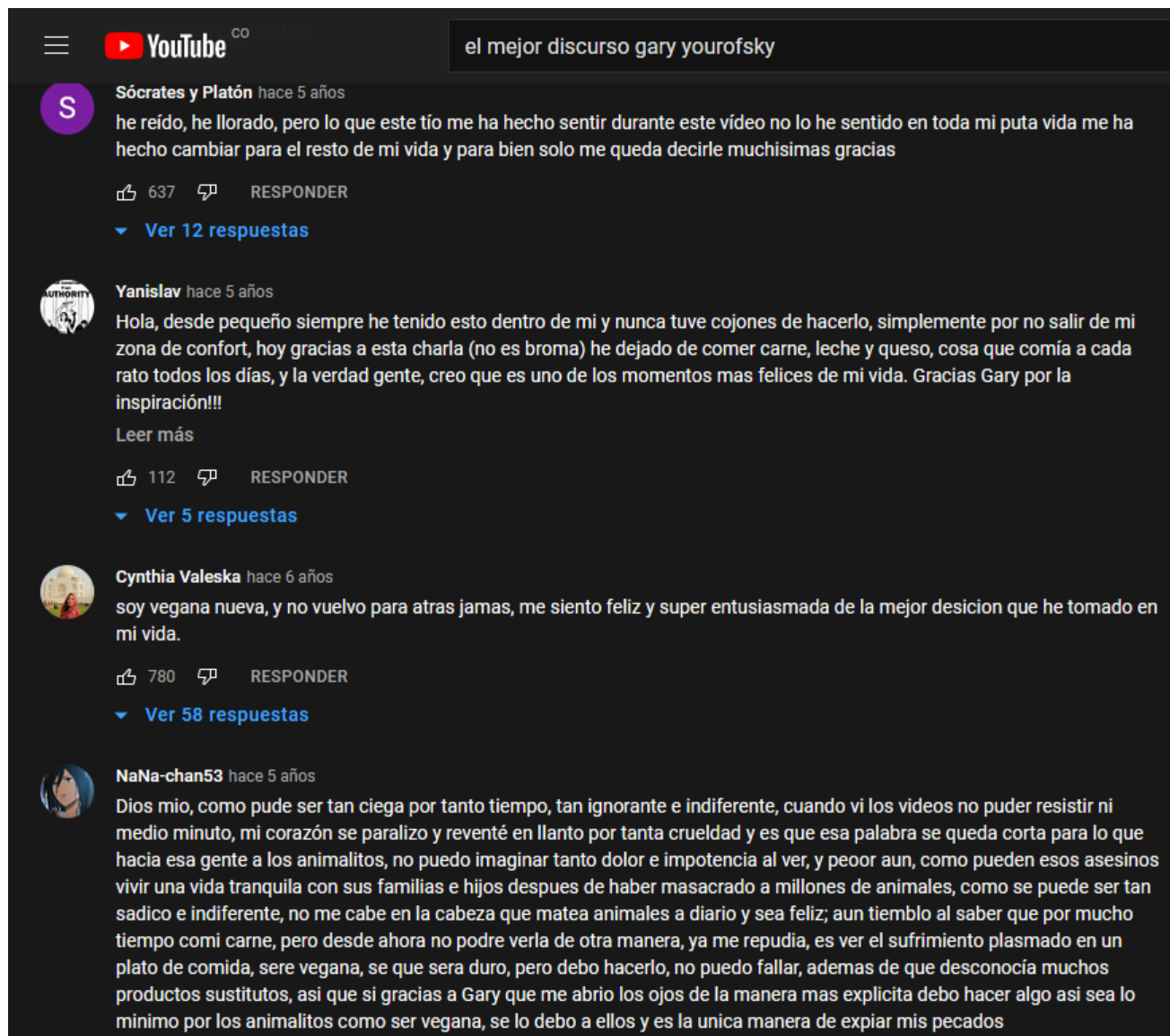


Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Figura 29.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky

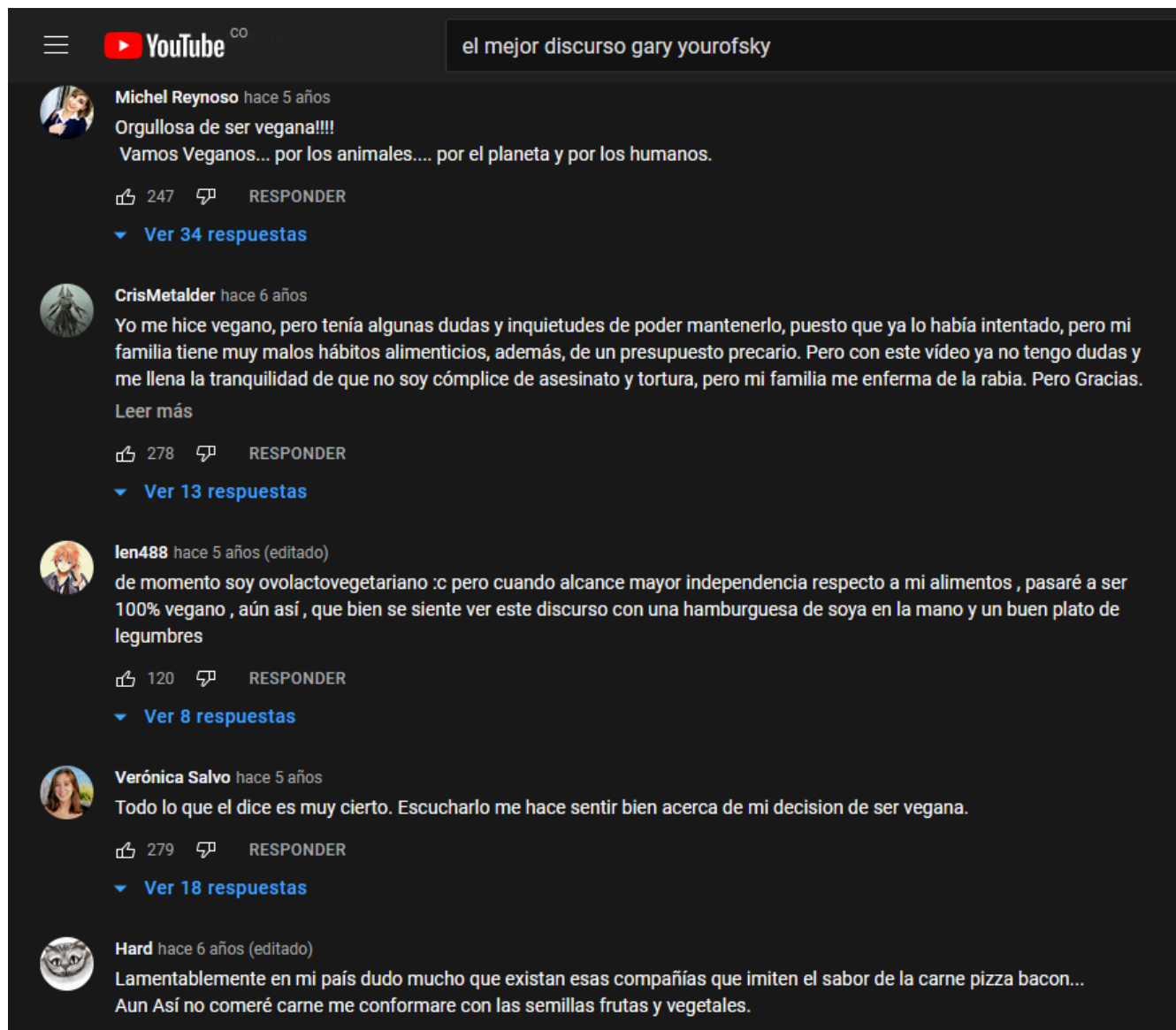


Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Figura 30.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky

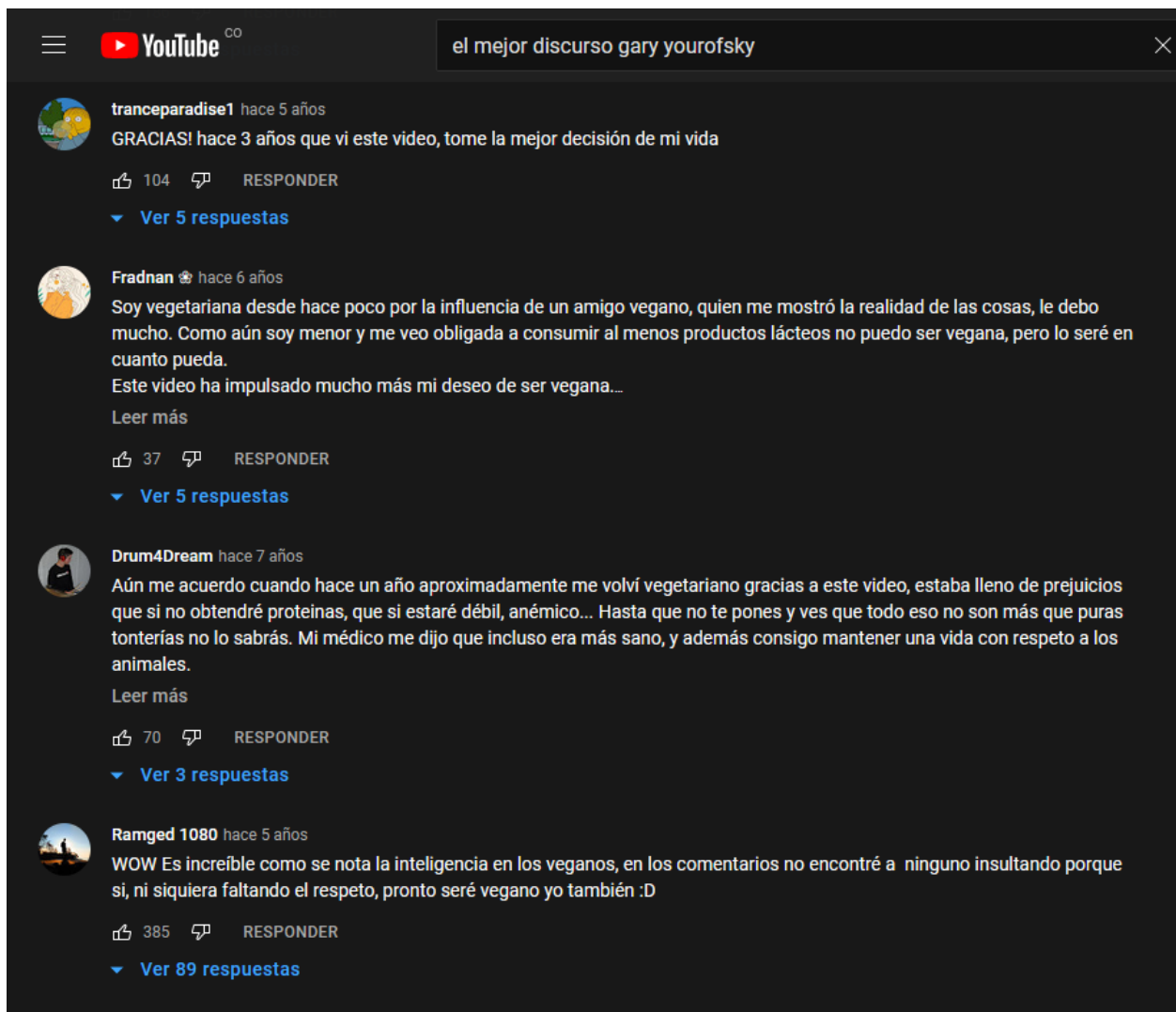


Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Figura 31.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*



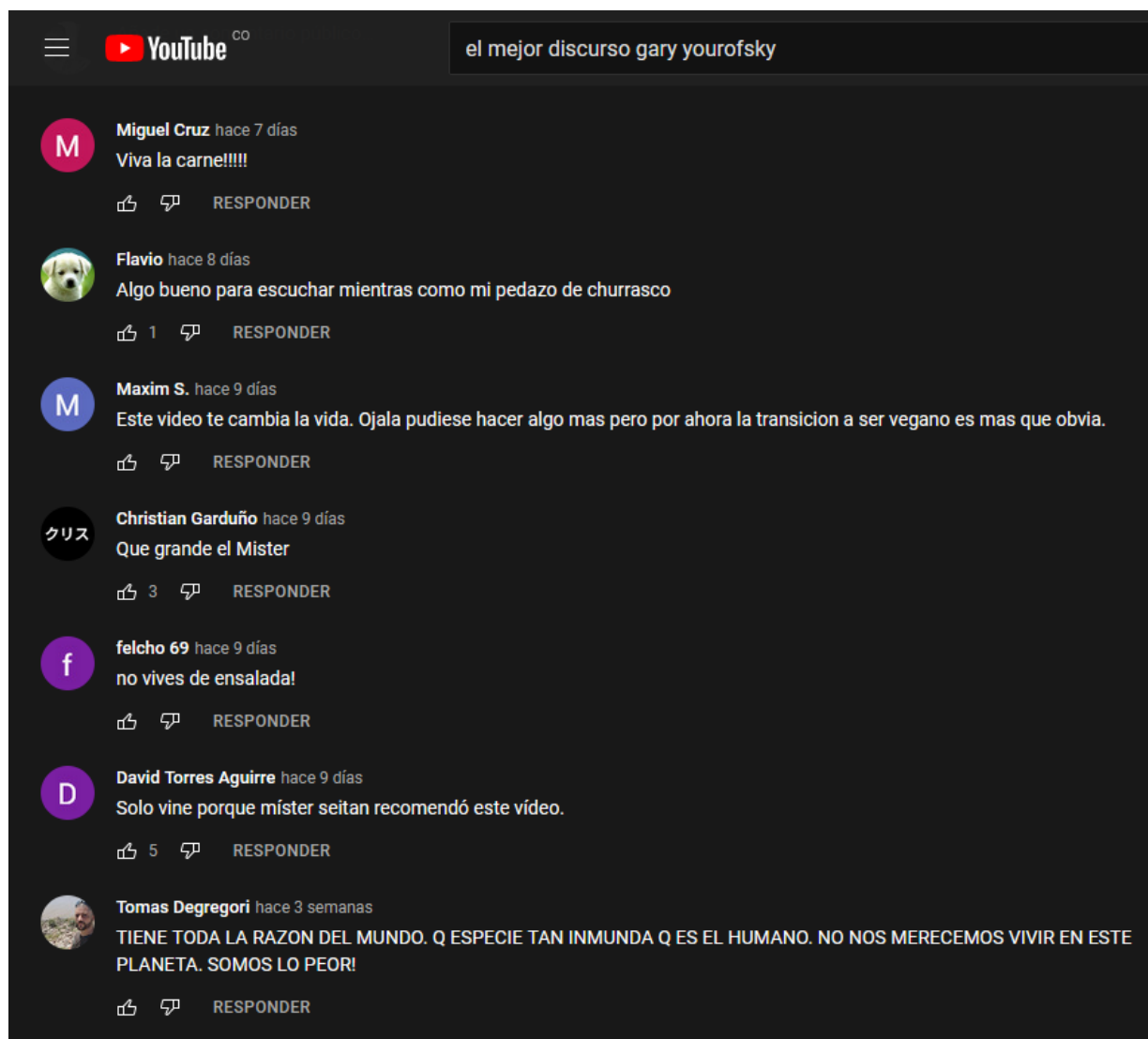
Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Ahora, se verán los comentarios más recientes y pero que no tienen la misma relevancia que los ya mostrados:

Figura 32.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky

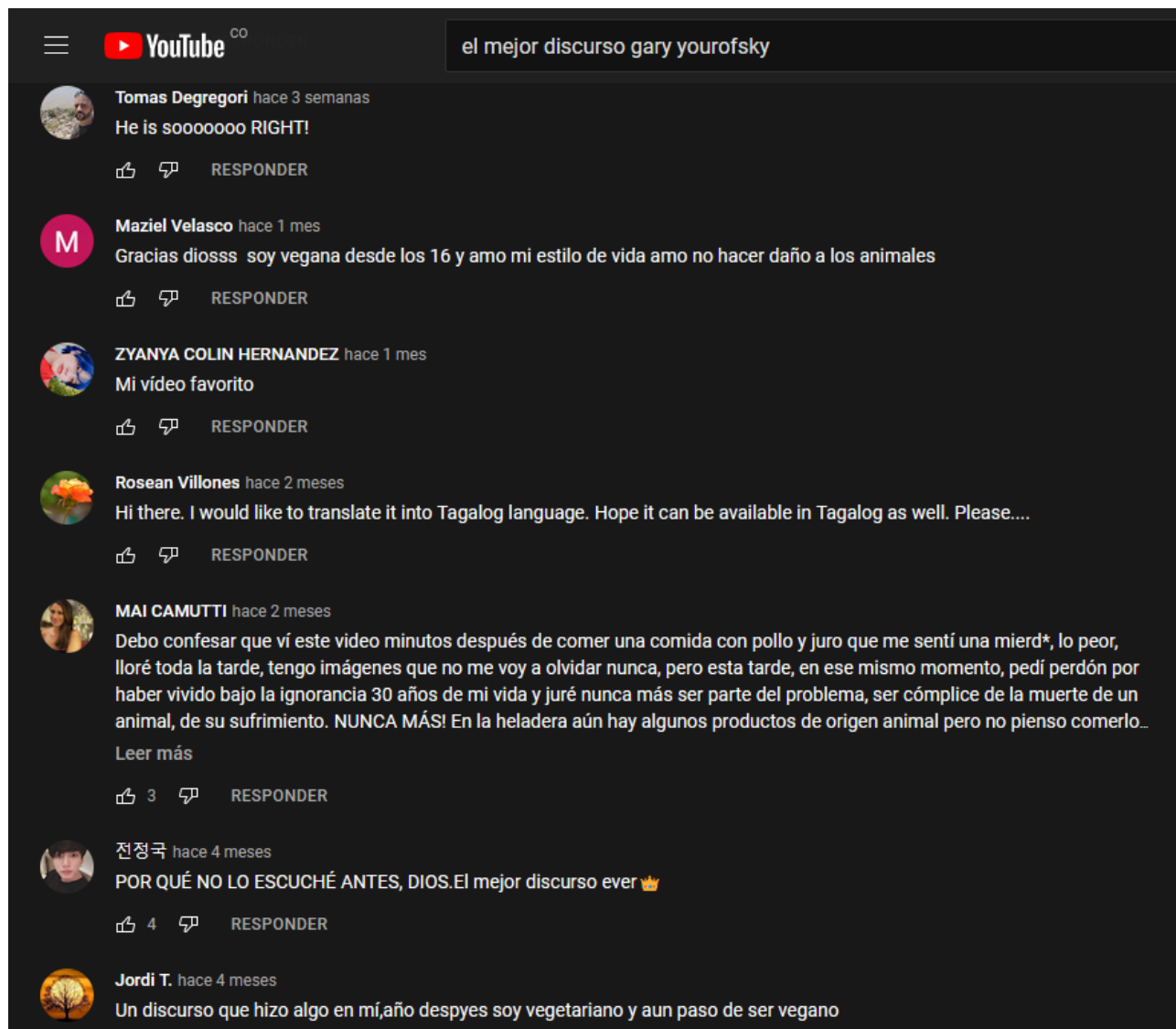


Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Figura 33.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky

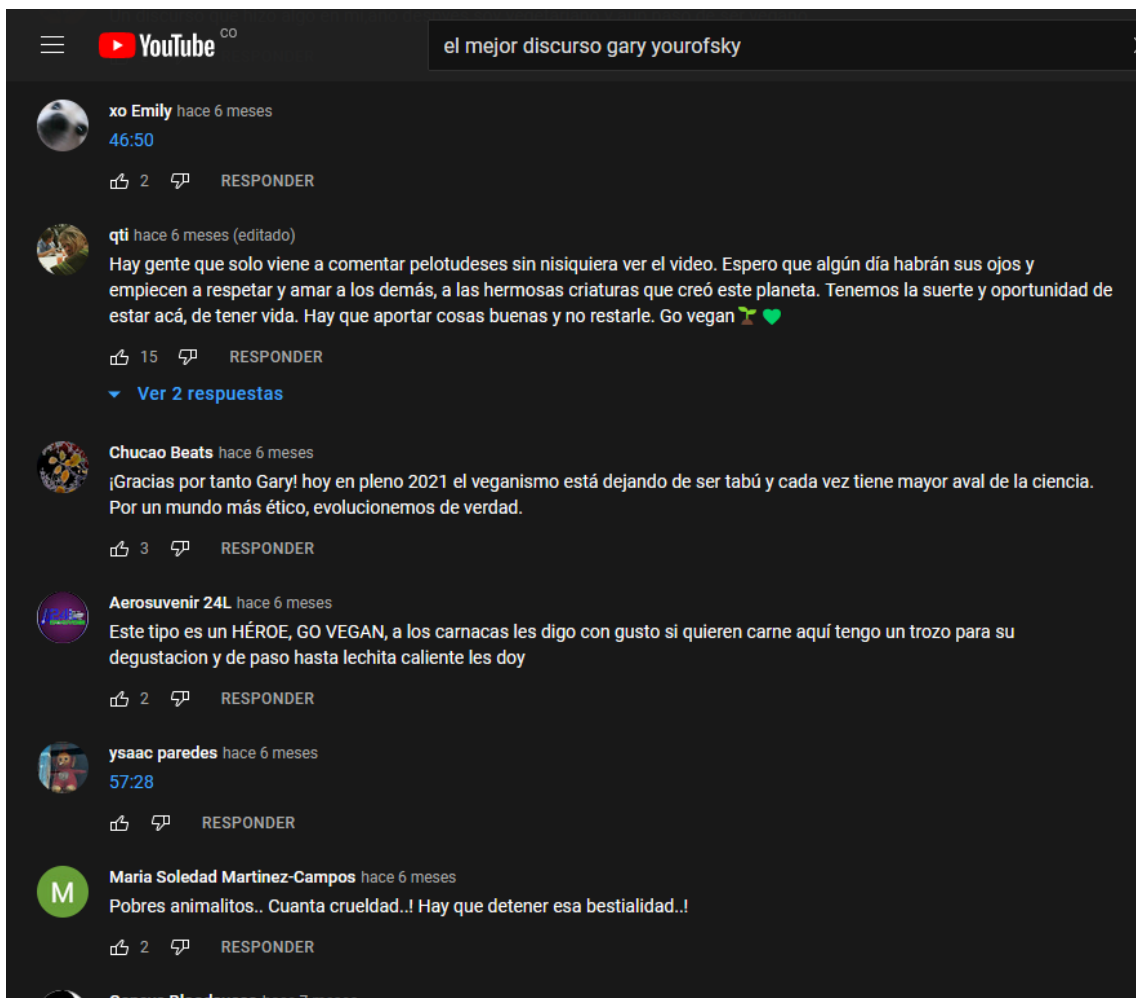


Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Figura 34.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky



Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

Figura 35.

Captura de pantalla recortada de varios comentarios del video subido a YouTube: El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky



Nota. Tomado de Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2012). El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzvK5uLu7F0&t=7s>

En la captura final, se sigue teniendo elogios al contenido del video muy similares a los anteriores, y el último comentario que se ve en la Figura 35 es tal vez el único comentario negativo, que no es de un troll, que se ha encontrado en todas las capturas hechas. Sin

embargo, está corto de argumentos pues indica que hay falacias, pero no especifica cuáles, es más, se examinaron aquellas dos respuestas que allí se ven, y son de gente pidiéndole que explique esas falacias, pero no nunca fueron respondidas.

No es secreto para nadie que en muchas publicaciones que se hacen en las redes sociales se encuentran comentarios soeces y más que todo cuando se habla de temas polémicos o de entretenimiento. En este caso se encontraron comentarios muy sinceros que denotaban empatía hacia los animales que eran explotados en los videos. Y no sólo se encontró la indignación para con los seres humanos respecto a lo que todos los días les hacen a otros animales, sino que también se encontró ese deseo de hacer algo al respecto, casi siempre por medio del veganismo así sea pasando primero con el vegetarianismo, ya que los documentales dejan muy claro, que el consumo de huevos y lácteos es quizá peor para los animales que el mismo consumo de su carne.

Una observación general y apresurada que se puede hacer de todos los comentarios en este punto, es que los comentarios se categorizan en diferentes grupos: en primer lugar, quienes expresan querer tomar acciones respecto a la explotación animal; en segundo lugar, gente que ya es vegana que comenta por activismo y nostalgia; en tercer lugar, comentarios muy sinceros que expresan muy claramente el impacto que generó el video; en cuarto lugar, comentarios que elogiaban la producción en general, como el doblaje; y en quinto lugar, y como se esperaba, comentarios negativos de troll que se burlan, y que son claros o están salidos de contexto.

Cuantificación de los Resultados

Como ya se ha mencionado varias veces, la cuantificación producto del análisis de los comentarios de los dos videos, se hará por medio de la Teoría de Valoración según el esquema de Kaplan donde resume la susodicha teoría (ver Figura 4). Se evaluará lo que es la parte actitudinal con respectivas categorías y al igual que la gradación, sólo se excluyó la parte de compromiso.

Tabla 9.

Matriz de la valoración de los comentarios sobre los videos el documental Earthlings y El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky

ACTITUDINAL 1: "Enunciados que transmiten una evaluación positiva o negativa". (Kaplan, 2004, p.60)	AFECTO:	INFELICIDAD	FELICIDAD
	evaluación		
	netamente		
	emocional hacia	21 comentarios	4 comentarios
	diferentes		
	elementos. Y esa	25%	5%
	respuesta		
	emocional incluye		
	lo que es la	INSEGURIDAD	SEGURIDAD
	felicidad, la		
infelicidad, la	7 comentarios	32 comentarios	
seguridad, la			
inseguridad, la	39%	8%	
satisfacción y la			
insatisfacción			
	INSATISFACCIÓN	SATISFACCIÓN	
	15 comentarios	18 comentarios	
	18%	22%	

		ESTIMA SOCIAL		
ACTITUDINAL 2	JUICIO: evaluación institucionalizada, ya que precisamente hay un juicio en base a las leyes, la moral que se te tiene sobre algo o alguien. (Kaplan, 2004, p.64)	ADMIRACIÓN (heroico, habilidoso, confiable, inteligente...)	18 comentarios	22%
		CRÍTICA NEGATIVA (sin implicaciones legales)	1 comentario	1%
ACTITUDINAL 3	APRECIACIÓN: al igual que el afecto apela a los sentimientos, sin embargo, se enfocan en una visión, por decirlo así, un poco más superficial y/o más general, es decir, en apreciar más el “cómo” que el “qué”	REACCIÓN DE IMPACTO, CALIDAD y COMPLEJIDAD (composición)	8 comentarios	6 comentarios
			10%	7%
GRADACION:	Se mide según la agudeza, con términos como un verdadero amigo, pura maldad. En el otro polo, el extremo suave, los valores de	MAYOR: 4 A 5	MENOR: 1 A 2	
		19 comentarios	7 comentarios	

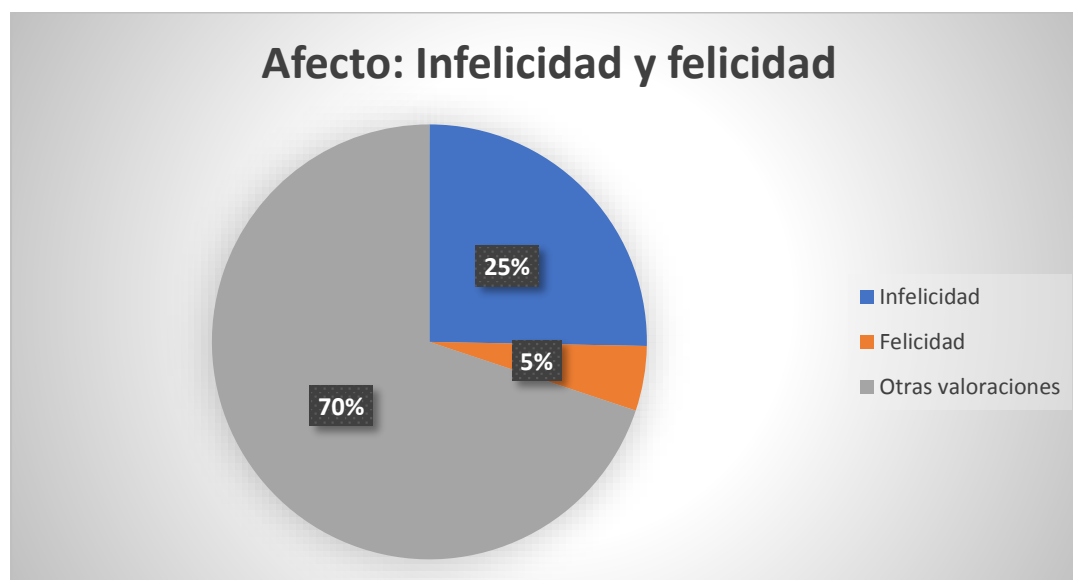
relación son borrosos o tienen límites imprecisos (ej.: estaba medio nervioso, una ballena es como un pescado). (Lakoff 1972).	23%	8%
FUERZA:	ALTA	BAJA
aumentan o se reducen y se expresan con adverbios	19#	1#
	25%	1%

Nota. Tabla para la fácil comprensión del análisis de 83 comentarios sobre los videos el documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky en base a la Teoría de Valoración resumida por Kaplan (2004).

A continuación, los respectivos gráficos de cada categoría con su respectiva aclaración:

Gráfico 52.

La infelicidad y felicidad que generaron los videos

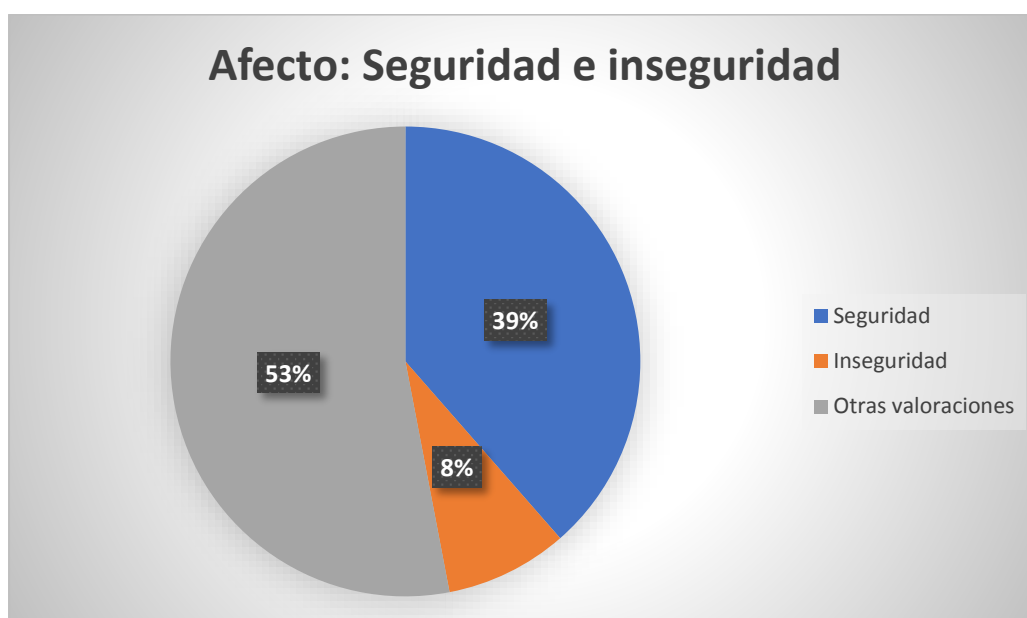


Nota. La infelicidad y felicidad que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

Aquella Infelicidad es causada por el contenido explícito y desgarrador respecto a la explotación y crueldad del ser humano para con los animales; y la Felicidad, son esos sentimientos positivos que se expresan al indicar que aquellos videos ayudan a que se respeten a los animales. Respecto a las Otras valoraciones, abarcan el resto de afectos apreciaciones y juicios de las demás categorías que se irán exponiendo poco a poco.

Gráfico 53.

La seguridad e inseguridad que generaron los videos

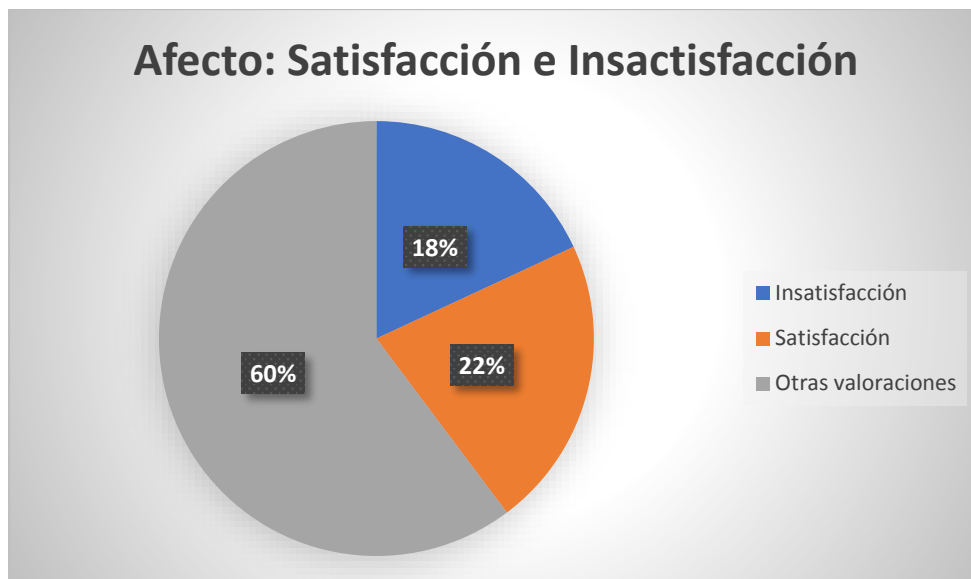


Nota. La seguridad e inseguridad que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

La Seguridad, siendo el afecto más notable de todas las categorías, la causa esa decisión de querer hacer algo respecto a esta problemática de la explotación animal que muy claramente expresan los comentarios. Respecto a la Inseguridad, incluyen aquellos comentarios que expresan las dificultades y a veces dudas al poner en práctica el hecho de no ser partícipe de la explotación animal.

Gráfico 54.

La satisfacción e insatisfacción que generaron los videos

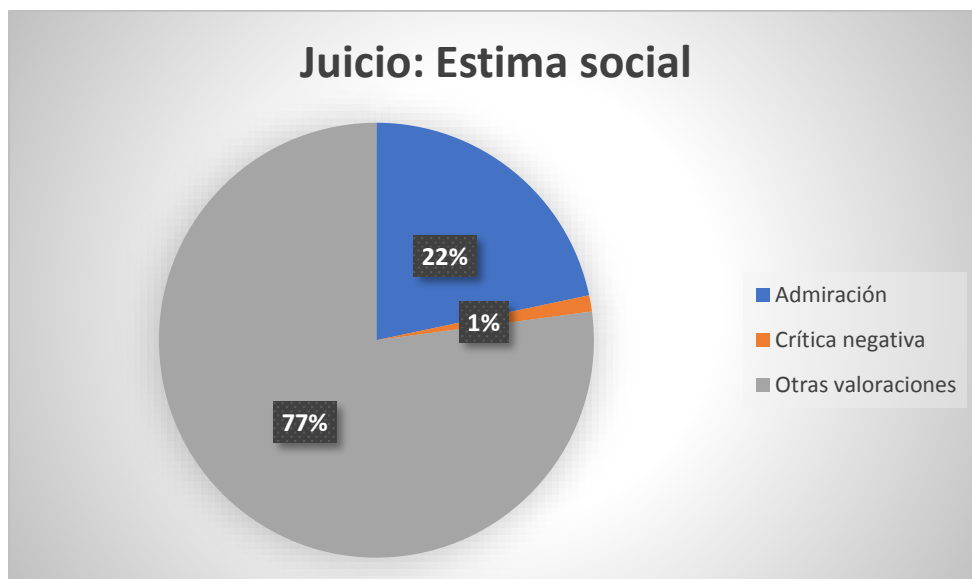


Nota. La satisfacción e insatisfacción que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

La Insatisfacción, se produjo más que todo al ver cómo, en los videos, se mostraba lo que el ser humano les hace a los demás animales, y la Satisfacción, fue expresada por parte de los veganos o vegetarianos al indicar han venido haciendo algo al respecto para mitigar esta problemática.

Gráfico 55.

La estima social que generaron los videos

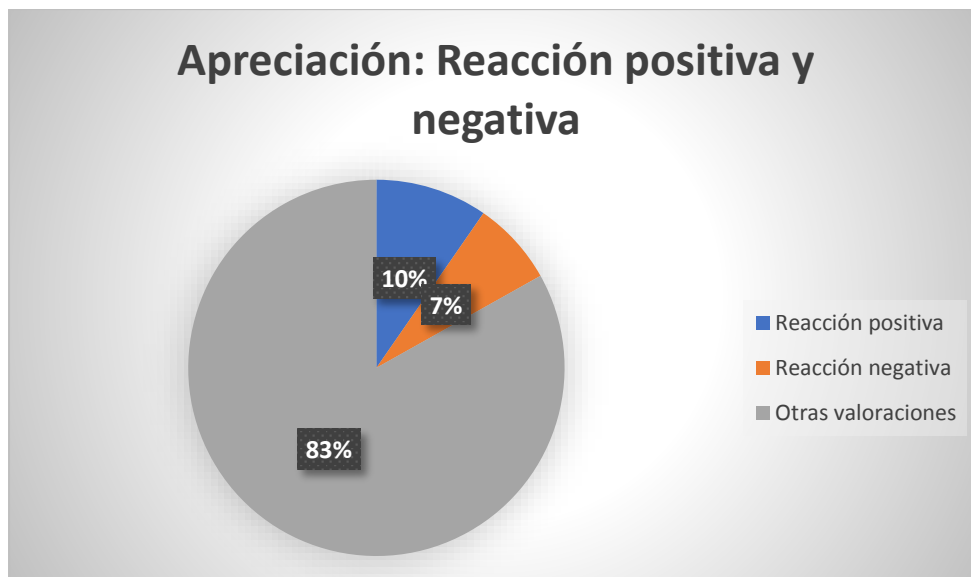


Nota. La admiración o la crítica negativa que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

Pasando ahora la categoría del Juicio, la de la Estima social, la admiración fue causada mayoritariamente hacia el discurso de Gary Yourofsky. Y curiosamente, respecto a la Crítica negativa hacia la producción, sólo hubo un comentario que indicó que hay fanatismo y mentiras en el discurso de Gary Yourofsky.

Gráfico 56.

La apreciación positiva o negativa que generaron los videos



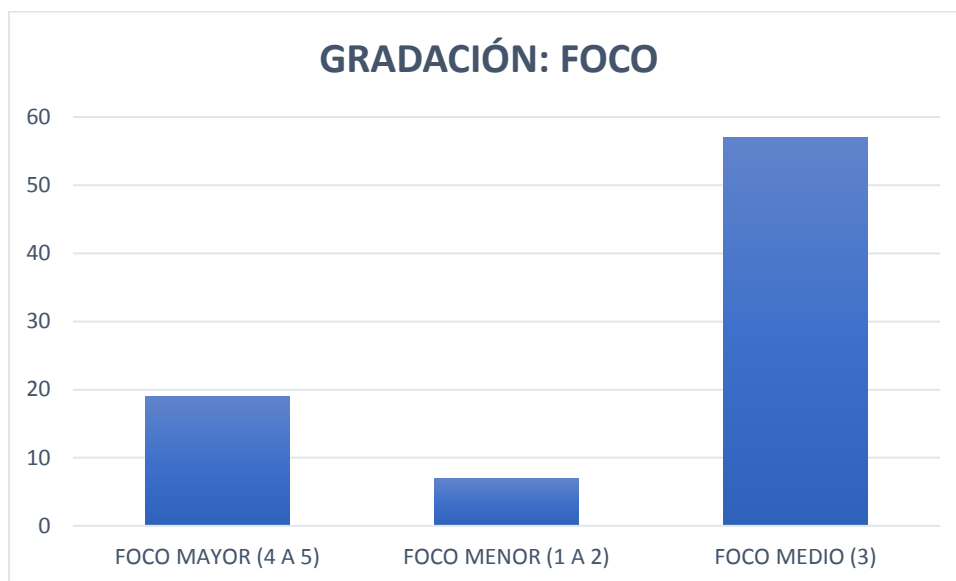
Nota. Las apreciaciones positivas o negativas que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

Pasando a lo que es la Apreciación, la Reacción positiva, incluye los comentarios que apreciaron, de manera positiva por supuesto, el doblaje y la traducción de los videos, más que todo refiriéndose al documental *Earthlings*. Y los comentarios que hicieron parte de la Reacción negativa, son de aquellos trolls⁷⁷, que pese a tener una valoración o reacción negativa del contenido de los videos, apelan a la burla y/o la provocación.

⁷⁷ Ver apartado de “La Influencia de los Comentarios en las Redes Sociales”.

Gráfico 57.

El grado según el foco que generaron los videos

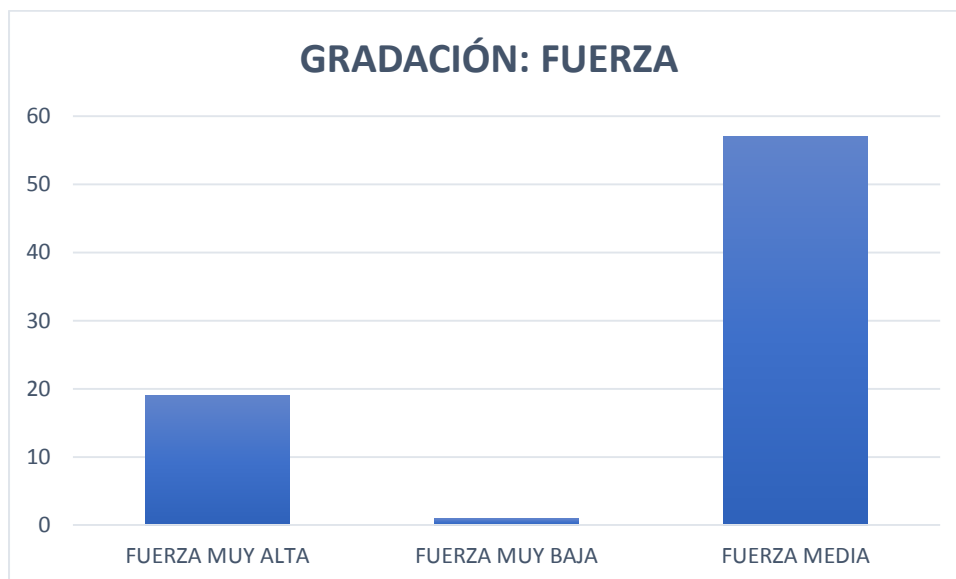


Nota. El grado según el foco que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

Respecto a la Gradación, en su categoría de Foco, tenemos comentarios de Foco mayor que, por decirlo así, son recalcitrantes, que denotan su impacto por los videos y que, además, contienen angustia y desesperación ante la terrible situación por la que pasan los animales. Y en la parte de los comentarios de Foco menor, se incluyeron aquellos comentarios muy simples, y superficiales de pocas palabras, la mayoría de ellos son los mismos de tipo troll que están en la categoría de Reacción negativa de la categoría de Juicio.

Gráfico 58.

El grado de la fuerza respecto a los videos



Nota. El grado según la fuerza que generaron los videos: documental *Earthlings* y *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky.

Finalmente, en la Gradación, en su categoría de Fuerza, tenemos comentarios con un tono alto que denotan más que todo seguridad en la barra de Fuerza muy alta, allí se ven los comentarios de quienes expresan su fuerte indignación para con la especie humana (por lo que les hacen a los animales no humanos) y los que ya son veganos y se sienten confiados de que ya están haciendo algo al respecto. Y el Fuerza muy baja, se encontró solamente un comentario que trasmite seguridad, sin embargo, es muy sencillo y corto.

Análisis y Discusión

Es preciso en este punto, donde finaliza la presentación y el análisis de los resultados, reflexionar y comparar lo obtenido con la teorías expuestas en el Marco Teórico, específicamente cuando se detalló la Realidad Vs Imaginarios Sociales y el papel de las Redes Sociales (página 65), donde se decía que los imaginarios sociales como constructo de un sistema para la dominación social, se han venido superando poco a poco gracias a los canales de información alternativos a la Televisión, como lo es el internet, las TIC, específicamente en temas de problemáticas sociales como en este caso lo es la explotación animal.

Tras una observación holística a los resultados que se han proporcionado al largo de las tres fases de esta investigación, corroboramos cómo:

1. En la Fase #1, donde se exponen los datos sociodemográficos de la población vegana usuarias de la red social Facebook, vemos que aquella población, es una población en general: joven, alternativa, ilustrada, preocupada por temas sociales, que duda y cuestiona los constructos o imaginarios sociales que el sistema les ha impuesto, por ello mismo es que son veganos y usuarios de redes sociales, porque: primero, supieron que medios de comunicación como la televisión y/o la radio eran insuficientes a la hora de mostrar lo que es la realidad social; y segundo, porque tuvieron el suficiente altruismo, como también la suficiente sensibilidad y empatía, para preocuparse por todas las especies animales, no sólo por la especie humana.
2. En los resultados de la Fase #2 (los procesos históricos y prácticas comunicativas en la adopción del veganismo), se puede observar el cómo la iniciativa individual y madura de investigar sobre la explotación animal influenciada por diferentes entornos

sociales a lo largo de toda una vida, abre una gran posibilidad de cambio de mentalidad que termina por culminarse al observar, en redes sociales, materiales audiovisuales impactantes sobre la realidad de la explotación animal.

3. En la Fase #3, como profundización de lo descubierto en la fase anterior, se confirma cómo el contenido de aquellos videos que tanto impactaron a las personas, contiene nuevos discursos que desdibujan completamente la propaganda falsa del consumo de productos y servicios que implican explotación animal, creando así en muchos ese efecto de “quitar la venda de los ojos”, respecto a lo que sufren los animales por causa de los humanos. Ese tipo de producciones audiovisuales alojadas en las redes sociales, son un claro ejemplo de una comunicación más democratizada, una comunicación alternativa cuyos discursos velan por una causa social altruista en pro del desarrollo social, y no con el típico propósito de generar nada más que dinero.

Los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas en contraste con los demás puntos establecidos en el marco referencial y teórico, se detallarán a continuación en el apartado de las conclusiones.

Conclusiones

A continuación se enumerarán las conclusiones generales y finales en base a toda la Recolección de la información y análisis de resultados.

Haciendo una compilación de las diferentes conclusiones a las que se llegaron en esta investigación en sus tres fases, se tienen finalmente, los siguientes resultados y conclusiones que fueron categorizadas según los Objetivos específicos:

Procesos Históricos e Interacciones Comunicativas que Incidieron para que los Veganos Asumieran el Veganismo

1. El material audiovisual explícito respecto a la explotación animal que circula en internet y en las diferentes redes sociales, es la herramienta más efectiva como práctica comunicativa a la hora de lograr que muchas personas cambien su mentalidad y asuman el veganismo: el 77% de los veganos que tomaron la decisión de serlo, fue a causa del material audiovisual que vieron en internet y/o redes sociales digitales que los impactó enormemente, y de aquellos videos, los más destacados son: *El mejor discurso que jamás escucharás - Gary Yourofsky*, el documental *Earthlings*, y los abundantes videos cortos y caseros que muestran sin censura, la explotación a la que están sometidos los animales, en su mayoría, aquellos animales que se usan para alimento. Sin embargo, no es como tal el hecho de ver un video en específico sobre explotación para cambiar la mentalidad y hacerse vegano ahí mismo, sino la combinación de muchos, y claro, otros antecedentes importantes.
2. Las dos grandes formas por la cuales los veganos llegaron a aquello que los impactó y los hizo tomar la decisión final de ser veganos sin marcha atrás, fueron: uno, por

sugerencia directa e indirecta de alguien o algunos conocidos o no conocidos; y dos, iniciativa propia de investigar sobre veganismo ante la curiosidad que generó algún elemento que tenía que ver con la explotación animal (mayoritariamente material de internet), que se presentó en diferentes contextos.

3. Más del 70% de los veganos fueron primero vegetarianos, sin embargo, el vegetarianismo no es como tal el que influencia a las personas a hacerse veganas, sino que más bien el vegetarianismo es un medio por el cual se llegó a conocer más fácilmente el veganismo. En otras palabras, vegetarianos o no vegetarianos, lo que en verdad impulsa el cambio a ser veganos, es el saber (a profundidad y sin coerciones ni estigmatizaciones) la verdad sobre la explotación animal. Lo que ocurre es que cuando una persona se hace vegetariana, conoce más fácil el veganismo que cuando no lo es.
4. La mayoría de los veganos, a pesar de expresar tener empatía por los animales desde temprana edad, ignoraban o desconocían la explotación animal que se generaba y en la que ellos también participaban. Dicho de otra forma, son una minoría aquellos veganos que desde muy temprana edad, conscientes de algunas de las formas de crueldad o explotación animal, decidieron comenzar a tomar acciones aún sin tener claro todas las modalidades de explotación animal al que el veganismo se opone.
5. La mayoría de los veganos tuvieron muchos problemas a la hora de poner en práctica el veganismo que habían decidido poner como meta (fueran en ese momento vegetarianos o no), esto se debió a la falta de información y acompañamiento y/o apoyo de otros, es decir, al tomar la decisión de ser veganos de forma individual y no colectiva, no lograron poner en práctica el veganismo de forma rápida por el hecho

de no pertenecer o no conocer como tal a una comunidad vegana que les permitiera compartir con otros veganos que los aconsejaran y educaran más sobre el veganismo, como por ejemplo, para saber qué alimentos a base de plantas podían sustituir los de origen animal, y/o el no saber dónde conseguirlos, entre otros. También se dio que muchos jóvenes por el hecho de vivir con los padres quienes no los apoyaban, o si los apoyaban y no sabían cómo hacerlo, por ende se les dificultó y se tardó el hecho de alcanzar el veganismo. Por otro lado, en realidad fueron pocos los veganos que se tardaron en serlo como tal, dando como razón el no poder dejar algún producto de origen animal como el queso, y/o debido al temor por su salud nutricional, y/o debido el tener que investigar más sobre veganismo por las diversas dudas que aún se tenían, entre otros.

Concepción del Veganismo y las Convergencias y Divergencias Entre los Veganos

1. La gran mayoría de veganos no saben cuáles son las definiciones correctas u oficiales del veganismo, y tampoco les importa mucho, es más, la definición original del veganismo (la de Leslie Cross, 1951) y la oficial de la Vegan Society, son muy rechazadas por la comunidad vegana hoy en día. Sin embargo, aquello no quiere decir que la mayoría de los veganos conciban o practiquen de forma incorrecta el veganismo. Lo que ocurre es que en la mayoría de videos que muestran la realidad de los mataderos y demás modalidades de explotación animal (que fueron los que lograron al final que la gente se hiciera vegana), no hablan como tal de la historia y la definición del veganismo, por ello hay una alta tasa de ignorancia respecto a ese tema.

2. Respecto al compromiso de ser veganos, el 76.4% de los veganos indica que no comerían algo de origen animal en una situación de fuerza mayor en la que llevan varios días, incluso semanas, sin comer balanceado puesto que sólo hay opciones de comida balanceadas que contienen cosas de origen animal.
3. La gran mayoría de los veganos se toleran entre sí a pesar de pensar diferente respecto al interseccionalismo, el comprar comida vegana en sitios donde mayoritariamente se explotan y matan animales, y el comer o no comer algo de origen animal en una situación complicada en cuanto a comida se refiere. Es más, gran parte de los veganos les disgustan las subetiquetas que hacen que se dividan entre sí.
4. A pesar de que gran parte de los veganos, podría decirse que el 50%, tiene muy en cuenta otras luchas sociales, como la del medio ambiente, la gran mayoría (más del 80%) se hizo vegano con el gran propósito de abolir la explotación de los animales no humanos. En otras palabras, son una minoría los que decidieron practicar el veganismo nada más que por razones antropocentristas, como la salud propia o el cuidado de los ecosistemas, entre otros.
5. La gran mayoría de los veganos (poco más del 77%) apoya (así sea de formas condicionadas), que el veganismo entre en política para lograr que los animales estén protegidos bajo la ley.

Respecto a los Datos Sociodemográficos de la Población Vegana (de los veganos encuestados y entrevistados en ésta investigación)

1. La mayoría de los veganos son de las generaciones Y y Z, adicional, la mayoría de los veganos, se hicieron veganos cuando tenían cerca de 25 años, por lo general menos de 25 años.
2. Son muchas más las mujeres veganas que hombres veganos. En el caso específico de esta investigación, el 68.6% de los veganos son de género femenino. La investigación de Núñez, A. & Romero, J. (2019) y Díaz, E. (2017) donde también concluyeron esto, tienen sus propias teorías del por qué, sencillamente aquí se reforzó ese descubrimiento.
3. La gran mayoría de los veganos 81.5%, son de la clase media, o clase media-baja.
4. Aproximadamente, 50% de los veganos apenas empezaron a serlo; llevan desde unos meses, a cuatro años. Respecto al otro 50% restante, son mayoría los veganos ya experimentados que llevan entre cinco años a diez años; y finalmente, son una minoría aquellos veganos ya veteranos con más de once años siéndolo.
5. Los veganos presentan un nivel muy sobresaliente de educación, en el caso de esta investigación: 37% son profesionales, 13.1% además de ser profesionales tienen especialización o maestría o están cursando para obtenerla. Y un 39.1% está estudiando una carrera profesional, técnica o tecnológica. Todo sumado da un 89.2%. Otro dato adicional, es que el 54.8% se hizo vegano mientras estaba estudiando la secundaria, una carrera técnica, tecnológica y profesional. El 33.9% el cual es un porcentaje importante, estaba estudiando una carrera profesional.

6. Los veganos, en su gran mayoría poco más del 70%, son ateos, agnósticos o no religiosos, antes y después de ser veganos. De esto también se deduce que son una minoría aquellos cuya alguna religión los inspiró a ser veganos o a conocer el veganismo, es más, el nivel de ateísmo aumentó un 5.2% cuando se hicieron veganos.
7. La gran mayoría de los veganos, tienen una postura política de izquierda. Los datos que arrojaron esta investigación indicaron que: sólo un 2.7% mostró una postura política de derecha antes y después de ser veganos. La gran mayoría, en cambio, mostraron una clara posición política de izquierda (el 65.3%) siendo ya veganos, y antes de serlo, mostraron esa posición en un 41.1%.

Resumiendo el resultado de los siete puntos anteriores: se puede teorizar que son más propensos a ser veganos aquellos jóvenes (en su mayoría mujeres) de entre 20 y 25 años de clase media y/o baja que estudian y se preocupan por temas relacionados con las ciencias sociales.

Prácticas Comunicativas que se Generan en la Red Social Youtube a Partir de las dos Producciones Audiovisuales: Documental Earthlings Y El Mejor Discurso Que Jamás Escucharás - Gary Yourofsky

1. La infelicidad y la seguridad fueron las actitudes (más específicamente los afectos) que más emergieron en las personas que comentaron aquellos videos: la infelicidad causada por el contenido explícito y desgarrador respecto a la explotación y crueldad del ser humano para con los animales; y la seguridad de querer o estar haciendo algo al respecto para mitigar la explotación y la crueldad animal.

2. Cada comentario que se vio en las capturas presentadas fueron una forma de práctica comunicativa, sobre todo aquellos comentarios sinceros y emotivos que contaban una historia y/o expresaban ese desesperado deseo de hacer algo al respecto, algo para evitar la explotación y la crueldad hacia los animales. Como también aquellos comentarios de veganos que volvían a ver el video para comentar y elogiar el veganismo que ya practicaban. Porque todo ello fue para sentir y hacer sentir que se hacía más fuerte esa comunidad altruista que se indigna y toma o quiere tomar acciones por los animales. Todo ello también hace parte de ese deseo de hacerse ver e influenciar a los otros que apetezcan comentar o los que sólo quieran ver las opiniones de esos videos.
3. Hay muy pocos comentarios negativos y de tipo troll en comparación con los comentarios de quienes indicaron que los videos realmente los impactó sumado con quienes después de verlo decidieron tomar acciones al respecto (9% versus 45%).
4. Respecto a las convergencias y/o concordancias que hay en los comentarios de los videos en comparación a los veganos encuestados, hubo varias: primero, el hecho de que esos dos videos hayan sido los más votados en cuanto al impacto y el hacer que la gente tome la decisión de ser vegana, se vio reflejado en que la gran mayoría de comentarios fueron positivos, sinceros y maduros; segundo, en los comentarios se vieron anécdotas que coinciden con muchas de las respuestas de los veganos encuestados en su trayectoria para ser veganos, como por ejemplo, de lo difícil que es para muchos el hacerse veganos debido a la falta de voluntad para dejar algunos productos de origen animal y/o debido a que viven con sus padres y estos no los apoyan, y que por el contrario, les imponen hábitos de consumo que se basan en la

explotación animal; y tercero, los videos en muchos casos cumplen su función de ser esa recta final donde se deciden tomar acciones respecto a la explotación animal, estos videos son como esa gota que rebalsó el vaso respecto al soportar la explotación animal, es decir, es en estos videos donde se puede notar esa fase de "Orientación" según el esquema McDonald (2000), donde "es quizá la más importante, porque es allí donde esas represiones de las experiencias catalíticas respecto a la explotación animal se toman en serio" y por tanto, lleva inmediatamente a la persona a tomar acciones al respecto.

5. El descubrimiento del veganismo y la adopción de este por medio de material audiovisual explícito e impactante sobre la explotación animal, proviene de una decisión individual y madura; es después de esa revelación que se experimenta y el decidir tomar acciones respecto a la explotación animal, que ya se empieza a buscar pertenecer a una comunidad vegana asumiendo así una nueva identidad.
6. Respecto al análisis cualitativo del contenido de los dos videos *El mejor discurso que jamás escucharás* - Gary Yourofsky y el documental *Earthlings*, lo que más impacta es el contenido visual explícito y desgarrador del cómo son explotados los animales, sin embargo, aquellos videos aumentan su impacto e influencia mediante la parte auditiva que incluye la voz en off en el documental *Earthlings* y el aclamado discurso de Gary Yourofsky en *El mejor discurso que jamás escucharás*.

Otras Conclusiones y Recomendaciones

11.1. Sobre los Hallazgos Importantes Concernientes a la Comunicación Social

1. Si hoy en día se habla de prácticas comunicativas, es casi que necesario hablar también de las redes sociales digitales, ya que en ellas están alojadas gran parte de las interacciones que lo largo del tiempo van construyendo una postura y una identidad en cada persona, específicamente si en tiempo nos ubicamos alrededor de los últimos 15 años, y si en población, nos referimos a los jóvenes.
2. Los resultados de esta investigación son una razón más para afirmar que las TICs han traído consigo desarrollo social, ya que el Internet, al ser un medio que por defecto es horizontal y que (siendo mucho más interactivo y diverso en comparación con la Televisión), educa, comparte nuevas ideas, fortalece la libertad de expresión, y de cierta forma democratiza la comunicación puesto que el creador del contenido está a merced de lo que demanda el público y no al revés.
3. Respecto a la Teoría de Valoración y el esquema o resumen desarrollado por Kaplan, que permitió cuantificar los diferentes tipos de valoraciones que emergieron de aquellos videos que tanto impactaron a la comunidad vegana, se puede afirmar en este punto que es una herramienta eficiente a la hora cuantificar algo tan difícil de cuantificar como lo son las emociones que emergen de las diferentes personas respecto a cualquier suceso, más que todo polémico, que implica diversas opiniones y por supuesto emociones.
4. El campo de la semiótica en relación con el material audiovisual viral junto con el análisis cualitativo, nos provee la oportunidad de encontrar aquellos elementos claves que logran impactar al público, porque al separar y analizar sus elementos por

aparte (como en este caso fue la parte textual, visual, y auditiva), la comprensión del material se hace más inteligible. Sin embargo, este análisis de contenido cualitativo de material audiovisual con influencia semiótica podría ser más profundo y técnico, de hecho, se propone la idea de una nueva investigación netamente semiótica aplicada a este tipo de material audiovisual para encontrar nuevos hallazgos en el campo de la comunicación, y por supuesto, en campo de la semiótica.

En Contraste con las Investigaciones Previas sobre la Adopción del Veganismo

Aunque esta investigación converge con la mayoría de las conclusiones y teorías de estudios previos sobre la adopción del veganismo⁷⁸, hay algunos puntos donde esta investigación parece dar nuevas teorías que de cierta forma divergen con aquellos estudios y conclusiones que se detallaron en el apartado de Antecedentes:

1. “La mayoría de los participantes de este estudio comenzaron a construirse en esta causa gracias a personas cercanas, personas con las que tenían algún tipo de vínculo afectivo y que les informaron” (Marín, 2014, p. 59). Según los resultados de esta investigación a diferencia de aquella, fue apenas 12.3% quien indicó que llegó a aquello que lo convenció de ser vegano por "sugerencia y/o invitación de un amigo muy cercano y familiar". Adicional, también en esta investigación, sólo un 11.2% indicó que llegó a tener amigos y familiares que los educaron sobre la explotación animal, es decir, personas muy cercanas que los influenciaron bastante desde un principio. También hay que mencionar que, en la

⁷⁸ Ver el apartado de los Antecedentes.

investigación de Marín, S., apenas tenía una muestra de 9 personas, en este tenemos la participación de más de 600.

2. En el apartado de los Antecedentes, si se intenta comparar esta investigación con lo que la literatura que Díaz (2017) expone en su capítulo dos: los “Procesos de adopción del veg(etari)anismo”, de cierta forma se distorsionan y no se puede decir que convergen o que divergen por el mismo motivo que se indicó antes: "muchas de las investigaciones sobre este tema, como se ha podido ver y como ya se mencionó, ponen al veganismo y al vegetarianismo como si se trataran de una misma postura, cuando la realidad es que las dos son muy diferentes". Y como se pudo apreciar en los resultados de esta investigación, que profundizó en los procesos de "vegetariano a vegano" y de "consumidor de carne a vegano", fueron procesos separados y por ende generaron nuevos resultados más detallados sobre el factor tiempo y las formas de transición hacia el vegetarianismo y al veganismo, por ejemplo, como se indicó ya antes en el apartado de los Resultados: de vegetariano a vegano, "el 43.6% se tardó poco: de un día a cuatro meses, y que el 31.1% se tardó mucho tiempo: entre cinco meses hasta más de 20 años, sin embargo la mayoría de ese grupo, de ese 31.1%, se tardó entre seis meses a dos años en hacer la transición", a diferencia de Díaz, E. (2017) que indica que, según la literatura que consultó, son de 6 meses a 3 años el tiempo en promedio que se toman aquellas personas en practicar el “veg(etari)anismo”.

3. El estudio de Regan (2004) le puso el nombre de "Davincianos" a aquellos "que nacen ya con esa capacidad de reconocer a otros animales como animales sintientes", cosa que no se presentó en ninguno de los más de 600 veganos que fueron entrevistados y encuestados en esta investigación. Encajan más de cierta forma los que él llamaba los “Damascos” y los “Distraídos”, pero aun así siguen siendo categorizaciones muy generales

respecto a las formas de cómo fue el proceso de adopción de veganismo en los resultados de esta investigación.

Algunos Argumentos Comunes Respecto al Veganismo que se Desdibujan en Base a los Resultados

1. Queda prácticamente descartada la idea de que las personas se vuelvan veganas sin tener que haber experimentado o visto algún evento traumático donde se muestre de manera explícita el sufrimiento, la explotación, y la crueldad del ser humano para con animales no humanos en muchas de las modalidades de explotación que existen.
2. Ni en las encuestas, ni en las entrevistas, ni en los comentarios de los videos analizados en toda esta investigación, se encontró que alguien se haya hecho vegano (o siquiera lo haya influenciado), el hecho de que mientras comía en un restaurante cosas que provenían de la explotación animal, un grupo de veganos que llegaron con megáfono o a gritarle a él y a los demás clientes “asesinos” o demás cosas por el estilo. Es más, en toda la investigación y en otras previas, no se encontró que muchos de los tipos de activismo (por parte de algunos veganos) tengan gran efectividad: como algunos performances donde los veganos se prestan para ser torturados de la forma que suelen torturar a los animales en los laboratorios o granjas, como cuando marcan al ganado, por ejemplo, entre muchos otros. Tampoco se encontró que el acusarse entre veganos de no serlo, como forma de activismo, surta algún efecto para colectivizar y e incrementar el movimiento vegano. Por ende y en síntesis, muchos de esos otros tipos de activismo y/o movilizaciones públicas de los veganos, funcionan

más como un mecanismo para hacer notar el movimiento animalista, más no para influenciar a las demás personas a que se hagan veganas.

3. Queda descartado el argumento de que “los veganos se sienten superiores a los demás humanos”, por el simple hecho de que al darse cuenta y el querer tomar la decisión de evitar en lo posible la explotación animal, aquel vegano en construcción se pone al mismo nivel de los animales no humanos, es decir, no se siente superior a los humanos sino que al contrario, baja su posición y se siente al mismo nivel de aquellos que la gran mayoría considera inferiores: los animales no humanos. Que se diga que los veganos son superiores en ámbito moral o ético, es otro tema⁷⁹.
4. Queda descartado el argumento de que sólo las personas de clases altas tienen fácil acceso al veganismo, puesto que se suele decir que “los alimentos y demás productos y servicios libres de explotación animal son más costosos”, pero como se observó en los resultados y las conclusiones, la mayoría de los veganos pertenecen a la clase media, media-baja y clase baja en los diferentes países del mundo, más que todo en Latinoamérica.
5. Como ya se mencionó en “En contraste con las investigaciones previas”, queda descartado el hecho de que, para ser vegano y vegetariano, se pasen por los mismos procesos y prácticas comunicativas, puesto que el veganismo es en sí es un proceso

⁷⁹ En muchas empresas, los empleados tienen diferentes rangos, hay jefes, superiores, managers, pero eso no hace que ellos sean en general personas con más valor o superiores que los asesores o los empleados de menor rango; solamente son superiores en el ámbito laboral.

que sobrepasa el vegetarianismo tanto como en el nivel de conciencia, como también en el nivel conocimiento y los hábitos de consumo.

Retos de la Población Vegana

1. El veganismo no es sólo excluir productos y servicios que provengan de la explotación animal, es también una disciplina que requiere constante aprendizaje y retroalimentan con el fin de concebirlo mejor y así mismo mejorar las formas de activismo y estar a la vanguardia ante los cambios que se dan entorno a la explotación animal. Por ello, la comunidad vegana no debería ignorar el hecho de que la mayoría de los veganos no sepan cuál es la definición original del veganismo, como también el que muchos piensen que es un simple estilo de vida que se preocupa principalmente por el medio ambiente, la salud propia, la sustentabilidad, entre otros objetivos antropocentristas.
2. Si bien es positivo que los veganos, en general, toleren sus diferencias, es necesario el debate sano y maduro constante para llegar a acuerdos efectivos que apelen más a la razón que a las emociones y al ego a la hora de querer abolir la explotación animal.
3. Como ya se descubrió que la mejor forma de activismo es la audiovisual por medio de las redes sociales, y que la población joven e ilustrada es un diamante en bruto para el crecimiento de la población vegana, es necesario el compromiso de muchos veganos experimentados el generar y/o compartir nuevos contenidos que eduquen, de manera efectiva y bien estructurada, sobre la explotación animal. Y cuando surga un debate, se debe evitar caer en el error de ponerse al mismo nivel de quien insulta el veganismo o a los veganos apelando a la grosería y/o las típicas falacias

argumentativas⁸⁰, puesto que si hay otros espectadores en el debate, sea de manera presencial o virtual, van a empezar a tener prejuicios del movimiento vegano; el saber en qué momento, el cómo, y/o con quiénes debatir, de manera integral, le seguirá dando al veganismo la oportunidad de crecer.

4. Esta investigación también descubrió que hubo y que posiblemente haya un número considerado de jóvenes que desean ser veganos, pero el estar viviendo con sus padres y fuera de eso no recibir el apoyo de ellos, hace que la adopción del veganismo se ensanche por años y hasta que se interrumpa, por ello, una posible nueva propuesta de activismo, es la educación de los padres con hijos jóvenes respecto a la explotación animal y el veganismo.

⁸⁰ Comparto las falacias más típicas al hablar de veganismo: Falacia Ad Hominem, falacia Ad Ignorantiam, falacia Ad Verecundiam, falacia Tu Quoque, falacia del Nirvana, generalización apresurada, apelación a la naturaleza, falacia del punto medio, hombre de paja, falacia Ad Antiquitatem y de la ambigüedad. (Osorio, 2021).

Bibliografía y Referencias

Núñez, A. & Romero, J. (2019) Factores determinantes en la adopción del veganismo en la población de Cali - Colombia. Universidad autónoma de occidente.

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12262/T09072.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Marín, S. (2014). El proceso de construcción personal en relación a un movimiento minoritario prosocial: becoming vegan. Barcelona.

<http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/57569>

Díaz Carmona, E. M. (2017) El veganismo como consumo ético y transformador. Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/20355>

Diaz, D. (2016). MALTRATO: Experimentación animal. Respuestas Veganas. https://respuestasveganas.org/maltrato-experimentacion-animal/#Experimentacion_medico-farmacologica

Diaz, D. (2006). MALTRATO: Carreras de caballos y otras exhibiciones de hípica. Respuestas Veganas. https://respuestasveganas.org/pregunta-que-los-veganos-rechazan-las_2580/

Diaz, D. (2017). MALTRATO: Tauromaquia y otros espectáculos taurinos. Respuestas Veganas. https://respuestasveganas.org/pregunta-por-que-los-veganos-rechazan_3460/

Diaz, D. (2015). RESUMEN: Ética y veganismo. Respuestas Veganas. <https://respuestasveganas.org/resumen-etica-veganismo/>

Alba, N. (2018) Nuestro lenguaje está lleno de expresiones especistas. Bueno y Vegano. <https://www.buenoyvegano.com/2018/08/07/lenguaje-especista/>

Forbes Staff. (noviembre 4, 2019) Las abejas son los animales más importantes del mundo: estudio. Forbes.com.mx. <https://www.forbes.com.mx/las-abejas-son-los-animales-mas-importantes-del-mundo-estudio/>

Espinel, G., Hernández, C. y Rojas, J. (2020). Usos, apropiaciones y prácticas comunicativas de los usuarios adolescentes de Facebook. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(1), 280 – 296. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n1.6316>

Rodríguez, L. y Bonilla, Y. (2017). Observatorio de prácticas comunicativas: un escenario para la construcción colectiva. pp. 89 -111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6401118>

Boyle, J. (2007). *Becoming vegetarian: An analysis of the vegetarian career using an integrated model of deviance*. Tesis doctoral. Universidad de Virginia, Facultad politécnica. http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-05012007104133/unrestricted/Boyle_Sociology_Dissertation_May071.pdf

McDonald, B. (2000). "Once you know something, you can't not know It" An empirical look at becoming vegan. *Society & Animals*, 8 (1). 1-23. http://www.animalsandsociety.org/assets/library/404_s811.pdf

Regan, T. (2004). *Empty cages: Facing the challenge of animal rights*. Totowa, NJ: Rowman and Littlefield. «Becoming a vegetarian». Harvard Health. Octubre 2009. Archivado desde el original el 9 de junio de 2017. Consultado el 18 de noviembre de 2017

Spencer, Colin (1993). *The Heretic's Feast. A History of Vegetarianism*. Londres. pp. 78-84

Ávila Granados, Jesús (2005). *La Mitología Cátara - Símbolos y pilares del catarismo occitano*. Madrid: mr ediciones.

Bereslavskiy, Yohann (2007). *CATARISMO XXI - Auténtica espiritualidad de los Cátaros*. Barcelona: World Affairs.

Tve. [vukbivew] (2008). ¿Qué nos diferencia de los animales? [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=t43VUd6-LpM&t=29s>

Cabrera Calero, Antonio María; Sanz Esteban, Miguel; Bárcena Rodríguez, Jesús (2011). «La organización del cuerpo humano». *Biología y Geología 1*. San Fernando de Henares: Oxford University Press. p. 5. ISBN 9788467364446

Mendoza, Á. (director). (2003). *Animal sapiens* [Película; video online] New Atlantis. <https://www.youtube.com/watch?v=ETvoM-heFoE>

Bult, L. (Productora). (2021). *En pocas palabras - Inteligencia animal* [Película; video online] Netflix Originals. <https://www.netflix.com/watch/81062199?trackId=14170286>

Lugio, Giovanni di y otros (2004). *El legado secreto de los Cátaros. El libro de los dos principios. Tratado cátaro. Ritual occitano. Comentario al Padre nuestro*. Ed.: Francesco Zambon Tr.: César Palma. Madrid: Ediciones Siruela.

11th IVU World Vegetarian Congress. (1947) *Veganism*. England. <http://www.ivu.org/congress/wvc47/veganism.html>

Leslie Cross (1951) Veganism Defined. <https://gentleworld.org/veganism-defined-written-by-leslie-cross-1951/>

RAE. Vegetarianismo: “Régimen alimenticio basado principalmente en el consumo de productos vegetales, pero que admite el uso de productos del animal vivo, como los huevos, la leche, etc.”

«Bear-baiting». Encyclopaedia Britannica 3. Encyclopaedia Britannica Company. 1910. p. 575. Consultado el 15 de febrero de 2007. (en inglés)

Gamaza, R (2020) Circos del maltrato.
<https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=15012>

Diaz, D. (2020) Maltrato: Zoofilia y bestialismo. Respuestas Veganas.
<https://respuestasvegas.org/maltrato-zoofilia-bestialismo/>

Diaz, D. (2020) Maltrato: Caza con galgos y con otros perros. Respuestas Veganas.
<https://respuestasvegas.org/maltrato-animal-caza-con-galgos/>

Haubursin, C. (Productor). (2021). En pocas palabras - El futuro de la carne [Película; video online] Netflix Originals.
<https://www.netflix.com/watch/81097617?trackId=200257859>

Lebowitz, M. (Productor). (2022). El futuro de... Las hamburguesas [Película; video online]

Andersen, K. & Kuhn, K. (directores). (2014). Cowspiracy [Película; video online], Netflix Originals.

Yourofsky, G. [TheAnimalHolocaust] (2011). Best Speech You Will Ever Hear - Gary Yourofsky [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=es6U00LMmC4&t=146s>

Tabrizi, A. (Director). (2021). Seaspiracy [Película; video online], Netflix Originals.

Diaz, D. (2014) Maltrato animal: huevos. Respuestas Veganas.

<https://respuestasveganas.org/maltrato-huevos-veganos/>

Osorio, I. [Iván Krauss]. (2015). ¿Por qué los veganos no toman leche de vaca? - Respuesta Vegana #8. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=TuTLJCKB05o&t=24s>

Osorio, I. [Iván Krauss]. (2015). ¿Por qué los veganos no consumen miel? - Respuesta Vegana # 11. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=u279GHkLv0k>

Siurana, J. (2010). Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural. *Veritas*, (22), 121-157. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732010000100006>

Diaz, D. (2020) Maltrato animal: Aleteo de tiburones. Respuestas Veganas.

<https://respuestasveganas.org/maltrato-animal-aleteo-de-tiburones/>

Diaz, D. (2020) Maltrato animal: foie gras. Respuestas Veganas.

<https://respuestasveganas.org/maltrato-animal-foie-gras/>

Soteriou, H. & Smale, W. (2018) Cochinillas: los insectos latinoamericanos que le dan color a lo que comes. BBC Business. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43940416>

Díaz, D. (2019) Maltrato: Producción de lana. Respuestas Veganas.

<https://respuestasvegnas.org/maltrato-comprar-lana-wool-veganismo/>

Osorio, I. [Iván Krauss]. (2021). Save Ralph Explicado [El Conejo Ralph y más allá de la experimentación en animales]. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=uIMP-XUFDZs>

Horta, O. (2010). "Los animales no humanos víctimas de la guerra y la industria militar", Ética más allá de la especie, 22 de junio.

Revista canina.com (13 de mayo). «Respetop, cuidado y protección ambiental». Consultado el 3 de mayo de 2013. (enlace roto disponible en Internet Archive; véase el historial, la primera versión y la última).

«La ciudad de Buenos Aires prohibió realizar intervenciones estéticas en animales». www.elobservadordelsur.com. Consultado el 21 de febrero de 2020.

Berbesi Urbina, A. (2016) Poder, educación, medios de comunicación y el comportamiento del consumidor. Revista Gestión y desarrollo Libre, 1(2), 65-74.

Díaz, D. (2019) Estadísticas veganismo: ¿cuántos veganos hay? Respuestas Veganas. <https://respuestasvegnas.org/encuestas-sobre-veganismo/>

Osorio I. (Director). (2014). Lo que los Veganos Estamos Cansados de Responder [Documental sobre veganismo en Colombia] PART 1. [Película; video online] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=YTRWfYa2PSU&t=34s>

Osorio, I. [Iván Krauss] (2021). Falacias que se Cometan al Criticar el Veganismo [TOP 10 Cómo debatir contra un vegano]. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=kNj4uTvUNwo>

Osorio, I. [Iván Krauss] (2021). ¡La Loca Idea que Tienen Los VEGANOS! [REPORTAJE SOBRE EL VEGANISMO EN COLOMBIA - BOGOTÁ]. [Video].

YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=EvY7iJsg_p4

Osorio, I. [Iván Krauss] (2019). Entrevistando Veganos ¿SE CREEN SUPERIORES? ¿SON UNA SECTA? [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=->

QoDNT0x3_A

Diaz, D. (2019). ARGUMENTO: “La dieta vegana no es sana”. Respuestas Veganas. <https://respuestasvegnas.org/alimentacion-vegana-sana/>

Sánchez, M. (2014). Curso introductorio de bioética para profesionales de salud - 2014. Ministerio de salud pública. <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/3.-Qu%C3%A9-es-la-bio%C3%A9tica.pdf>

Pérez, J. & Merino, M. (2016). Definición de comunicación social. Definición.de. <https://definicion.de/comunicacion-social/>

"El ganado es uno de los principales responsables de los graves problemas medioambientales de hoy en día. Se requiere una acción urgente para hacer frente a esta situación", asegura Henning Steinfeld, Jefe de la Subdirección de Información Ganadera y de Análisis y Política del Sector de la FAO, y uno de los autores del estudio La sombra alargada de la ganadería-aspectos medioambientales y alternativas. (FAO, 2006)

Sinergia Animal (s.f) 7 brotes de enfermedades que comenzaron con el consumo de animales. <https://www.sinergiaanimal.org/single-post/brotes-enfermedades-animales>

Díaz, D. (2020). ARGUMENTO: “Si todo el mundo se hace vegano se destruirán millones de puestos de trabajo”. Respuestas Veganas. <https://respuestasvegnas.org/si-todos-se-hacen-vegnas-trabajo-economia/>

Kaplan, N. (2004). Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: La teoría de la valoración. Universidad Central de Venezuela. pp.52-78.

Flores, F. & Cortés, J. (2016). Los nuevos movimientos sociales, el uso de las TIC y su impacto social. Revista Latina de Comunicación Social, núm. 71, pp. 398-412, 2016. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/819/81943468021/html/index.html>

Rodríguez, J. (2016) AUDIOVISUAL Y SEMIÓTICA: EL VIDEOCLIP COMO TEXTO. Universidad de Huelva. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5476804.pdf>

Niño, V. (2011) Metodología de la investigación. Diseño y ejecución. SBN 978-958-8675-94-7. https://www.academia.edu/35258714/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_DISENO_Y_EJECUCION

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. Escuela Nacional de Antropología e Historia Distrito Federal, México. <https://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>

BLAXTER, Lorraine; HUGHES, Cristina; y TIGHT, Malcolm (2000). Cómo se hace una investigación. Traducción Gabriela Ventureira. Barcelona: Gedisa.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario (2004). El proceso de investigación científica: incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. 4ª Edición. México: Limusa.

Otero, J & Moreno, F. (2006) Demografía de la lengua española. Instituto Complutense de Estudios Internacionales.
<https://web.archive.org/web/20090612022111/http://www.ucm.es/info/icei/pdf/DT%2003-06.pdf>

Francione, Gary (2000). Introduction to Animal Rights: Your Child or the Dog [Introducción a los derechos de los animales: tu hijo o el perro].

Horta, Óscar (2018). Un paso adelante en defensa de los animales.

Singer, Peter (1975). Animal Liberation [Liberación animal].

Salt, Henry (1899). The Logic of Vegetarianism [La lógica del vegetarianismo].

Aboglio, Ana María (2009). Veganismo: práctica de justicia e igualdad. Buenos Aires, Argentina: De los Cuatro Vientos. ISBN 9789870801559. OCLC 837988673.

Moreno Díez, Ana Isabel (2003). Manual de supervivencia para «veganos» novatos: por un mundo lleno de amor (1ª edición). Madrid, España: Mandala Ediciones. ISBN 9788495052940. OCLC 53230558.

Piamore, E. (2019) El maltrato animal - Tipos, causas y cómo denunciar. Experto Animal. <https://www.expertoanimal.com/el-maltrato-animal-tipos-causas-y-como-denunciar-24291.html>

Vilaplana, Estrella; Román, David (2003). La dieta ética: ética y dietética del «veganismo». Alicante, España: Román Molto, David. ISBN 9788460742388. OCLC 49943512.

Horta, Oscar (2017). Un paso adelante en defensa de los animales. Madrid, España: Plaza y Valdés. ISBN 9788417121044. OCLC 994145991.

Kaplan, Helmut Friedrich (1993). Leichenschmaus: ethische gründe für eine vegetarische ernährung [Convite fúnebre: razones éticas para una nutrición vegetariana] (en alemán). Reinbek, Alemania: Rowohlt. ISBN 9783499195136. OCLC 231551026.

Angulo, S. (2016). El tratamiento informativo del movimiento animalista en cibermedios colombianos: un estudio cuantitativo sobre El Tiempo, El Espectador, Semana y El Colombiano (2014 - 2016). Universidad del Rosario.
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/14190/AnguloGanem-SusanaMaria-2017.pdf;jsessionid=191FE0635030C10072A5E0DA0CA16E8F?sequence=1>

López, A. (2016) Trolls: qué hay detrás de su juego y cómo lidiar con ellos. El definido. <https://eldefinido.cl/actualidad/plazapublica/7496/Trolls-que-hay-detras-de-su-juego-y-como-lidiar-con-ellos/>

Peiró, Rosario. 03 de agosto de 2021. Teoría de la comunicación. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-comunicacion.html>

PuroMarketing. (05 de septiembre de 2014,). 8 estudios que harán que cambies lo que piensas sobre las redes sociales. <https://www.puromarketing.com/16/22809/estudios-haran-cambies-piensas-sobre-redes-sociales.html>

Pintos, Juan. (1995). Los imaginarios sociales: la nueva construcción de la realidad social.

https://www.academia.edu/20690963/Los_imaginarios_sociales_la_nueva_construcci%C3%B3n_de_la_realidad_social

PINTOS, Juan Luis. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 37-65. Recuperado en 07 de abril de 2022, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200003&lng=es&tlng=es.

Horovitz, B. (4 de mayo de 2012). «After Gen X, Millennials, what should next generation be?».

<https://web.archive.org/web/20200320040227/http://usatoday30.usatoday.com/money/advertising/story/2012-05-03/naming-the-next-generation/54737518/1>

Jackson II, Ronald L.; Jackson, Ronald L.; Hogg, Michael A. (2010). *Encyclopedia of Identity* (en inglés). SAGE. ISBN 9781412951531.

Glenn, J. (2008). *The Original Generation X, 1954-63*. Boston.com.
http://archive.boston.com/bostonglobe/ideas/brainiac/2008/01/generation_x.html

Cultura Vegana. (17 de diciembre de 2020) *Earthlings – Terrícolas*.
<https://www.culturavegana.com/earthlings-terricolas/>

Animal Naturalis (2006) *Proyección del documental Earthlings*.
<https://www.animanaturalis.org/n/proyeccion-del-documental-earthlings>

Flores, L. (2012). El mejor discurso que jamás escucharás: análisis de video clip. Expresionesj. <http://expresionesj.blogspot.com/2012/09/el-mejor-discurso-que-jamas-escucharas.html>

el ambigú del yoga (20 febrero de 2016). El discurso de Gary Yourofsky. <https://elambigudelyoga.wordpress.com/2016/02/20/el-discurso-de-gary-yourofsky/>

Hernández, C. & Caprio, N. (15 de febrero de 2019). Introducción a los tipos de muestreo. Alerta - Revista científica del Instituto Nacional de Salud. <https://alerta.salud.gob.sv/introduccion-a-los-tipos-de-muestreo/>

Casasola, L. (s.f.). Observación naturalista: características de esta herramienta de investigación. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/observacion-naturalista>

Facchin, J. (s. f.). ¿Qué es StreamYard y cómo funciona esta plataforma de transmisiones en Streaming?. <https://josefacchin.com/streamyard/>

QuestionPro. (s. f.). Preguntas cerradas ¿Cuándo utilizarlas?. <https://www.questionpro.com/blog/es/preguntas-cerradas/>

Investigadores. (25 de octubre de 2020). Qué es y cómo hacer una entrevista semiestructurada. Técnicas de investigación. https://tecnicasdeinvestigacion.com/entrevista-semiestructurada/#Que_es_una_entrevista_semiestructurada

Duarte, U. [Alex Duve Material para Docentes]. (2020). Método hermenéutico en la investigación cualitativa [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_nxW2J_BKt0&t=326s

Encico, C. (Octubre 8 de 2013). El Paradigma Hermenéutico, la investigación cualitativa. Prezi. Paradigma Hermenéutico en Paradigmas de Investigación para el Doctorado en Educación de la Universidad Autónoma de Guadalajara.

<https://prezi.com/3idx6un3nezq/el-paradigma-hermeneutico-la-investigacion-cualitativa/>

Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. Cinta moebio 23: 204-216.

www.moebio.uchile.cl/23/carcamo.htm

Eagleton, T. (1994). Una introducción a la teoría literaria.

<https://estudiosliterariosunrn.files.wordpress.com/2010/08/eagleton-terry-una-introduccion-a-la-teoria-literaria.pdf>

Anexos

Anexo 1.

Enlace de la encuesta para los participantes veganos de la Grupo #2 hecha en Google

Forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScZa1CvmaLSI9f_nzocaWkIVqEsSgoT9MDOB_tdpUEHeB2YbA/viewform?usp=sf_link

Anexo 2.

Enlace de la Grupo #3, Encuesta final para los participantes veganos hecha en Google

Forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc_94DT5_XWBBuHq7BZkOhLq9bph4O30fkB9YBpLVWN3hfv_A/viewform?usp=sf_link

Anexo 3.

Enlace de la encuesta final para los participantes veganos del Grupo #3

que hablan inglés y no español en Google Forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdnf-SdDnVfvHd_HfqNH6k3tlFzP0p_VhWHA_ldOsbDwyWiFg/viewform?usp=sf_link

Anexo 4.

Enlace de las entrevistas del Grupo #1 en video hechas en línea por medio de SreamYard y subidas a Facebook:

https://www.facebook.com/Entrevistas-107216467789852/videos/?ref=page_internal

Anexo 5.

Enlace de las entrevistas del Grupo #1 en video de manera presencial y subidas a YouTube

<https://youtu.be/3mYAitdpPeg>

<https://youtu.be/1cWY7pbLl38>

https://youtu.be/QGzBb_M3tss

<https://youtu.be/Y5w4oxFixPg>

<https://youtu.be/AKjcy5SsfLY>

https://youtu.be/S_VwQhXrkcg

Anexo 6.

Matrices de Excel donde se consolidaron todas las respuestas que dieron los participantes en las encuestas del Grupo #2 y Grupo #3

Requiere permiso debido a que hay información personal de los encuestados, enviar solicitud al correo krausis@hotmail.com.

Anexo 7.

Preguntas Para Los Participantes del Grupo #1 (Entrevista Semiestructurada A 18 Veganos) Y Su Justificación

Preguntas de Tipo Sociodemográficas. Para el cumplimiento del objetivo específico #1, más exactamente la parte sociodemográfica, se preguntará sobre:

Género, ciudad de origen, ciudad donde ahora reside, edad, nivel de estudio, sector del cual es empleado o si es independiente, creencias, postura política, y clase social (estrato).

Preguntas Clave Para Empezar Determinar La Concepción Del Veganismo Y Los Procesos Históricos Y Prácticas Comunicativas En Adopción De Este. El cuestionario de preguntas, tipo entrevista en profundidad, con el que inició esta investigación fue el siguiente:

Pregunta Uno: ¿Cuál Es La Definición Del Veganismo? ¿Cuál Es La Definición Que Más Respalda? ¿Qué Es El Veganismo Con Sus Palabras? El propósito de aquellas preguntas es el de empezar a ver cómo el participante concibe el veganismo y el conocimiento que tiene del mismo para empezar a filtrar sesgos donde por ejemplo, el que se considera vegano, no sabe la definición del veganismo por llevar poco tiempo practicándolo o asumiéndolo, o peor aún, practica el veganismo por las razones equivocadas⁸¹: por salud y/o por medio ambiente como lo mostraron los estudios de Núñez, A. & Romero, J. (2019), y Díaz, E, (2017). En otras palabras, se pretende, desde el principio, dar prioridad a las respuestas de aquellos veganos que no tengan el sesgo de practicar el veganismo para el bien del medio ambiente, la salud propia y otras razones antropocentristas por encima del gran propósito del veganismo: la abolición de la explotación animal. Estas preguntas y otras posteriores van más que todo enfocadas a dar cumplimiento al primer objetivo específico de la investigación.

⁸¹ Ver primera nota al pie número 5.

Pregunta Dos: ¿Por Qué Cree Que La Gente Rechaza Tanto El Veganismo? Esta pregunta es para profundizar el evidente hecho de que las personas, en su gran mayoría, rechazan al veganismo de manera precipitada en la mayoría de los casos como ya se explicó en el Planteamiento del Problema, y como lo concluyó la investigación de Díaz. E, (2017).⁸²

Pregunta Tres: ¿Qué Logró Hacer Que Usted Se Volviera Vegano? Se puede decir que esta pregunta, y las derivadas de ésta, son las más importantes de la investigación, puesto que de las respuestas que se generen, se podrá dar respuesta a la pregunta del planteamiento, y claro, se empezarán a cumplir con el objetivo general de esta investigación. Desde aquí es donde específicamente se pretende empezar a hallar aquellas prácticas comunicativas que emergieron para que el participante conociera y adoptara el veganismo teniendo en cuenta la literatura mencionada en el apartado de los Antecedentes.

Pregunta Cuatro: Específica Y Detalladamente: ¿Qué Que Le Impactó Desde Un Inicio? ¿Qué Argumentos? ¿Qué Situaciones Fueron Coyunturales Para Ya Tomar La Decisión De Ser Vegano Sin Considerar Una Marcha Atrás? Varias preguntas abiertas derivadas de la anterior para seguir ahondando en aquellas prácticas comunicativas y/o interacciones e influencias importantes a la hora de conocer y adoptar el veganismo, teniendo en cuenta los elementos que concluyeron otros estudios, que son: las normas

⁸² No sólo la investigación referenciada apoya el hecho de las constantes y molestas críticas a los veganos, por ello comparto la cita de un video-documental que empieza mostrando los típicos comentarios y preguntas a los que se enfrenta, a cada día, los veganos. Posterior a ello, se da respuesta a la mayoría de tales cuestionamientos: (Osorio, 2014).

subjetivas, actitudes positivas hacia el veganismo, la percepción de control conductual del sujeto (Díaz, 2017, p. 348), y la parte racional y emocional (Marín, 2014, p. 60).

Pregunta cinco: ¿Específicamente cuál tipo de activismo, meme, video, publicación, libro, persona, etc., siente que surtió mucho efecto en usted para ya comenzar a persuadirlo para ser vegano? Una pregunta muy importante y más cerrada que pretende revelar el elemento o material específico que terminó por convencer a la persona de hacerse vegana.

Pregunta Seis: ¿Cómo Llegó A Usted Ese Activismo, Video, Meme, Publicación, Texto, Etc. ¿Que Lo Impacto Y Lo Empezó A Persuadir Para Ser Vegano? Es importante identificar el ambiente, las influencias e interacciones que se dieron para que la persona llegara a aquel elemento que lo impactó y le hizo empezar a adoptar el veganismo.

Pregunta Siete: ¿Cómo Fue El Proceso? Así como el veganismo surgió como variante del vegetarianismo, muchos llegaron a ser veganos a través del vegetarianismo⁸³, por ello, esta pregunta pretende determinar con más exactitud si la adopción del veganismo de los participantes fue a través del vegetarianismo u ovo-lacto-vegetarianismo o si, por el contrario, pasaron de tener hábitos de consumo tradicionales que explotan animales, a ser directamente veganos. También se tendrá en cuenta el factor tiempo de aquella transición.

⁸³ Ver en YouTube: "Resultados tras Investigar a 100 Veganos [Proyecto 100 veganos Fase 1]" del minuto 12:24 al 14:58. Enlace recuperado del video: <https://www.youtube.com/watch?v=4cG28YAhD0w&t=1252s>