



TESI DOCTORAL UPF / 2021

Grupos de presión, discurso y orientaciones alimentarias. El caso de la industria láctea europea  
Interest Groups, Discourse and Food Orientations. The Case of the European Dairy Industry

María Ruiz Carreras



TESI DOCTORAL UPF / 2021



Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona

Grupos de presión, discurso y orientaciones alimentarias.  
El caso de la industria láctea europea  
Interest Groups, Discourse and Food Orientations. The Case of the European Dairy Industry

María Ruiz Carreras

---

**Grupos de presión, discurso y orientaciones alimentarias. El caso de la industria láctea europea**

**Interest Groups, Discourse and Food Orientations. The Case of the European Dairy Industry**

María Ruiz Carreras

**TESIS DOCTORAL UPF /2021**

**DIRECTORA DE LA TESIS**

**Dra. Núria Almiron Roig**

**DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**





## **Agradecimientos**

A Núria.

A toda mi familia, muy especialmente a mi madre.

A quienes quisimos –pero no pudimos– salvar. A quienes, queriéndonos, nos salvan día a día.

## **Resumen**

El objetivo general de esta investigación es estudiar el discurso de los grupos de presión de la industria láctea europea (ILE) desde una perspectiva antiespecista. Para ello se examina a la ILE como actor económico y de influencia, con el fin de identificar a las principales empresas y grupos de presión, y se analiza el discurso que estos últimos construyen con respecto a los animales a los que la industria explota, las vacas, y a las recomendaciones nutricionales que acaban en las guías alimentarias. Mediante el análisis documental y el análisis crítico del discurso, se concluye que la industria láctea constituye un entramado económico y corporativo que dedica un enorme esfuerzo a ejercer influencia en las recomendaciones alimentarias. El análisis demuestra que los grupos de interés de la ILE han adaptado su narrativa a los valores actuales de preocupación por la ciencia, salud e incluso bienestar animal, al mismo tiempo que los contradicen. De entre las contradicciones destaca la negación de los intereses de los animales explotados por sus segregaciones maternas a través de una representación que les cosifica y obvia su capacidad de sintiencia, autonomía e individualidad.

## **Palabras clave**

Grupos de presión; economía política; lobbies; think tanks; vacas; industria láctea; relaciones públicas; especismo; análisis crítico de discurso; estudios críticos animales; guías dietarias.

## **Abstract**

The general objective of this research is to study the discourse of the European Dairy Industry (EDI) lobbyists from an antispeciesist perspective. To achieve this, the EDI is examined as an economic and influential actor, in order to identify the main companies and pressure groups, and the discourse that the latter construct with respect to the animals that the industry exploits, the cows, and to the nutritional recommendations that end up in the dietary guidelines. Through documentary analysis and critical discourse analysis, it is concluded that the dairy industry constitutes an economic and corporate framework that dedicates a great effort to exert influence on food recommendations. The analysis shows that the EDI interest groups have adapted their narrative to the current values of concern for science, health and even animal welfare, while contradicting them. Outstanding among the contradictions is the denial of the interests of animals exploited by their maternal segregations through a representation that objectifies them and obviates their capacity for sentience, autonomy and individuality.

## **Key words**

Pressure groups; political economy; lobbies; think tanks; cows; dairy industry; public relations; speciesism, Critical Discourse Analysis, Animal Critical Studies; nutrition guides.

## Índice

Lista de siglas y acrónimos.....	11
Preámbulo.....	14
<b>CAPÍTULO 1 PRESENTACIÓN.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1. Presentación del tema del estudio.....</b>	<b>17</b>
1.1.2. Perspectiva y nota sobre el lenguaje.....	18
<b>1.2. Problema y objetivos de la investigación.....</b>	<b>23</b>
1.2.1. La relevancia del caso de estudio de la Industria Láctea Europea.....	23
1.2.1.1. Economía.....	23
1.2.1.2. Medio ambiente.....	25
1.2.1.3. Ética.....	29
1.2.1.4. Influencia.....	30
<b>1.2.2. Objetivos de la investigación.....</b>	<b>31</b>
1.2.2.1. Objetivo general.....	31
1.2.2.2. Objetivos específicos.....	31
1.2.3. Estructura del documento.....	34
<b>CHAPTER 1 PRESENTATION.....</b>	<b>37</b>
<b>1.1. Presentation of the study theme.....</b>	<b>38</b>
1.1.2. Perspective and note on language.....	39
<b>1.2. Research problem and objectives.....</b>	<b>42</b>
1.2.1. The relevance of the European Dairy Industry case study.....	42
1.2.1.1. Economy.....	42
1.2.1.2. Environment.....	44
1.2.1.3. Ethics.....	47
1.2.1.4. Influence.....	49
<b>1.2.2. Research objectives.....</b>	<b>50</b>
1.2.2.1. General objective.....	50
1.2.2.2. Specific objectives.....	50
<b>1.2.3. Structure of the document.....</b>	<b>52</b>
<b>CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>55</b>
<b>2. 1. Políticas públicas.....</b>	<b>58</b>
2.1.1. Aproximación general.....	58
2.1.2. Política alimentaria.....	61
2.1.2.1. Breve historia de las pautas alimentarias públicas.....	68
2.1.2.2. Desarrollo e implementación de las guías alimentarias.....	77
2.1.2.3. Formatos gráficos de las guías alimentarias.....	78
2.1.2.4. Críticas generales a las representaciones de las guías nutricionales.....	101
2.1.3. La industria alimentaria y su influencia en las políticas alimentarias.....	103
<b>2.2. Comunicación estratégica.....</b>	<b>108</b>
2.2.1. Aproximación general.....	108
2.2.2. Teoría de las relaciones públicas y los grupos de presión: principales perspectivas teóricas.....	111
2.2.2.1. La perspectiva pluralista.....	113
2.2.2.2. La perspectiva elitista.....	114
2.2.2.3. Las nuevas aproximaciones.....	115
2.2.3. Nacimiento y evolución de los grupos de presión.....	117
2.2.4. Grupos de presión definiciones, redes y coaliciones discursivas.....	121
2.2.4.1. Grupos de presión - grupos de interés.....	121

2.2.4.2. Lobbies .....	132
2.2.4.3. Think tanks .....	151
2.2.5. Ética y deontología .....	172
2.2.5.1. Interés general versus intereses particulares .....	172
2.2.5.2. Ética: la deontología en el sector .....	172
2.2.5.3. Lobbies y think tanks: su rol en la sociedad .....	175
2.2.6. Marco regulatorio de la actividad de lobby.....	177
2.2.6.1 Aproximación general .....	177
2.2.6.2. Principales instituciones europeas a las que se hace lobby.....	178
2.2.6.3. Regulación de la actividad de lobby en las instituciones europeas .....	186
2.2.6.4. Regulación de la actividad de lobby en España.....	190
2.2.6.5. Resto de países de la Unión Europea .....	194
2.2.7.6. Iniciativas y entidades que buscan una mayor transparencia .....	194
2.2.7. La comunicación estratégica del sector alimentario .....	196
<b>2.3. Los estudios críticos sobre animales y comunicación .....</b>	<b>206</b>
2.3.1. Los estudios críticos de comunicación .....	207
2.3.1.1. Principales perspectivas .....	208
2.3.1.2. La gran laguna en los estudios críticos de comunicación .....	209
2.3.2. Los estudios críticos animales .....	220
2.3.2.1. Introducción: historia y definición .....	221
2.3.2.2. Incorporación de la perspectiva comunicativa y mediática: los Estudios Críticos Animales de Comunicación .....	242
<b>2.4. Antecedentes de esta investigación.....</b>	<b>244</b>
2.4.1. Leche de vaca, sexismo, patriarcado .....	249
2.4.2. Leche de vaca y capitalismo .....	254
2.4.3. Leche de vaca, colonialismo .....	258
2.4.4. Leche de vaca, racismo .....	264
2.4.5. Capacidad de autonomía e individualidad de las vacas .....	266
2.4.6. Alternativas vegetales a los lácteos animales.....	270
2.4.7. Sufrimiento animal / Bienestar animal.....	272
2.4.8. Construcción de la imagen de las vacas explotadas por su leche.....	278
2.4.9. Activismo antiespecista .....	279
2.4.10. Cuestiones medioambientales .....	280
<b>CAPÍTULO 3. ESTADO DE LA CUESTIÓN: Las vacas, principales damnificadas por la industria láctea Europea.....</b>	<b>281</b>
<b>3.1. ¿A quiénes nos referimos cuando hablamos de las vacas?.....</b>	<b>283</b>
<b>3.2. Construcción social de las vacas como objetos productores .....</b>	<b>289</b>
<b>3.3. La construcción de la imagen de las vacas en publicidad .....</b>	<b>289</b>
<b>3.4. La vida de las vacas explotadas por su leche.....</b>	<b>290</b>
3.4.1. Zero-Grazing y problemas en pies y piernas.....	292
3.4.2. Ataduras .....	293
3.4.3. Cubículos .....	293
3.4.4. Altos rendimientos .....	293
3.4.5. La muerte de las vacas explotadas por su leche.....	294
3.4.6. Vacas explotadas por su sexo biológico / leche y patriarcado.....	296
<b>3.5. Legislación de bienestar para las vacas explotadas por su leche .....</b>	<b>299</b>
<b>3.6. Las normas OIE de bienestar de vacas lecheras .....</b>	<b>301</b>
<b>CAPÍTULO 4. CUESTIONES METODOLÓGICAS.....</b>	<b>305</b>
<b>4.1. Diseño de la investigación .....</b>	<b>306</b>
<b>4.2. Observación documental .....</b>	<b>308</b>



<b>4.3. Análisis crítico del discurso .....</b>	<b>310</b>
<b>4.4. Herramientas metodológicas del ACD .....</b>	<b>321</b>
4.4.1. Procedimiento de codificación y análisis.....	321
4.4.2. Organizaciones objeto de estudio, justificación y criterios de selección.....	325
4.4.3. Corpus de estudio.....	326
<b>4.5. La entrevista semi-estructurada .....</b>	<b>328</b>
<b>4.6. Limitaciones de esta investigación .....</b>	<b>329</b>
<b>CAPÍTULO 5. RESULTADOS.....</b>	<b>331</b>
<b>5.1. La industria láctea en la Unión Europea .....</b>	<b>332</b>
5.1.2. Historia y construcción de la actual industria láctea en la Unión Europea.....	332
5.1.2.1. La leche .....	332
5.1.2.2. Monopolio del uso comercial del nombre "leche" .....	341
5.1.2.3. Fomento de los lácteos: leche en los colegios, hospitales y otras instituciones .....	342
5.1.2.4. La Política Agraria Común (PAC) y las ayudas al sector lácteo.....	347
5.1.2.5. Las cuotas lácteas en Europa .....	351
5.1.3. El mercado de los lácteos en la Unión Europea hoy.....	354
5.1.4. Principales grupos empresariales del sector lácteo .....	358
5.1.4.1. Nestlé .....	360
5.1.4.2. Danone.....	372
5.1.4.3. Lactalis .....	377
5.1.5. Principales lobbies y think tanks del sector lácteo europeo.....	385
<b>5.2. Análisis crítico del discurso de la industria láctea relativo a los animales que explota</b>	<b>415</b>
5.2.1. Supresión de los sujetos: De su existencia y/o sintiencia .....	416
5.2.2. Supresión de la individualidad de los sujetos: Metonimia .....	417
5.2.3. Supresión de la individualidad de los sujetos: Símil con plantas.....	419
5.2.4. Supresión de la individualidad de los sujetos: Alienación .....	420
5.2.5. Supresión de la autonomía de los sujetos: Propiedad.....	422
5.2.6. Reiteración de bondades de la industria: Bienestar animal .....	423
5.2.7. Reiteración de bondades de la industria: Medioambiente .....	426
5.2.7.1. Beneficios para el medioambiente y la diversidad.....	426
5.2.7.2. Relativización de la importancia de la huella ambiental .....	428
5.2.7.3. Retórica de protección de lo rural.....	430
<b>5.3. Análisis crítico del discurso de la industria láctea relativo a las guías y consejos dietéticos .....</b>	<b>432</b>
5.3.1. Apelación a la salud.....	432
5.3.2. Apelación a la ciencia .....	433
5.3.3. Grupos concretos como consumidores .....	435
5.3.3.1. Infancia como público objetivo específico .....	435
5.3.3.1.1. Defensa de los lácteos en los planes de alimentación escolar.....	437
5.3.3.1.2. Énfasis en el consumo de lácteos, incluso con aditivos .....	441
5.3.3.2. Mujeres como público objetivo específico.....	443
5.3.3.3. Personas mayores como público objetivo específico.....	444
5.3.4. Descalificación de los sustitutos vegetales .....	447
5.3.5. Guías y consejos dietarios .....	453
5.3.6. Utilización de eufemismos para evitar terminologías negativas .....	457
5.3.7. La leche como metáfora de "oro blanco" .....	462
<b>CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>464</b>
<b>6.1. Conclusiones.....</b>	<b>465</b>
6.1.1. Conclusiones objetivo 1: análisis corporativo y de influencia de la industria láctea	

europea (ILE) .....	465
6.1.2. Conclusiones objetivo 2: marco discursivo de los principales grupos de interés de la ILE con respecto a cómo se refieren a los animales que explotan .....	470
6.1.3. Conclusiones objetivo 3: marco discursivo de los principales grupos de interés de la ILE relacionado con las orientaciones alimentarias.....	473
<b>6.2. Discusión .....</b>	<b>475</b>
6.2.1.Limitaciones y recomendaciones para futuras investigaciones.....	485
<b>CHAPTER 6. CONCLUSIONS AND DISCUSSION.....</b>	<b>490</b>
<b>6.1. Conclusions.....</b>	<b>491</b>
6.1.1. Conclusions for Objective 1: corporate and influence analysis of the European dairy industry (EDI).....	491
6.1.2. Conclusions for Objective 2: discursive framework of the main EDI interest groups regarding how they refer to the animals they exploit .....	496
6.1.3. Conclusions for Objective 3: discursive framework of the main EDI interest groups related to dietary guidelines .....	498
<b>6.2. Discussion.....</b>	<b>500</b>
6.2.1 Limitations and recommendations for future research.....	509
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>513</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>558</b>
<b>1.Entrevistas a personas expertas .....</b>	<b>558</b>
1.1. Industria láctea .....	560
1.2. Lobbying por el bienestar animal .....	571
1.3. Academia.....	579
1.4. Expertas en lobbies .....	590
<b>2. Análisis Crítico del Discurso .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de figuras

Figura 1: Impacto ambiental de un vaso de leche de diferentes orígenes ...	25
Figura 2: MyPlate, la representación gráfica de Estados Unidos ...	64
Figura 3: Healthy Eating Plate, la representación gráfica de Harvard School of Public Health...	64
Figura 4: Guía Dietaria de Canadá (2019)...	65
Figura 5: Pirámide Nutricional de SENC ...	69
Figura 6: Pirámide Nutricional de NAOS ...	71
Figura 7: Principios de los Estudios Críticos Animales ...	176
Figura 8: Tabla de Análisis utilizada para la presente investigación...	229
Figura 9: Principales empresas del sector lácteo en el mundo (Top 20 en 2017)...	279

## Índice de tablas

Tabla 1: Principales empresas lácteas a nivel mundial .....	24
Tabla 2: Guías dietarias en Europa, representaciones piramidales. ....	80
Tabla 3: Guías dietarias en Europa, representaciones piramidales. ....	86
Tabla 4: Guías dietarias en Europa, otras representaciones. ....	90
Tabla 5: Descripción de trabajo “Consultor de Asuntos Públicos (lobbista)” .....	150
Tabla 6: Global dairy top 20, 2017.....	359
Tabla 7: “Registro de transparencia: Cuadro de clasificación” .....	387
Tabla 8: Organizaciones inscritas en el Registro en 2018 “dairy y análogos” .....	390

## **Lista de siglas y acrónimos**

ACTU: Australian Council of Trade Unions  
AFCL: Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires Publiques  
AECOSAN: Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición  
AESA: Agriconsulting Europe S.A.  
AIA: Associazione Italiana Allevatori  
AIC: Complejo Industrial Animal  
ALTER-EU: Alliance for Lobby Transparency and Ethics Regulation  
AIM: European Brands Association  
APPC: Association of Professional Political Consultants  
APRI: Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales  
CALA: Center on Animal Liberation Affairs  
CAMS: Communication Animal Media Studies  
CAS: Critical Animal Studies  
CBI: Confederation of British Industry  
CEO: Corporate Europe Observatory  
CHAFEA: Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency  
CIN: Conferencia Internacional sobre Nutrición  
CIPR: Chartered Institute of Public Relations  
CMS: Critical Media Studies  
CNIEL: Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière  
CNMC: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia  
COPA COGECA: European Farmers & European Agri-Cooperatives  
CRUN: Coordination Rurale Union Nationale  
ECA: Estudios Críticos Animales  
ECM: Estudios Críticos de Medios  
ECPA: European Crop Protection Association  
EDA: European Dairy Association  
EMB: European Milk Board  
EPACA: European Public Affairs Consultancies Association  
EFSA: Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria

EUFIC: European Food Information Council (think tank)

EURRECA: European Micronutrient Recommendations Alignes

FACE: Farmhouse and Artisan Cheese & Dairy Producers European Network

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (Food and Agriculture Organization of the United Nations por sus siglas en inglés)

FBDG: Food-Based Dietary Guidelines

FEFAC: Fédération Européenne des Fabricants d'Aliments Composés

FNEC: Fédération Nationale des Eleveurs de Chèvres

FNPL: Fédération Nationale des Producteurs de Lait

GABA: Guías Alimentarias Basadas en Alimentos

IBEC: Irish Business and Employers Confederation

ICAS: Institute for Critical Animal Studies

ICMSA: Irish Creamery Milk Suppliers Association

ICOS: Irish Cooperative Organisation Society

ILE Industria Láctea Europea

ILSI: European International Life Sciences Institute (think tank)

Infoadex (2017): Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2017. Madrid: Infoadex.

IPA: International Probiotics Association

LEAF: Linking Environment and Farming

MIC: Complejo Industrial Militar

MNI: Medical Nutrition International Industry

MTK: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto – Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners

NAOS [Estrategia]: Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad

NMPF: National Milk Producers Federation

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development

OIC: Observatoire International des Crises

OMS: Organización Mundial de la Salud (En inglés se conoce como World Health Organization, WHO)

ONU: Organización de las Naciones Unidas

PFP: Primary Food Processors

PNAN: Planes Nacionales de Acción para la Nutrición

PRCA: Public Relations and Communications Association

SAI Platform: Sustainable Agriculture Initiative

SFC: Scientific Committee for Food

SEAP: Society of European Affairs Professionals

SNE: Specialised Nutrition Europe

SPCA: Sociedad para la Prevención de la Crueldad hacia los Animales

UE: Unión Europea

UNESDA: Union of European Beverages Association

WFA: World Federation of Advertisers

YFLA: Association des Yaourts & Laits Fermentés Vivants

## Preámbulo

Carmen llevaba más de tres meses abandonada en una finca *ganadera* de Almoquera (Guadalajara) donde había sido explotada durante años. Fue testigo de cómo sus compañeros iban muriendo de hambre, desde que los trabajadores humanos dejaron de acudir a la finca por impago continuado de salario por parte de los propietarios. A partir de una orden judicial, los animales que quedaban vivos fueron realojados en lugares seguros. Así es como Carmen, después de una vida de inseminaciones, partos y extracción constante de leche, terminó refugiada en el Santuario Wings of Heart (Toledano, 2017).

Las vacas tienen una esperanza de vida natural de entre 20 a 25 años (Vegetarian Society, 2017), aunque la mayoría de las que son explotadas por los humanos para obtener leche —que su cuerpo genera originalmente para alimentar a sus crías— termina sus días en el matadero después de 5 o 6 años. Es el momento en el que ya no resultan rentables, pues su producción de leche ha descendido.

En ocasiones, el tratamiento que damos a los animales no humanos da lugar a hechos como los que sucedieron en esa finca de Guadalajara, que resultaron en el abandono de unos animales que son considerados objetos, herramientas, meros medios de producción de capital. Es cierto que, normalmente, estos animales, que son considerados como inversiones por la industria, no son abandonados. Lo más habitual es que pasen su vida como máquinas, y que sean enviadas al matadero, exhaustas, mucho antes de cumplir una quinta parte de su esperanza de vida natural. Morirán después de tres o cuatro años de vida. En cada uno de esos años experimentarán una gestación y un parto de un ternero que les será arrebatado al poco de nacer. Su leche es para consumo humano. Serán enviadas al matadero tras padecer diferentes enfermedades y condiciones dolorosas derivadas de su explotación; enfermedades y condiciones que en la industria láctea son un evento habitual y de ningún modo excepcional. Las vacas, del mismo modo que el resto de los animales a los que los humanos explotan, son seres sintientes que tienen interés en vivir y en disfrutar de sus vidas y no quieren morir. Pero les privamos de su identidad. Ignoramos que son individuos y no objetos (Horta, 2010; Hribal, 2014).

En un intento por no adolecer de lo mismo en el presente trabajo de investigación, se comienza mencionando brevemente la historia de vida de uno de esos millones de sujetos que son víctimas y deberían ser protagonistas —o al menos ser tenidos en cuenta como individuos con intereses propios, y no como estadísticas abstractas— en cualquier relato que trate de problematizar la industria láctea, que es en definitiva lo que se pretende en estas páginas.



# **CAPÍTULO 1**

## **PRESENTACIÓN**

## **1.1. Presentación del tema del estudio**

El objetivo de esta investigación es analizar el rol de los grupos de presión con respecto a los contenidos de las guías dietarias en la Unión Europea (UE). Con este fin, se ha escogido el estudio de caso de la Industria Láctea Europea (ILE), para realizar un análisis del discurso de los mensajes que lanzan los lobbies y think tanks de la ILE.

El objetivo final es conocer cuáles son los mensajes y pautas, con respecto a las guías dietéticas, para el consumo de lácteos, difundido por la ILE (a través de sus lobbies y think tanks), y cuáles son los mensajes que hacen referencia a los animales utilizados por la industria difundidos por los mismos emisores.

Los productos lácteos han sido recomendados durante décadas en las guías dietéticas gubernamentales y no gubernamentales en los países occidentales y su consumo ha sido tradicionalmente asociado a un estilo de vida saludable. Esta investigación pretende examinar qué papel han desempeñado los grupos de interés de la ILE en la construcción y promoción de este mensaje en Europa y cómo hablan de los individuos utilizados por la industria.

La relevancia de este tema de investigación es triple. En primer lugar, incluye un tema escasamente investigado hasta ahora desde la perspectiva de la comunicación: el papel de los grupos de interés en las guías dietéticas. En segundo lugar, se ocupa de una gran industria que ha sido estudiada muy limitadamente desde un punto de vista crítico desde los estudios de comunicación: la industria láctea europea. En tercer lugar, la presente investigación se aborda desde la perspectiva novedosa de los Estudios Críticos Animales y de Comunicación, una perspectiva emergente que une los Estudios Críticos de Comunicación y los Estudios Críticos Animales, con un fuerte énfasis en la cuestión ética desde una perspectiva antiespecista.

Como dato preliminar del poder de los lobbistas del sector, debemos tener en cuenta que ningún sector hizo más lobby en la Comisión Europea durante la fase preparatoria de las negociaciones para el Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP) que el sector de agroindustria (y alimentación), de acuerdo con datos publicados por el

Corporate Europe Observatory (Corporate Europe Observatory, 2014). Así, las multinacionales de la alimentación, el agrocomercio –en esta categoría se encuentran algunos de los grupos interés más relevantes que estudiaremos posteriormente, como la European Dairy Association (EDA) y European Farmers –European agri-cooperatives (COPA-COGECA)– y los productores de semillas tuvieron más contactos con la Dirección General de Comercio de la Comisión Europea que los lobistas de las industrias farmacéutica, química, financiera y automovilística juntas.

Por todas las razones anteriormente mencionadas, esta investigación supone un enfoque multidisciplinar que incluye las relaciones públicas, los medios de comunicación y la ética animal.

### **1.1.2. Perspectiva y nota sobre el lenguaje**

Para el presente estudio tomamos como referencia la definición de *especismo* de Joan Dunayer, quien presta especial atención al lenguaje y define el concepto como "un fracaso, en actitud o práctica, para conceder a cualquier ser no humano igual consideración y respeto" (Dunayer, 2004, p. 5)<sup>1</sup>. [Traducción propia y cita original en nota al pie. El mismo procedimiento respecto a las citas traducidas aplicará de aquí en adelante en todo el documento].

Es relevante remarcar la perspectiva múltiple desde la que se plantea el presente trabajo de investigación, que es triple:

a) Esta tesis parte, en primer lugar, de la visión crítica de la economía política de la comunicación. Este trabajo comparte con esta perspectiva la preocupación por el papel de la comunicación a la hora de promover (o evitar) el cambio social. Se comparte, en concreto, la necesidad de estudiar las relaciones de poder estructurales incluidas en el capitalismo, o, en palabras del profesor canadiense Vincent Mosco, académico que estudia la economía política de la comunicación con un enfoque de investigación crítica, "las relaciones de poder que constituyen mutuamente la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación"(Mosco, 2009, p.

---

<sup>1</sup> "a failure, in attitude or practice, to accord any nonhuman being equal consideration and respect" (Dunayer, 2004, p. 5).

2)<sup>2</sup>, defendiendo que existe una relación dialéctica entre la estructura y la capacidad de acción y autonomía y entre el poder y la resistencia. En este sentido, el estudio del papel de los medios de comunicación en la fabricación del consenso humano necesario para la opresión y explotación de los animales no humanos es un ámbito de estudio emergente que esta tesis intenta abordar de forma novedosa, atendiendo al papel de los grupos de interés en un caso concreto. En esta línea, se sigue la recomendación de Núria Almiron respecto a la necesidad de la inclusión de la explotación especista dentro de los estudios de economía política de comunicación, que argumenta en su artículo "Beyond Anthropocentrism: Critical Animal Studies and the Political Economy of Communication" (2016b).

b) En segundo lugar, esta investigación parte también de la perspectiva del análisis crítico del discurso. Siguiendo esta perspectiva, se toma la idea base de que el consenso social se construye a partir del lenguaje y el discurso (que está a su vez imbricado con el contexto de la economía política antes mencionado). Se parte pues de la necesidad de realizar un "análisis crítico de la reproducción discursiva del abuso de poder" en la sociedad (Van Dijk 2008, pp. 1-2)<sup>3</sup> con el objetivo de desvelar las "relaciones estructurales opacas [y] transparentes de dominio, discriminación, poder y control como se manifiestan en el lenguaje" (Meyer y Wodak 2001, 2)<sup>4</sup>.

c) Este trabajo se aborda, principalmente, desde una posición que conjuga el antiespecismo y el transfeminismo entre otras posturas, como modos de enfrentarse a las formas de discriminación jerárquicas que sufren las corporalidades e identidades diversas. Nuestra postura se ubica a favor de la diversidad y en contra de la opresión ejercida contra los cuerpos diferentes mediante la discriminación, ya sea por motivo de especie, etnia, lugar de procedencia, sexo, orientación sexual, capacidad, clase o edad, siguiendo lo defendido desde los Estudios Críticos Animales en el cuarto punto de sus "The Ten Principles of Critical Animal Studies": "4. Favorece una comprensión holística de los aspectos en común de las opresiones, como el especismo, sexismo, racismo, capacitismo, estatismo, clasismo, militarismo y otras ideologías e institucio-

---

<sup>2</sup> "the power relations that mutually constitute the production, distribution and consumption of resources, including communication resources" (Mosco, 2009, p. 2)

<sup>3</sup> "critical analysis of the discursive reproduction of power abuse" en la sociedad (Van Dijk 2008, pp. 1-2)

<sup>4</sup> "opaque [and] transparent structural relationships of dominance, discrimination, power and control as manifested in language" (Meyer y Wodak 2001, p. 2)

nes jerárquicas, consideradas como partes de un sistema de dominación global más amplio y entrelazado" (Nocella et. Al, 2014)<sup>5</sup>, y transitando más específicamente el camino que iniciaron Kimberlée Crenshaw (1991) desde los feminismos negros, así como las feministas socialistas (Sylvia Walby, 1990) y las ecofeministas (Chris J. Cuomo, 1998; Noël Sturgeon, 2009), y que seguirían y ampliarían Carol J. Adams (1990), Greta Gaard, (1993) entre otras.

Con respecto a esta última perspectiva, del mismo modo que el lenguaje sexista degrada a las mujeres y a todas aquellas identidades que quedan fuera de la categoría de *hombre*, existe un lenguaje especista que denigra a los animales que no entran dentro de la categoría de lo humano (Dunayer, 2001). Además de apoyar una jerarquía arbitraria que sitúa a los humanos en la parte superior de la misma, el lenguaje especista sostiene una falsa dicotomía entre lo humano y lo animal, olvidando que de hecho lo humano pertenece a lo animal.

Observar la explotación y la subordinación de otros animales como "parte de la vida" no solo está arraigado en las estructuras sociales y en la economía; también está íntimamente ligado al lenguaje. Nuestra forma de expresarnos nos distancia de la realidad de consumir los cuerpos y los fluidos corporales de otros animales, atribuyendo a los productos en los que convertimos a los otros animales la esencia de su existencia (Adams, 1997).

Al igual que el lenguaje sexista, el lenguaje especista legitima la explotación y la violencia. En este sentido, puede combatir o bien perpetuar el especismo (Adams, 1990 y Dunayer, 2001). Por lo tanto en las páginas de esta tesis se hará un especial énfasis en el cuidado de nuestras elecciones léxicas; es por esto que en todo el texto se intenta no utilizar lenguaje especista con respecto a los otros animales. Así por ejemplo se evitarán palabras como *ganado*, *vaca lechera*, *mascota*, *animales de granja*, etc. Del mismo modo se evitará hablar de los otros animales como meros recursos, reconociendo su calidad de sujetos (Sue Donaldson y Will Kymlicka, 2011) e individualidad (Hribal, 2014) que, de hecho, poseen.

---

<sup>5</sup> "4. Advances a holistic understanding of the commonality of oppressions, such that speciesism, sexism, racism, ableism, statism, classism, militarism and other hierarchical ideologies and institutions are viewed as parts of a larger, interlocking, global system of domination" (Nocella et. Al, 2014).

Siguiendo a Joan Dunayer, y del mismo modo que pasa con el uso del español, cuando nos expresamos utilizando la palabra *animales* solemos excluir de esta categoría a los humanos mediante una falsa separación, concluyendo que los humanos merecen una consideración moral especial, diferente de la del resto de los animales, mientras que con la expresión *animales no humanos* sí incluye en la categoría del reino animal a los humanos:

El uso estándar del inglés excluye a los humanos de los 'animales'. La falsa separación contradice el parentesco humano-no humano, lo que fomenta la visión supremacista humana de que los humanos merecen una consideración moral especial. El término *animales no humanos* (*no humanos* para abreviar) incluye de forma precisa a los humanos en la especie animal. Referirse a los animales como "humanos y no humanos" sigue dividiendo a los animales en humanos y todos los demás. Sin embargo, dentro del contexto del especismo, esa dicotomía es adecuada: el comportamiento humano es el problema, todos los no humanos necesitan protección frente a los humanos, y dicha protección requiere que los humanos otorguen derechos legales a todos los no humanos (Dunayer, 2016, p.92)<sup>6</sup>.

Por consiguiente, en esta investigación se procura utilizar las expresiones *los otros animales* u *otros animales* cuando hablamos de los animales que no son humanos, en lugar de denominarles, sencillamente *animales*. Del mismo modo, cuando hablamos de los humanos, adjetivaremos la expresión como norma general *animales humanos*, pues nos parece importante reflejar que la categoría *humano* se enclava inherentemente dentro de la categoría *animal*.

Igualmente, evitaremos las denominaciones que califican a los otros animales por los productos en los que los humanos convierten los cuerpos y fluidos de los otros anima-

---

<sup>6</sup> "Standard English usage excludes humans from 'animals'. The false separation belies human-nonhuman kinship, fostering the human-supremacist view that humans deserve special moral consideration. The term *nonhuman animals* (*nonhumans* for short) accurately includes humans in animalkind. Referring to animals as "human and nonhuman" still divides animals into humans and everyone else. However, within the context of speciesism, that dichotomy is apt: human behavior is the problem, all nonhumans need protection against humans, and such protection requires that humans accord all nonhumans legal rights" (Dunayer, 2016, p.92).

les y que les cosifican, o bien, cuando ello no sea posible por referirnos a fuentes que las usan, las incluiremos en cursiva. Concretamente la referencia común *vaca lechera* es una construcción humana que naturaliza la opresión especista de un grupo particular de bovinos. Por ello, en lugar de utilizar esta expresión o la expresión *ganado*, se emplearán otras palabras como vaca, bóvido, rumiante, etc.

Por otra parte, en las próximas páginas no se utilizará el masculino como neutro, sino que se alternará indistintamente masculino y femenino; aunque esta solución no es del todo satisfactoria por tratarse de un remedio binarista —que reduce a la población a dos categorías clásicas únicas hoy ya obsoletas— sí nos ha parecido que se trata de una elección que manifiesta nuestra voluntad de cambio y evolución del lenguaje y de la realidad que representa.

## **1.2. Problema y objetivos de la investigación**

### **1.2.1. La relevancia del caso de estudio de la Industria Láctea Europea.**

La industria láctea es un objeto de estudio de interés para la comunicación tanto desde el punto de vista de la economía política como de los estudios críticos del discurso. Ello es así por su relevancia económica, pero también desde los puntos de vista de la sostenibilidad y la ética. Estos tres puntos son esenciales para justificar la elección de la industria láctea en el marco de esta investigación y por este motivo se desarrollan a continuación.

#### **1.2.1.1. Economía**

Todos los estados miembros de la Unión Europea (UE), sin excepción, son productores de leche. La producción de leche representa aproximadamente un 15% del valor de la producción agrícola común y es la primera industria de productos de la UE. La UE es el primer exportador mundial de varios productos lácteos, entre ellos el queso. Para algunos estados miembros, esta industria constituye una parte muy importante de su economía agrícola. El total de la producción láctea europea alcanzó en 2015 los 162,8 millones de toneladas de leche (Comisión Europea, 2016) producidas por 23.595.000 vacas (Eurostat, 2017) explotadas por la industria.

Los lácteos están entre los 5 sectores más importantes de la industria de alimentos y bebidas de la UE, representando el 13% del total del volumen de negocio (en la cuarta posición) del total de la industria de alimentos y bebidas de Europa.

Del top 10 de empresas lácteas del mundo según su facturación anual, 5 son europeas. Once empresas procesadoras de lácteos en Europa están entre las 20 primeras del mundo<sup>7</sup>. La mayoría de ellas se encuentran en Francia. La suiza Nestlé encabeza la lista en 2019, con una facturación de 19.700 millones de euros. Como se muestra en la tabla 1, le siguen las francesas Lactalis, con 18.800 millones de euros, y

---

<sup>7</sup> Las 20 empresas de lácteos que más facturaron a nivel global en 2016 son las siguientes, por orden de mayor a menor: Nestlé (Suiza), Danone (Francia), Lactalis (Francia), Dairy Farmers of America (EEUU), FrieslandCampina (Holanda), Fonterra (Nueva Zelanda), Arla Foods (Dinamarca/Suecia), Yili (China), Saputo (Canadá), Mengniu (China), Dean Foods (EEUU), Unilever (Holanda/Reino Unido), Kraft Heinz (EEUU), Meiji (Japón), DMK (Alemania), Sodiaal (Francia), Schreiber Foods (EEUU), Savencia (Francia), Müller (Alemania) y Agropur (Canadá). (Kevin Bellamy y Saskia van Battum: 2017)



Danone, con una facturación de 16.300 millones de euros (Mary Ledman y Saskia Van Battum (2020).

Tabla 1: Principales empresas lácteas a nivel mundial

<b>EMPRE SA</b>	<b>País en el que se encuentra la sede</b>	<b>Facturación 2015. (En miles de millones de euros)</b>	<b>Facturación 2016. (En miles de millones de euros)</b>	<b>Facturación 2017. (En miles de millones de euros)</b>	<b>Facturación 2018. (En miles de millones de euros)</b>	<b>Facturación 2019. (En miles de millones de euros)</b>
Nestlé	Suiza	22,5	21,7	21,4	20,6	19,7
Danone	Francia	15,1	16,6	15,5	15,2	16,3
Lactalis	Francia	16,5	16,3	17,7	17,6	18,8
Dairy Farmers of America	EEUU	12,4	12,2	13,0	11,5	18
Friesland Campina	Holanda	11,1	11,1	12,0	11,6	11,3
Fonterra	Nueva Zelanda	11,8	10,8	12,1	12,1	11,8
Arla Foods	Dinamarca/Suecia	9,4	8,9	10,3	10,5	10,5
Yili	China	8,4	8,1	8,8	9,5	11,6
Saputo	Canadá	7,8	7,6	9,6	9,3	10,1
Mengniu	China	7,1	7,4	7,8	8,7	10,3

Fuente: Elaboración propia a partir de European Dairy Association (2017), Bellamy y van Battum (2017), Coppes, Van Battum y Ledman (2018), Van Battum y Ledman (2019), Ledman y Van Battum (2020).

La industria láctea europea (ILE) es una industria con enorme influencia política y económica que ha estado recibiendo durante décadas ayudas directas e indirectas a nivel europeo y nacional para compensar la caída del mercado global. La ILE es también una industria con gran presencia a nivel mundial, ya que sus productos se comercializan en la actualidad en países de todo el mundo; incluso en aquellos donde los derivados lácteos no se han consumido históricamente, como es el caso de China.

No es de extrañar pues que la industria láctea sea también una de las principales industrias en inversión publicitaria y de relaciones públicas. La empresa suiza Nestlé no es solo la principal empresa láctea europea sino también la mayor empresa alimentaria del mundo –junto a la americana Cargill- (Almiron, Cole, Freeman, 2016, pp. 26-41) y una de las principales anunciantes de publicidad en Europa (en 2019 Nestlé fue el tercer mayor anunciante en Europa, solo por detrás de Unilever y Heineken, según datos de la consultora Statista (2020). Según la misma fuente, Nestlé fue la empresa de bienes de consumo masivo más exitosa del mundo en 2018 según ventas netas.

#### **1.2.1.2. Medio ambiente**

La producción de la industria láctea de la Unión Europea experimentó un enorme crecimiento especialmente durante la segunda mitad del siglo XX. Con el aumento de la intensificación de la producción también vino el aumento de su impacto ambiental, especialmente en forma de emisiones de gases de efecto invernadero que contribuyen a la crisis climática, a la que la industria láctea contribuye de forma muy relevante.

La agricultura animal tiene una de las mayores huellas medioambientales. En 2006, el informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) *Livestock's long shadow: environmental issues and options* ya determinó que este sector era responsable de alrededor del 18% de las emisiones antropogénicas globales de gases de efecto invernadero (GEI) (Steinfeld et al., 2006). Este informe también advertía que la *ganadería* era uno de los tres sectores más dañinos para el medio ambiente y el calentamiento global. Investigaciones posteriores han rebajado este porcentaje al 14.5% del total de los gases de efecto invernadero, pero esta cifra sigue siendo superior a la de las emisiones directas del sector transporte (Gerber et al., 2013; Bailey et al., 2014). Dentro de la explotación de

animales para consumo humano, los lácteos suponen un mayor impacto que otros sectores. La crianza de una vaca llega a suponer un 50% más de emisiones de CO<sub>2</sub> que la cría de un cerdo o un pollo, y el metano que emiten las vacas permanece en la atmósfera con una eficacia 21 a 23 veces mayor que el CO<sub>2</sub> (Siegle, 2009).

Asociadas con los sistemas intensivos lácteos están las altas tasas de hacinamiento de las vacas, un elevado uso de fertilizantes y pesticidas químicos y métodos mecanizados, que resultan en problemas de contaminación directa, contaminación difusa y presión sobre los hábitats y sobre características del paisaje. La producción de leche impacta en el medioambiente de varias maneras. En concreto, las fuentes de emisiones consideradas cuando se habla de GEI son varias, e incluyen i) la cría de los animales en granjas, incluyendo la fermentación entérica, la deposición de estiércol, la gestión del estiércol y la aplicación de este en tierras agrícolas; ii) la producción de forrajes y piensos, incluyendo la aplicación de fertilizantes minerales, el cultivo de suelos orgánicos, residuos de cultivos y procesos industriales asociados (producción de fertilizantes); iii) el consumo energético de las explotaciones en relación con la explotación de otros animales y con la producción de alimento y energía para el transporte y procesado del alimento; iv) los cambios en el uso de la tierra inducidos por la producción de piensos y v) las emisiones derivadas del uso de la tierra mediante cambios en las tasas de secuestro de carbono relacionadas con la producción de piensos (Leip et al, 2010).

Es importante tener en cuenta que las consecuencias del consumo europeo de productos de origen animal no limitan sus efectos al territorio de la UE; el aumento de la demanda europea de alimentos para otros animales utilizados como *ganado* causa problemas ambientales en otros lugares del planeta como América Latina, donde la cría de animales no humanos para alimento humano es la causa principal de la deforestación del Amazonas, ya que casi el 80% de las áreas deforestadas en Brasil son utilizadas para la agricultura animal (Woolley, 2009). Estas exportaciones, principalmente de cultivos de soja para alimentar a animales no humanos que se explotan en granjas, no sólo plantean problemas ambientales sino también de desigualdades políticas, económicas y sociales (por ejemplo, por causa de la repercusión que ello tiene en la soberanía alimentaria de estos países, que ven sus tierras ocupadas en producir alimento para los animales no humanos estabulados en

Europa, en lugar de para sus ciudadanos humanos).

Europa depende de tierras externas a su territorio para la alimentación de su alimentación ganadera propia, la mayor parte de la cual se importa desde América del Sur. La Unión Europea importó en 2019 un total de 47,7 millones de toneladas de cereales y legumbres (Comisión Europea, 2020) de los que 14 millones de toneladas corresponden a habas de soja al año, principalmente desde Brasil y Estados Unidos, como fuente protéica de alimento para animales considerados como ganado, entre los que se encuentran las vacas utilizadas como productoras de leche (Comisión Europea, 2019).

El anuario estadístico de la European Feed Manufacturers' Federation (FEFAC), elaborado por Arnaud Bouxin (2013) muestra que el 69% de proteínas vegetales destinadas a la industria de producción animal en Europa (es decir, alimento para animales considerados como ganado) son importadas (excluyendo la harina de peces). Concretamente, y siguiendo la misma fuente, Europa es autosuficiente en términos de producción de soja en apenas un 3%, mientras que este producto proporciona el 64% de las materias primas ricas en proteínas para alimento animal.

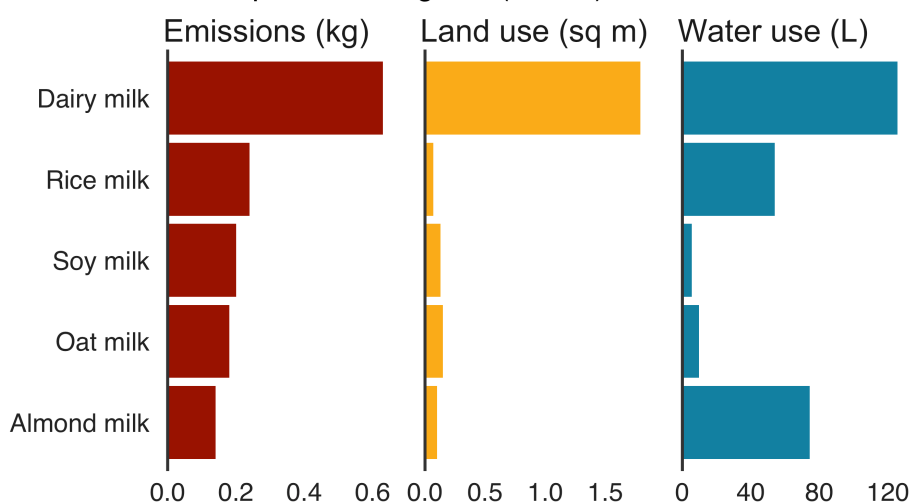
Los efectos negativos en el medioambiente de la industria láctea no hacen más que sumarse a los efectos negativos que produce en el planeta el resto de las explotaciones de animales para consumo humano (cerdos, pollos y gallinas para huevos principalmente), efectos que numerosos estudios demuestran podrían mitigarse en gran medida transformando la dieta. Por ejemplo, un estudio de la Universidad de Oxford afirma que "los impactos de los productos animales que tienen un menor impacto, exceden en promedio los impactos de sus sustitutos vegetales, tanto en emisiones, eutrofización, acidificación (excluyendo los frutos secos), y frecuentemente también el uso de la tierra" (Poore, J.; Nemecek, T.: 2019, p. 16) "lo que provee pruebas de la importancia de un cambio en nuestras dietas, de forma que pasar de las dietas actuales a una dieta que excluya productos de origen animal tiene un potencial transformador, reduciendo el uso de la tierra para alimentos en un 76%, incluyendo una reducción del 19% en tierra arable; las emisiones GHG de alimentos en un 49%; la acidificación en un 50%; eutrofización en un 49%; extracción de agua dulce en un 19% para el año de referencia 2010" (Poore, J.; Nemecek, T.: 2019, p. 18).

Abordando el caso concreto de los lácteos, el mismo estudio de Poore y Nemecek afirma que para la elaboración de los sustitutos vegetales todos los impactos ambientales son mucho menores. Así, según el mismo estudio, un vaso (200ml) de leche de vacas conllevaría aproximadamente el triple impacto ambiental que un vaso de leche de soja, casi quince veces más de uso de la tierra, y casi veinte veces más de uso de agua. Así, producir un vaso de leche cada día durante un año requiere 650 metros cuadrados de tierra, el equivalente a dos pistas de tenis y más de 10 veces la misma cantidad de leche de avena. Por su parte, la leche de almendra requiere más agua que producir leche de soja o leche de avena. Un solo vaso requiere 74 litros, más que una ducha promedio. También la leche de arroz requiere bastante agua, requiriendo 54 litros de agua por vaso. Sin embargo, tanto la leche de almendra como la de arroz necesitan mucha menos agua que la leche de vacas, como podemos ver en la siguiente figura.

Figura 1: Impacto ambiental de un vaso de leche de diferentes orígenes

### Which milk should I choose?

Environmental impact of one glass (200ml) of different milks



Source: Poore & Nemecek (2018), Science. Additional calculations, J. Poore



Fuente: BBC sobre Poore y Nemecek (2018).

Por último, es importante no olvidar que la industria láctea provee a la industria cárnica. Andrew Balmford y su equipo calculan que el 57% de la carne de vacuno con la que se comercia en el mundo se origina en la industria láctea (Balmford et al.: 2018). Para el caso europeo, según datos recopilados por Daniela Romero Waldhorn para 2017, del total de animales que terminaron sus vidas en mataderos de la Unión

Europea como vacuno ese año un 46,5% se trató de vacas criadas para leche (un total de 23.441.257 individuos). Todo indica que los impactos medioambientales negativos de la industria cárnica pueden ser, también, en parte, contabilizados dentro de la industria láctea.

### **1.2.1.3. Ética**

La preocupación pública con respecto a los animales explotados en granjas para producir alimentos ha ido creciendo en las últimas décadas en países diversos. Muchas prácticas normalizadas por la industria son cuestionadas desde hace tiempo por motivos éticos. La rama de la ética que se preocupa por los otros animales es la ética animal –que reflexiona sobre los derechos, intereses y bienestar de los animales explotados, entre otras cuestiones.

Las preocupaciones que hoy en día ocupan a la ética animal no son una cuestión nueva. Zoroastro (c. 1300-1000 a.C.), Pitágoras (c. 569 a.C.-c. 475 a.C.), Empédocles (495 a.C.-435 c.C-), Locke (1632-1704) o Schopenhauer (1788-1860) o Anna Bonus Kingsford (1846-1888) son solo algunas de las personas que han hablado, a lo largo de los siglos y cada una desde su propia perspectiva, sobre las cuestiones que aborda hoy en día la ética animal. La preocupación por el bienestar de los demás animales cuajo en el siglo XIX con la creación de las primeras organizaciones en defensa de los animales, entre cuyos primeros hitos se cuenta la denuncia de la vivisección –la experimentación con animales– en la década de 1870. Una figura importante de aquellos días fue la anteriormente mencionada Anna B. Kingsford, una de las primeras mujeres inglesas en obtener una licenciatura en medicina, cuya campaña contra la vivisección contribuyó a la aprobación de la Ley de Crueldad contra los Animales de 1876 en el Reino Unido.

El inicio del movimiento moderno en defensa de los animales se suele asociar no obstante con la publicación de la obra del filósofo australiano Peter Singer *Animal Liberation* en 1975. Esta obra iría, no obstante, precedida de una importante actividad precursora. Así, en los últimos años de la década de 1960, arranca la actividad de un grupo de estudiantes de posgrado de filosofía de la universidad de Oxford, conocidos como el Oxford Group, entre cuyos miembros estaban Roslind Godlovitch, Stanley Godlovitch, John Harris, David Wood, Michael Peters, Andrew Linzey, Peter Singer y

Richard D. Ryder, que en 1979 publicarían *Animals' Rights - a Symposium*. De entre todos ellos, Ryder acuñaría en 1970 el término *especismo* para describir la asignación de valor a unos seres u otros en base a su pertenencia a una especie particular. El término *especismo* se ha consolidado hoy en día y es utilizado actualmente por activistas por la defensa animal como paralelismo de otras opresiones como el racismo o el sexismo. Ryder se convirtió a su vez en 1972 en coautor de *Animals, Men and Morals: An Inquiry into the Maltreatment of Non-humans*. El mismo año apareció el libro *Animal and Morals* de Rosalind Godlovitch. Estas obras constituyen los principales antecedentes del movimiento, si bien es la obra de Singer en 1975 la que, como se ha dicho, se considera punto de partida para el movimiento moderno de los derechos animales.

Desde entonces, un número creciente de autoras y autores han seguido reflexionando sobre el bienestar de los animales no humanos y denunciando la violencia que ejercemos contra ellos, como Adams (1990), Spiegel (1996), Young (2003), Dunayer (2004), Bekkof (2005), Horta (2010), Joy (2010), Gruen (2011), Donaldson y Kymlicka (2011), Nibert (2013) y Desaulniers (2015), entre muchos otros. La presente investigación se inspira en estos estudios, desde una perspectiva que intenta integrar el respeto por los animales, humanos y no humanos, y el planeta en el que tienen lugar nuestras vidas.

En el apartado 2.4.1 de este trabajo se podrán encontrar algunas reflexiones sobre la ética animal aplicada al caso concreto de la explotación de las vacas en la industria láctea europea.

#### **1.2.1.4. Influencia**

La industria alimentaria, y en concreto la industria láctea, son actores que han adquirido, a través de los años una gran cota de poder en la sociedad capitalista. Tal y como explica Marion Nestle (2002) y según desarrolló en un famoso discurso Margaret Chan en 2013 –directora general de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en ese momento– y como entraremos a detallar más adelante, las multinacionales que componen el oligopóleo lácteo cuentan con una gran capacidad de influencia sobre quienes toman decisiones políticas, lo cual les conduce a ejercer gran influencia sobre el público en general.

El poder de la industria es tal que Chan y Nestle, entre muchas otras personas y colectivos, han denunciado que la industria alimentaria influye en las políticas sobre salud y alimentación de los gobiernos y, lo que quizá sea más preocupante, que estos se dejan influir por la industria.

En el caso de la industria láctea la capacidad de influencia se ve reflejada, además de en su enorme inversión publicitaria y de relaciones públicas mencionada más arriba, en su capacidad de influir en los patrones de comportamiento relacionados con la alimentación de la ciudadanía. Una de las formas que tiene la industria alimentaria, y la láctea en concreto, de incidir en los hábitos alimentarios es a través de las guías dietarias impulsadas por gobiernos de todo el mundo.

Las guías dietarias o guías alimentarias, que quedarán definidas en el primer apartado del siguiente capítulo, son una serie de pautas que pretenden servir como base para formular políticas nacionales no solo en materia de nutrición, sino también con respecto a la salud y la agricultura.

Estas orientaciones aconsejan sobre el tipo y cantidad de alimentos que la población debe ingerir para en teoría obtener los nutrientes necesarios para gozar de buena salud. Se trata de pautas en las que predomina el lenguaje simple y los apoyos gráficos como fotografías o ilustraciones.

## **1.2.2. Objetivos de la investigación**

### ***1.2.2.1. Objetivo general***

El objetivo general de esta investigación es estudiar el discurso de los grupos de presión de la industria láctea europea (ILE) desde una perspectiva antiespecista y por lo tanto crítica con la explotación de todos los seres sintientes, sea cual sea su especie. Se pretende con ello medir la capacidad de influencia de esta industria en lo relativo a la normalización de la realidad de explotación en la que está basada y de las recomendaciones alimentarias que se imponen socialmente.

### ***1.2.2.2. Objetivos específicos***

Para alcanzar el objetivo general, los objetivos específicos de esta investigación son tres:



- i. Análisis de la historia, estructura y mercado de la industria láctea en la Unión Europea para identificar a sus principales actores corporativos y grupos de interés.
- ii. Identificar el discurso que construyen los principales grupos de interés de la ILE con respecto a los animales que explotan.
- iii. Identificar el discurso que construyen los principales grupos de interés de la ILE relacionado con las orientaciones alimentarias.

#### **i. Análisis de la economía política de la industria láctea en la Unión Europea: historia, estructura y mercado.**

Este primer objetivo específico supone un paso previo al análisis de discurso de la industria láctea europea (ILE) necesario para poder identificar con precisión al objeto de estudio y la interpretación de su contexto, que se toma como referencia con la que contrastar los resultados de la tesis.

Una omisión habitual de los estudios del discurso en general es la relativa a la realidad material –la economía política– en la que se enmarcan los mensajes. En el presente trabajo se ha querido evitar esto al considerarse que el discurso y la ideología que este traslada no operan en un vacío, sino sobre una estructura, en este caso una estructura capitalista. Por este motivo, antes de identificar los marcos discursivos, se ha considerado necesario realizar un análisis de la historia, la estructura y el mercado de la industria láctea en la Unión Europea, con el fin de conocer al emisor de los mensajes y las “relaciones de poder que constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación” (2009, p.2, citado en Almiron, 2017b, p.2), siguiendo la perspectiva crítica habitual de la economía política de la comunicación (Mosco, 2009). Esta parte de la investigación no es únicamente un paso previo sino una parte esencial de la presente tesis, pues se conoce así el sustrato que orienta y sostiene el discurso.

En este acaso, además, la economía política de la industria láctea conlleva una realidad concreta para millones de animales y que conforma un contexto que no solo no es posible negligir, sino que es el eje y motivo de esta investigación. Por este

motivo, y como punto de partida, en el marco teórico se explicará además la realidad de la explotación animal, que constituye el contexto con el que se contrastan los mensajes de los grupos de interés analizados.

**ii. Identificar el discurso de los principales grupos de interés de la industria láctea europea (ILE) con respecto a su tratamiento de los animales a los que explota por su leche**

El segundo objetivo específico tiene como propósito llevar a cabo un análisis crítico del discurso sobre las vacas de una muestra de mensajes difundidos por los grupos de interés (informes, comunicados de prensa, notas de prensa, boletines internos, documentos de posición, etc.) de la ILE. Para ello se analiza para el periodo entre 2008 y 2018 el discurso de los grupos de interés de la ILE, con especial atención a cómo representan discursivamente a los animales (las vacas) a las que explotan por su leche, siempre presente de algún modo en las orientaciones dietarias. Este análisis se considera necesario en el estudio del discurso de los grupos de interés de la ILE con respecto a las orientaciones alimentarias, pues la representación de las vacas que incorpore este discurso es relevante para conocer de qué maneras se normaliza la explotación de las vacas para seguir justificando su explotación por motivos económicos.

**iii. Identificar el discurso de los principales grupos de interés de la ILE relacionado con las orientaciones alimentarias**

El tercer objetivo específico tiene como propósito llevar a cabo un análisis crítico del discurso sobre las orientaciones alimentarias de una muestra de mensajes difundidos por los grupos de interés (informes, comunicados de prensa, notas de prensa, boletines internos, documentos de posición, etc.) de la ILE. El fin último es analizar, para el periodo entre 2008 y 2018 el discurso de los grupos de interés de la ILE, con especial atención a lo relacionado con las directrices dietéticas oficiales —o aquellos mensajes que puedan o pretendan influir en estas directrices y en los medios de comunicación y la opinión pública en general, con respecto a los beneficios para la salud de las personas y la calidad de los alimentos, dado que siempre hay presente una porción de lácteos dentro de las guías dietarias, y las orientaciones siempre incluyen este tipo de producto. Es decir, aquellos mensajes que, en definitiva, tratan de

influir sobre el consumo.

### **1.2.3. Estructura del documento**

A continuación se describe cómo está organizado el contenido de la presente tesis doctoral.

El documento se divide en seis capítulos diferentes. En este primer capítulo se ha introducido el tema de estudio a tratar, se ha ofrecido una nota sobre el lenguaje utilizado a lo largo de todo el trabajo de investigación y se han planteado los problemas, relevancia y objetivos de la investigación.

El segundo capítulo proporciona el marco teórico de la investigación, organizado como sigue:

En primer lugar, para el marco teórico de la investigación, se abordan las políticas públicas y la comunicación estratégica. Para las políticas públicas se describen las políticas alimentarias públicas en particular, aportando una breve historia de las pautas alimentarias públicas, poniendo de manifiesto la influencia de la industria alimentaria en las políticas públicas. En segundo lugar, para la comunicación estratégica, se presentan las principales perspectivas de la teoría de las relaciones públicas y los grupos de presión, una breve historia de su nacimiento y evolución, definiciones para los distintos conceptos (*grupo de interés* y *grupo de presión*, *lobby* y *think tank*), la ética y deontología del sector de las relaciones públicas y los grupos de presión (incluyendo la discusión del *interés general* frente a unos *intereses particulares* y la deontología profesional) y el marco regulatorio de la actividad de lobby, que aporta asimismo una serie de datos sobre qué es y cómo se realiza en la práctica esta actividad en Europa y en España.

En el tercer apartado del segundo capítulo se ahonda en los estudios críticos animales y en los estudios críticos de comunicación, que son las dos grandes perspectivas teóricas desde las que se trabaja en el presente estudio. En la primera parte, además de explicar qué son los estudios críticos en comunicación se ofrecen sus principales perspectivas y se razona sobre la principal laguna de esta perspectiva: su incapacidad de ver a los otros animales como sujetos de estudio. En la segunda parte se presenta

una historia y definición de los estudios críticos animales, y posteriormente se explica la introducción de la perspectiva comunicativa y mediática dentro de estos estudios.

En el cuarto apartado del segundo capítulo, se revisan los antecedentes de esta investigación. Este epígrafe supone una revisión literaria donde se resumen de forma breve las investigaciones y ensayos previos existentes, relacionados con la problemática láctea, que hayan sido elaborados desde el punto de vista de los estudios críticos animales. Para ello se han organizado los epígrafes según las principales diferentes problemáticas detectadas dentro de la industria láctea desde los estudios críticos de comunicación.

El tercer capítulo es un estado de la cuestión referido concretamente a las vacas, como principales damnificadas por la industria láctea. En este capítulo se aborda quiénes son estos individuos, y se estudia la construcción de las vacas como objetos productores, y se especifica cómo son sus vidas en la industria láctea europea. Para cerrar el capítulo se aporta información con respecto a lo que la legislación europea permite respecto a su modo de vida en la industria, en referencia a su bienestar.

El cuarto capítulo hace referencia a las cuestiones metodológicas. Aquí se presenta el diseño de la investigación y las dos principales herramientas metodológicas: la observación documental y el análisis crítico del discurso. También se presenta teóricamente la entrevista semiestructurada, al haber utilizado este método como apoyo.

En el capítulo quinto se ofrecen los resultados, estructurados siguiendo los objetivos específicos enunciados con anterioridad. Así, en la primera parte de los resultados se presenta la investigación realizada respecto al estado de la cuestión de la industria láctea en la Unión Europea y sus grupos de interés. Se ofrece, así, contexto al tema en el que se ancla la presente investigación, cartografiando quiénes son los emisores de los mensajes que pretendemos conocer y estudiando la materialidad de la realidad atendiendo a las relaciones de poder. Para ello, se introduce en primer lugar una historia de la actual industria láctea en la Unión Europea, se explican dos problemas importantes y complejos (la Política Agraria Común o PAC y las cuotas lácteas). Se prosigue describiendo el mercado de los lácteos y posteriormente se presentan a los actores de la industria láctea en Europa: los principales grupos empresariales del sector lácteo y los principales lobbies y think tanks de dicho sector.

En la segunda parte de los resultados se presentan los datos obtenidos mediante el análisis crítico de discurso, organizados por categorías temáticas en dos grandes apartados; uno para el objetivo discursivo relacionado con los animales explotados por la industria láctea y otro para el objetivo discursivo relacionado con la salud y la nutrición.

Finalmente en el capítulo sexto se presentan las conclusiones y una discusión de las mismas, enunciando, para terminar, algunas limitaciones respecto al presente trabajo y una serie de recomendaciones para futuras investigaciones.

# **CHAPTER 1**

## **PRESENTATION**

## **1.1. Presentation of the study theme**

The objective of this research is to analyse the role pressure groups play in determining the content of dietary guidelines in the European Union (EU). The European Dairy Industry (EDI) was chosen as a study case to analyse the discourses of the EDI lobbies and think tanks.

The main objective is to determine what the messages and patterns of this industry are with respect to dietary guidelines and the consumption of dairy products. We also aimed to establish the EDI discourses on the animals used by the industry.

Dairy products have been recommended for decades in governmental and non-governmental dietary guidelines in Western countries and their consumption has traditionally been associated with a healthy lifestyle. This research aims to examine what role the EDI interest groups have played in constructing and promoting this message in Europe and how they talk about the animals that the industry uses.

The relevance of this research topic is threefold. First, it includes a topic that has been researched very little from a communication perspective: the role of interest groups in dietary guidelines. Second, it deals with a large industry that has also been studied very little from a critical point of view and from communication studies: the European Dairy Industry. Third, this research was carried out from the novel perspective of Critical Animal and Communication Studies, an emerging perspective that unites Critical Communication Studies and Critical Animal Studies, with a strong emphasis on the ethical question from an anti-speciesist perspective.

As a preliminary indication of the power of lobbyists in the sector, we must bear in mind that, according to data published by the Corporate Europe Observatory (Corporate Europe Observatory, 2014), the agribusiness sector (and the food sector) was the sector that lobbied most strongly in the European Commission during the preparatory phase of the negotiations for the Transatlantic Trade and Investment Treaty (TTIP). Thus, food multinationals, agro-commerce (we will study later some of the most relevant interest groups in this category, such as the European Dairy Association (EDA) and European Farmers–European agri-cooperatives (COPA-COGECA)) and seed producers have more contact with the European Commission's Directorate-General for Trade (DG

TRADE) than lobbyists from the pharmaceutical, chemical, financial and automobile industries combined.

For all the aforementioned reasons, this research involves a multidisciplinary approach that includes public relations, the media, and animal ethics.

### **1.1.2. Perspective and note on language**

For the present study we take as a reference the definition of speciesism by Joan Dunayer, who pays particular attention to language and defines the concept as "a failure, in attitude or practice, to accord any nonhuman being equal consideration and respect" (Dunayer, 2004, p. 5).

This research was carried out from a threefold perspective:

a) Firstly, this dissertation starts from a critical vision of the political economy of communication. This work shares with this perspective the concern for the role played by communication in promoting (or avoiding) social change. In particular, we share the need to study the structural power relations included in capitalism, or, in the words of Canadian scholar Vincent Mosco, an academic studying the political economy of communication with a critical research approach, "the power relations that mutually constitute the production, distribution and consumption of resources, including communication resources" (Mosco, 2009, p. 2). We defend that there is a dialectical relationship between the structure and the capacity for action and autonomy and between power and resistance. Therefore, studying the role that the media play in constructing the human consensus necessary for the oppression and exploitation of nonhuman beings is an emerging field of study that this dissertation addresses in a novel way by studying the impact of interest groups in a specific case. We followed the recommendation made by Núria Almiron to include speciesist exploitation within the studies of the political economy of communication, which she discusses in her article "Beyond Anthropocentrism: Critical Animal Studies and the Political Economy of Communication" (2016b).

b) Secondly, this research is also based on critical discourse analysis. According to this perspective, the basic idea is taken that social consensus is constructed from language and discourse (which is in turn embedded within the aforementioned political economy



context). This thesis is therefore based on the need to carry out a "critical analysis of the discursive reproduction of power abuse" in society (Van Dijk 2008, pp. 1-2) with the aim of revealing the "opaque [and] transparent structural relationships of dominance, discrimination, power and control as manifested in language" (Meyer and Wodak 2001, p. 2).

c) Thirdly, this work is approached, mainly, from a position that combines anti-speciesism and transfeminism, among others, as ways of facing hierarchical forms of discrimination experienced by diverse corporealities and identities. Our position is in favour of diversity and against the oppression exercised against different bodies through discrimination, whether on the grounds of species, ethnicity, place of birth, sex, sexual orientation, abilities, class or age, in accordance with the fourth point of "The Ten Principles of Critical Animal Studies": "4. Advances a holistic understanding of the commonality of oppressions, such that speciesism, sexism, racism, ableism, statism, classism, militarism and other hierarchical ideologies and institutions are viewed as parts of a larger, interlocking, global system of domination" (Nocella et. al, 2014). More specifically, we follow the path that Kimberl e Crenshaw (1991) began with black feminisms, as well as socialist feminists (Sylvia Walby, 1990), and ecofeminists (Chris J. Cuomo, 1998; No l Sturgeon, 2009), expanded by Carol J. Adams (1990) and Greta Gaard (1993), among others.

With respect to this last perspective, in the same way that sexist language degrades women and all those identities that fall outside the category of man, there is a speciesist language that degrades animals that do not fall within the category of human (Dunayer, 2001). In addition to supporting an arbitrary hierarchy that places humans at the top, speciesist language supports a false dichotomy between the human and the animal, forgetting that humans in fact belong to the animal category.

Viewing the exploitation and subordination of other animals as "part of life" is a construct not only ingrained in social structures and the economy, it is also intimately linked to language. Our way of expressing ourselves distances us from the reality of consuming the bodies and bodily fluids of other animals, so that the essence of the animal's existence is the products into which we convert it (Adams, 1997).

Like sexist language, speciesist language legitimizes exploitation and violence. Therefore, it can combat or perpetuate speciesism (Adams, 1990; Dunayer, 2001). In this dissertation, we therefore place particular emphasis on taking care with our lexical choices. Throughout the text there is an attempt to not use speciesist language with respect to other animals. Thus, for example, words such as *cattle*, *dairy cow*, *pet*, *farm animals*, etc. are avoided. Similarly, we avoid talking about other animals as mere resources, and recognize them as subjects (Sue Donaldson and Will Kymlicka, 2011) with individuality (Hribal, 2014).

According to Joan Dunayer, when we express ourselves using the word *animals* (both in English and Spanish) we usually exclude humans from this category through a false separation, concluding that humans deserve special moral consideration, different from the one given to other animals. By using the expression *nonhuman animals*, humans are included in the animal kingdom:

Standard English usage excludes humans from 'animals'. The false separation belies human-nonhuman kinship, fostering the human-supremacist view that humans deserve special moral consideration. The term nonhuman animals (nonhumans for short) accurately includes humans in animalkind. Referring to animals as "human and nonhuman" still divides animals into humans and everyone else. However, within the context of speciesism, that dichotomy is apt: human behavior is the problem, all nonhumans need protection against humans, and such protection requires that humans accord all nonhumans legal rights (Dunayer, 2016, p.92).

Therefore, in this research we use the expressions *the other animals* or *other animals* when we talk about animals that are not human, instead of simply calling them *animals*. Similarly, when we speak about humans, we use *human animals*, since it is important to reflect that the human category is inherently embedded within the animal category.

Likewise, we will avoid the names that qualify other animals by the products into which humans convert their bodies and fluids and that reify them, except when this is not possible when referring to sources that use them. Specifically, the common reference *dairy cow* is a human construction that naturalizes the speciesist oppression of a par-

ticular group of cattle. Therefore, instead of using this expression, or the expression *cattle*, other words such as cow, bovid, ruminant, etc. are used.

Moreover, in Spanish, we will not use the masculine as neutral, but will alternate between masculine and feminine; although this solution is not entirely satisfactory because it is a binary remedy (which reduces the population to two unique classical categories that are now obsolete) this choice expresses our desire to change and evolve language and the reality it represents.

## **1.2. Research problem and objectives**

### **1.2.1. The relevance of the European Dairy Industry case study**

The dairy industry is a study object for communication both from the point of view of the political economy and from critical discourse studies due to its economic relevance, and also from the standpoints of sustainability and ethics. These three points are essential in justifying the choice of the dairy industry for this research. We therefore discuss these points in depth below.

#### **1.2.1.1. Economy**

All the member states of the EU, without exception, are milk producers. Milk production represents about 15% of the value of common agricultural production and is the first industry for products in the EU. The EU is the world's leading exporter of various dairy products, including cheese. For some member states, this industry constitutes a very large part of their agricultural economy. The total European dairy production in 2015 reached 162.8 million tonnes of milk (European Commission, 2016) produced by 23,595,000 cows (Eurostat, 2017) exploited by the industry.

Dairy is among the five most important sectors of the EU food and drink industry, representing 13% of the total turnover (in fourth position) of the total food and drink industry in Europe.

Of the top 10 dairy companies in the world, according to their annual turnover, five are European. Eleven dairy processing companies in Europe are among the top 20 in the world. Most of these are in France. Swiss Nestlé topped the list in 2019, with a turnover of 19.7 billion euros. As shown in Table 1, this company is followed by the French

Lactalis, with 18,800 million euros (Mary Ledman and Saskia Van Battum (2020).

Table 1: Main dairy companies worldwide

<b>COMPANY</b>	<b>Country where the headquarters are located</b>	<b>Dairy turnover 2015. (In billions of euros)</b>	<b>Dairy turnover 2016. (In billions of euros)</b>	<b>Dairy turnover 2017. (In billions of euros)</b>	<b>Dairy turnover 2018. (In billions of euros)</b>	<b>Dairy turnover 2019. (In billions of euros)</b>
Nestlé	Switzerland	22.5	21.7	21.4	20.6	19.7
Danone	France	15.1	16.6	15.5	15.2	16.3
Lactalis	France	16.5	16.3	17.7	17.6	18.8
Dairy Farmers of America	USA	12.4	12.2	13.0	11.5	18
Friesland Campina	Holland	11.1	11.1	12.0	11.6	11.3
Fonterra	New Zealand	11.8	10.8	12.1	12.1	11.8
Arla Foods	Denmark/Sweden	9.4	8.9	10.3	10.5	10.5
Yili	China	8.4	8.1	8.8	9.5	11.6
Saputo	Canada	7.8	7.6	9.6	9.3	10.1
Mengniu	China	7.1	7.4	7.8	8.7	10.3

Source: Own elaboration based on European Dairy Association (2017), Bellamy and van Battum (2017), Coppes, Van Battum and Ledman (2018), Van Battum and Ledman (2019), Ledman and Van Battum (2020).

The European Dairy Industry (EDI) has massive political and economic influence and has been receiving direct and indirect aids at European and national levels for decades to compensate for the decline in the global market. The EDI is also an industry with a large presence worldwide, since its products are currently marketed in countries around the world; even in those countries where dairy products have not been consumed historically, such as China.

Not surprisingly, the dairy industry is also one of the top industries in spending on advertising and public relations. The Swiss company Nestlé is not only the main European dairy company but also the largest food company in the world, along with the North American company Cargill (Almiron, Cole, Freeman, 2016, pp. 26-41) and one of the main advertisers in Europe (Nestlé was the third largest advertiser in Europe in 2019, only behind Unilever and Heineken) according to data from the consultancy Statista (2020). The same source shows that Nestlé was the world's most successful mass consumer goods company in 2018 in relation to net sales.

#### **1.2.1.2. Environment**

The production of the dairy industry in the European Union has grown enormously, especially during the second half of the 20th century. With the increased intensification of production has also come an increase in the environmental impact, mainly in the form of greenhouse gas emissions that contribute to the climate crisis. The dairy industry contributes in a very relevant way to GHG emissions.

Animal agriculture has one of the largest environmental footprints. In 2006, the United Nations Food and Agriculture Organization (FAO) report *Livestock's long shadow: environmental issues and options* determined that this sector was responsible for around 18% of global anthropogenic greenhouse gas emissions (GHG) (Steinfeld et al., 2006). This report also warned that livestock was one of the three most damaging sectors for the environment and global warming. Subsequent research has lowered this percentage to 14.5% of the total greenhouse gases; however, this figure is still higher than that of direct emissions from the transport sector (Gerber et al., 2013; Bailey et al., 2014). Within the exploitation of animals for human consumption, dairy products have a greater impact than other sectors. Raising a cow leads to 50% more CO<sub>2</sub> emissions than raising a pig or a chicken, and the methane emitted by cows remains in the atmosphere with an efficiency 21 to 23 times greater than CO<sub>2</sub> (Siegle, 2009).

Associated with intensive dairy systems are high cow overcrowding rates, high use of chemical fertilizers and pesticides, and mechanized methods, resulting in direct contamination problems, diffuse contamination, and pressure on habitats and landscape features. Milk production impacts the environment in a number of ways. Specifically, there are several sources of GHG emissions, including: i) animal

husbandry on farms, including enteric fermentation, manure deposition, manure management and application of this in agricultural land; ii) forage and feed production, including the application of mineral fertilizers, cultivation of organic soils, crop residues and associated industrial processes (fertilizer production); iii) the energy consumption of the farms in relation to the exploitation of other animals and the production of food and energy for the transport and processing of food; iv) changes in land use induced by feed production; and v) emissions from land use through changes in carbon sequestration rates related to feed production (Leip et al., 2010).

It is important to bear in mind that the consequences of the European consumption of products of animal origin are not limited to the EU territory; the increase in the European demand for food for other animals used as *livestock* causes environmental problems in other parts of the planet, such as Latin America, where the rearing of nonhuman animals for human food is the main cause of the deforestation of the Amazon. Indeed, almost 80% of deforested areas in Brazil are used for animal agriculture (Woolley, 2009). These exports, mainly soybean crops to feed non-human animals that are exploited on farms, not only pose environmental problems but also political, economic and social inequalities (for example, due to the impact this has on the food sovereignty of these countries, whose lands are occupied in producing food for the nonhuman animals housed in Europe, rather than for their human citizens).

Europe depends on land outside its territory to feed its own *livestock*, most of which is imported from South America. In 2019, the European Union imported a total of 47.7 million tons of cereals and legumes (Comisión Europea, 2020), of which 14 million tons were soybeans, mainly from Brazil and the United States, as a protein food source for animals considered as livestock, among which are cows used as milk producers (European Commission, 2019).

The statistical yearbook of the European Feed Manufacturers' Federation (FEFAC), prepared by Arnaud Bouxin (2013) shows that 69% of plant proteins destined for the animal production industry in Europe (that is, feed for animals considered as livestock) are imported (excluding fish meal). Specifically, and according to the same source, Europe is self-sufficient in terms of soy production by just 3%, while this product provides 64% of the raw materials rich in protein for animal feed.

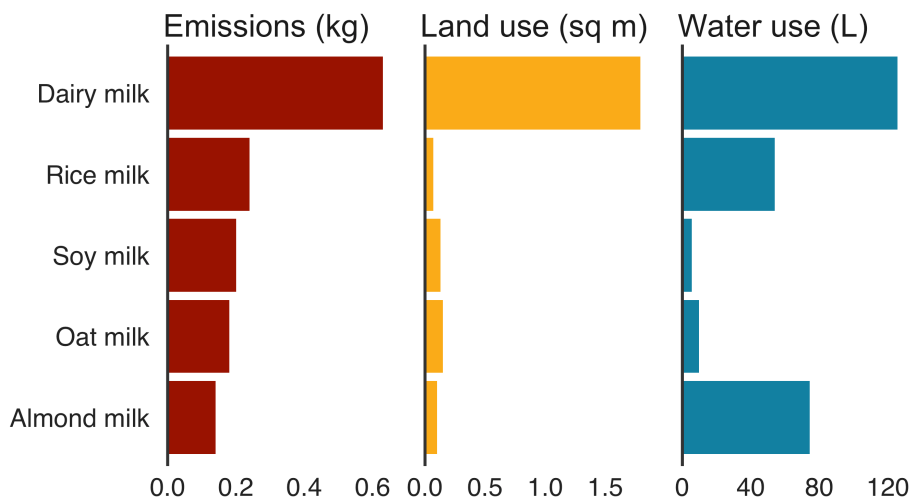
The dairy industry's negative effects on the environment are added to the negative effects on the planet produced by the rest of the animal exploitations for human consumption (mainly pigs, chickens and hens for eggs). Numerous studies show that these effects could be greatly mitigated by transforming the diet. For example, a study by the Oxford University states that "the impacts of animal products that have a lower impact, exceed on average the impacts of their plant substitutes, both in emissions, eutrophication, acidification (excluding nuts), and frequently also the use of land" (Poore, J.; Nemecek, T.: 2019, p. 16) "which provides evidence of the importance of a change in our diets, so that moving from current diets to a diet that excludes animal products has transformative potential, reducing land use for food by 76%, including a 19% reduction in arable land, GHG emissions from food by 49%, acidification by 50%, eutrophication by 49%; extraction of fresh water by 19% for the reference year 2010" (Poore, J.; Nemecek, T.: 2019, p.18).

Addressing the specific case of dairy products, the same study by Poore and Nemecek states that all the environmental impacts are much lower for producing plant substitutes. Thus, according to this study, a glass (200ml) of cow's milk would have approximately three times the environmental impact as a glass of soy milk, almost fifteen times more land use, and almost twenty times more water use. Thus, producing a glass of milk every day for a year requires 650 square meters of land, the equivalent of two tennis courtyards, which is more than 10 times the same amount needed for oat milk. Almond milk requires more water than producing soy milk or oat milk. A single glass requires 74 litres, which is more than an average shower. Rice milk also requires a lot of water, as it needs 54 litres of water per glass. However, both almond and rice milk need much less water than cow's milk, as we can see in the following figure.

Figure 1: Environmental impact of a glass of milk from different origins

## Which milk should I choose?

Environmental impact of one glass (200ml) of different milks



Source: Poore & Nemecek (2018), Science. Additional calculations, J. Poore **BBC**

Source: BBC on Poore and Nemecek (2018).

Finally, it is important not to forget that the dairy industry supplies the meat industry. Andrew Balmford and his team estimate that 57% of the world's traded beef originates from the dairy industry (Balmford et al.: 2018). For the European case, according to data collected by Daniela Romero Waldhorn for 2017, of the total animals that ended their lives in slaughterhouses in the European Union as *cattle* that year, 46.5% were cows raised for milk (a total of 23,441,257 individuals). Everything indicates that the negative environmental impacts of the meat industry can also, in part, be accounted for within the dairy industry.

### 1.2.1.3. Ethics

Public concern regarding animals exploited on farms for food production has been growing in recent decades in various countries. Many standard practices of the industry have long been questioned on ethical grounds. The branch of ethics that is concerned with other animals is animal ethics, which reflects on the rights, interests and welfare of exploited animals, among other issues.

The concerns that today occupy animal ethics are not a new issue. Zoroaster (c. 1300-1000 B.C.), Pythagoras (c. 569 B.C.-c. 475 B.C.), Empedocles (495 B.C.-435 B.C-), Locke (1632-1704), Schopenhauer (1788-1860) and Anna Bonus Kingsford (1846-



1888) are just a few of the people who have discussed over the centuries, from their specific perspectives, the issues that animal ethics address today. Concern for the welfare of other animals came to fruition in the 19th century with the creation of the first organizations in defence of animals. Among the first milestones was the denouncing of vivisection (animal experimentation) in the 1870s. An important figure of that time was the aforementioned Anna B. Kingsford, one of the first English women to obtain a medical degree, whose campaign against vivisection contributed to the passing of the Cruelty to Animals Act of 1876 in the United Kingdom.

However, the beginning of the modern movement in defence of animals is usually associated with the publication in 1975 of the work *Animal Liberation* by the Australian philosopher Peter Singer. This work was, however, preceded by other important activities. In the late 1960s, the activity of a group of philosophy graduate students from Oxford University became known as the Oxford Group, among whose members were Roslind Godlovitch, Stanley Godlovitch, John Harris, David Wood, Michael Peters, Andrew Linzey, Peter Singer and Richard D. Ryder, who in 1979 would publish *Animals' Rights: a Symposium*. Ryder coined the term speciesism in 1970 to describe the act of assigning value to certain beings or others based on their belonging to a particular species. The term speciesism has been consolidated today and is currently used by activists for animal defence as a parallel to other oppressions such as racism and sexism. Ryder in turn became a co-author of *Animals, Men and Morals: An Inquiry into the Maltreatment of Non-humans* in 1972. The same year Rosalind Godlovitch's book *Animal and Morals* appeared. These works are the main antecedents of the movement, although it is Singer's work in 1975 that, as mentioned above, is considered the starting point of the modern animal rights movement.

Since then, a growing number of authors have continued to reflect on the welfare of nonhuman animals and denounce the violence employed against them, including Adams (1990), Spiegel (1996), Young (2003), Dunayer (2004), Bekkof (2005), Horta (2010), Joy (2010), Gruen (2011), Donaldson and Kymlicka (2011), Nibert (2013) and Desaulniers (2015), among many others. This research is inspired by these studies, from a perspective that aims to integrate respect for animals, humans and nonhumans, as well as the planet on which we live.

Section 2.4.1 of this work provides some reflections on animal ethics applied to the specific case of the exploitation of cows in the European dairy industry.

#### **1.2.1.4. Influence**

The food industry, and specifically the dairy industry, are actors that have acquired, over the years, an enormous amount of power in capitalist society. As explained by Marion Nestle (2002) and as presented in a famous speech in 2013 by Margaret Chan (the director of the World Health Organization (WHO) at that time), and which we will discuss in detail later, multinational companies that make up the dairy oligopolies have a very large capacity to influence those who make political decisions. Therefore, they exert a huge influence on the general public.

The power of the industry is such that Chan and Nestle, among many other people and groups, have denounced that the food industry influences the health and nutrition policies of governments and, what is perhaps more worrying, that these allow themselves to be influenced by the industry.

In the case of the dairy industry, in addition to its enormous public investment in public relations, its impact is reflected in its ability to influence citizens' behaviour patterns in relation to their diets. One of the ways that the food industry, and the dairy industry in particular, has an effect on eating habits is through the dietary guidelines promoted by governments around the world.

The dietary guidelines, which will be defined in the first section of the next chapter, are a series of guidelines that are intended as a basis for formulating national policies not only in terms of nutrition, but also with respect to health and agriculture. These guidelines advise on the type and quantity of foods that the population should eat in order to obtain the necessary nutrients for good health. Simple language and graphic supports such as photographs and illustrations predominate in the guidelines.

## **1.2.2. Research objectives**

### **1.2.2.1. General objective**

The general objective of this research is to study the discourse of the pressure groups of the European Dairy Industry (EDI) from an anti-speciesist perspective and therefore a view that is critical of the exploitation of all sentient beings, whatever their species. The aim is to measure this industry's capacity to influence the normalization of the exploitation reality on which it is based as well as the food recommendations that are socially imposed.

### **1.2.2.2. Specific objectives**

To achieve the general objective, this research has three specific objectives:

- i. Analyse the history, structure and market of the dairy industry in the European Union to identify its main corporate players and interest groups.
- ii. Identify the discourse that the main EDI interest groups construct with respect to the animals they exploit.
- iii. Identify the discourse that the main EDI interest groups construct related to food guidelines.

#### **i. Analysis of the political economy of the dairy industry in the European Union: history, structure and market**

This first specific objective is a preliminary step to the discourse analysis of the European dairy industry (EDI) necessary to accurately identify the object of study and interpret its context, which is taken as a reference with which to contrast the results of the dissertation.

A common omission of discourse studies in general is that of the material reality (political economy) in which messages are framed. In this work we have aimed to avoid this by considering that the discourse and the ideology that are conveyed do not

operate in a vacuum, but rather within a structure, in this case a capitalist structure. Therefore, before identifying the discursive frameworks, it is necessary to carry out an analysis of the history, structure and market of the dairy industry in the European Union, in order to understand the sender of the messages and the "relations of power that constitute the production, distribution and consumption of resources, including communication resources" (Almiron, 2017b, p.2), following the usual critical perspective of the political economy of communication (Mosco, 2009). This part of the research is not only a preliminary step but also an essential part of this thesis, since the substrate that guides and sustains the discourse is therefore known.

In this case, the political economy of the dairy industry also entails a specific reality for millions of animals and forms a context that is the axis and reason for this research. Therefore, and as a starting point, the theoretical framework will also explain the reality of the animal exploitation, which constitutes the context against which the interest groups' messages are contrasted.

## **ii. Identify the discourse of the main interest groups of the European Dairy Industry (EDI) on their treatment of the animals they exploit for milk**

The second specific objective is to carry out a critical analysis of the EDI's discourse on cows from a sample of messages disseminated by its interest groups (reports, press releases, internal bulletins, position papers, etc.). The discourses of the EDI interest groups were analysed for the period between 2008 and 2018, paying particular attention to how they discursively represent the animals (the cows) that they exploit for their milk, which is always present in some way in dietary guidelines. This analysis is necessary in the study of the EDI interest groups' discourse on dietary guidelines, because the representation of cows incorporated in the discourse is relevant to determine in what ways the exploitation of cows is normalized to continue justifying their exploitation on economic grounds.

## **iii. Identify the discourse of the main EDI interest groups related to dietary guidelines**

The third specific objective is to carry out a critical analysis of the discourse on dietary guidelines of a sample of messages disseminated by the EDI interest groups (reports,

press releases, internal bulletins, position papers, etc.). The ultimate aim is to analyse, for the period between 2008 and 2018, the EDI interest groups' discourse related to the official dietary guidelines, including those messages that may or intend to influence these guidelines and the media and public opinion in general. This includes the messages regarding the benefits for people's health and the quality of food, given that a portion of dairy foods is always present within the dietary guidelines, and the orientations always include this type of product. These messages, therefore, ultimately try to influence consumption.

### **1.2.3. Structure of the document**

The following section describes how the content of this doctoral thesis is organized.

The document is divided into six different chapters. In this first chapter the study subject to be discussed is introduced, and there is a note on the language used throughout the research work as well as the issues, relevance and objectives of the research.

The second chapter provides the theoretical framework for the research, organized as follows:

First, we look at public policies and strategic communication. In particular, public food policies are described, providing a brief history of public food guidelines, and highlighting the influence of the food industry on public policies. Second, for strategic communication, we present the main perspectives of the theory of public relations and pressure groups, a brief history of its birth and evolution, definitions for the different concepts (interest group and pressure group, lobby and think tank), the ethics and deontology of the public relations sector and pressure groups (including a discussion of the general interest against particular interests and professional deontology) and the regulatory framework of lobbying activity. We also provide information on what this activity entails and how it is carried out in Europe and Spain.

The third section of the second chapter takes an in depth look at critical animal studies and critical communication studies, which are the two major theoretical perspectives that this research is based on. In the first part, in addition to explaining what critical communication studies are, its main perspectives are discussed and we look at the

main gap in this perspective: its inability to see other animals as study subjects. In the second part, a history and definition of critical animal studies is presented, and then the communicative and media perspective is introduced within these studies.

In the fourth section of the second chapter, the antecedents of this research are reviewed. This epigraph is a literary review which briefly summarizes the existing previous research and essays related to the dairy problem, written from the point of view of critical animal studies. The headings have been organized according to the main different issues detected within the dairy industry in relation to critical communication studies.

The third chapter looks at the present situation of the cows exploited in this sector, as the main victims of the dairy industry. This chapter deals with who these individuals are, and studies the construction of cows as production objects, and specifies what their lives are like in the European dairy industry. To close the chapter, information is provided regarding what European legislation allows regarding the cows' lives in the industry, in reference to their welfare.

The fourth chapter refers to methodological issues. The research design and the two main methodological tools are presented here: the documentary observation and the critical discourse analysis. The semi-structured interview is also presented, as this method is used as a support.

In the fifth chapter we provide the research results, structured following the specific objectives stated above. Thus, the first part of the results is related to the research carried out on the present situation of the dairy industry in the European Union and its interest groups. Thus, a context is provided for the subject, which is used as the basis of this research. We map who the senders of the messages are and study the materiality of the present reality, taking into account power relations. First, a history of the current dairy industry in the European Union is outlined and two important and complex problems are explained (the Common Agricultural Policy or CAP and the milk quotas). We then describe the dairy market and present the players in the dairy industry in Europe, the main business groups in the dairy sector and their main lobbies and think tanks.

In the second part of the results, we present the data obtained through critical discourse analysis, organized by thematic categories into two large sections: one for the discursive objective related to the animals exploited by the dairy industry and one for the discursive objective related to health and nutrition.

Finally, in the sixth chapter, the conclusions and a discussion of these are presented. We end by stating some limitations of the present work and provide a series of recommendations for future research.

## **CAPITULO 2.**

### **MARCO TEÓRICO**



La presente investigación ha sido elaborada teniendo en cuenta que son varios los factores que definen su marco teórico concreto. En este documento se estudia una problemática originada en el seno de una industria en concreto, la industria láctea, que se engloba en un lugar específico, la Unión Europea.

Todo lo estudiado se ha efectuado desde un punto de vista específico, que es bicéfalo: por un lado, el de los estudios críticos de comunicación, y por otro, el de los estudios críticos animales.

Para dar respuesta al objetivo de esta investigación, se ha configurado un entramado teórico que conjuga tres dimensiones significativas para tal fin. En primer lugar, se aborda un análisis de las políticas públicas, en las que se enmarca la elaboración de las guías dietarias. Se plantea una aproximación a las políticas alimentarias en concreto, presentando una breve historia de las pautas alimentarias públicas, explicando el desarrollo e implementación de las guías alimentarias, mostrando sus principales representaciones, y se presentan las críticas más fundamentales a dichas representaciones, para terminar abordando la influencia de la industria alimentaria y su influencia en las políticas alimentarias. En segundo lugar se trata el marco de la comunicación estratégica, en el que se enmarcan los lobbies y think tanks: se parte de una aproximación general, se explica las principales perspectivas teóricas desde las que se estudian las relaciones públicas y los grupos de presión (pluralista, elitista y nuevas aproximaciones) para pasar a analizar en detalle qué son y cómo surgen los lobbies y think tanks, así como la ética y deontología de la profesión y del sector, el rol de los grupos de interés en la sociedad y el marco regulatorio de la actividad, tanto en España como en el resto de países de la Unión Europea. Se detalla cuáles son las principales instituciones europeas a las que se hace lobby, para comprender cómo funciona el fenómeno de esta actividad, y se clarifica la problemática de la transparencia que tienen este tipo de entidades, para terminar explicando la comunicación estratégica del sector alimentario. En tercer lugar la investigación se emmarca en los estudios críticos sobre animales y comunicación, de modo que se incluyen también en el marco teórico los orígenes y perspectivas de ambos campos académicos. El apartado culmina con una revisión de aquellos antecedentes de la presente investigación que se han realizado desde el mismo punto de vista teórico-crítico.



## 2. 1. Políticas públicas

### 2.1.1. Aproximación general

El estudio de las políticas públicas tiene su origen en Estados Unidos, como consecuencia de un contexto particular intelectual, económico y sociopolítico concreto (Valencia y Álvarez, 2008). Según Valencia y Álvarez, "el primer componente fue la confluencia de la existencia de un sistema de gobierno democrático estable con la creación de agencias de investigación y asesoramiento independientes" (2008: 97). Tras la segunda guerra mundial, el gobierno de Estados Unidos implementó diferentes programas sociales, entre ellos algunos relacionados con la salud, lo que se tradujo en el modelo político conocido como *welfare state* o Estado del bienestar.

Siguiendo a Valencia y Álvarez, el segundo componente que promovería el estudio de las políticas públicas en Estados Unidos de forma pionera sería el ideológico, derivado del presidente Woodrow Wilson (1913-1921). Wilson, que provenía de la academia, trabajó para reformar la administración pública, separando administración y política y poniendo énfasis en la confianza en el poder de la "razón técnica" para solventar los problemas de la sociedad. Los presidentes que le siguieron al terminar la segunda guerra mundial, especialmente John F. Kennedy y Lyndon B. Johnson, prosiguieron el objetivo de Wilson, impulsando la racionalidad técnico-científica para solventar las cuestiones administrativas y de gobernabilidad, implementando una serie de programas sociales para cuya realización se incorporaron académicos y analistas expertos, economistas, sociólogos y psicólogos sociales, entre otros.

Carlos Javier Bugallo Salomón explica que el término "política pública" es relativamente reciente en Europa. Aquí no se incorporó a los términos de ciencias políticas y administrativas hasta la década de 1970. Bugallo define *políticas públicas* como

el conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un Gobierno para solucionar los problemas que en un momento determinado los ciudadanos y el propio Gobierno consideran prioritarios. Desde este punto de vista, las políticas públicas se pueden entender como un proceso que se inicia

cuando un Gobierno o un directivo público detecta la existencia de un problema que, por su importancia, merece su atención y termina con la evaluación de los resultados que han tenido las acciones emprendidas para eliminar, mitigar o variar ese problema (Bugallo, 2015).

Por su lado, José Emilio Graglia define políticas públicas como "proyectos y actividades que un Estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración pública a los fines de satisfacer necesidades de una sociedad" (2004, p.19).

Según André-Nöel Roth Deubel, las políticas públicas son

un conjunto formado por uno o varios objetivos colectivos considerados como necesarios o deseables y por medios y acciones que son tratadas, por lo menos parcialmente, por una institución u organización gubernamental con la finalidad de orientar los comportamientos de actores individuales o colectivos para modificar una situación percibida como insatisfactoria o problemática (2002, p.27).

En palabras de Joan Subirats,

Podemos referirnos a la política del gobierno sobre un tema como sinónimo de la norma o conjunto de normas que existen sobre determinada problemática (...). Pero también como conjunto de programas u objetivos que tiene el gobierno en tal campo (...). Política también como resultado final, como *output*, como producto (1992, p.40).

Para Carlos Ricardo Aguilar Astorga y Marco Antonio Lima Facio:

lo peculiar de la política pública consiste en ser un conjunto de acciones intencionales y causales, orientadas a la realización de un objetivo de interés / beneficio público, cuyos lineamientos de acción, agentes, instrumentos, procedimientos y recursos se reproducen en el tiempo de manera constante y coherente, en correspondencia con el cumplimiento de funciones públicas que son de naturaleza permanente o con la atención de problemas públicos cuya solución implica una acción sostenida. La estructura estable de sus ac-

ciones, que se reproduce durante un cierto tiempo, es lo esencial y específico de ese conjunto de acciones de gobierno que llamamos política pública (2009, p.3).

Entre los puntos comunes a casi todas las definiciones referidas podríamos apuntar, como mínimo, las siguientes características generales para todas las políticas públicas:

- 1.- Se trata de actuaciones implementadas desde el gobierno
- 2.- Buscan resolver problemas públicos
- 3.- Se acotan una serie de objetivos.
- 4.- Se definen una o varias acciones para conseguir los objetivos
- 5.- Participan múltiples actores.
- 6.- Es un proceso en forma de ciclo, no secuencia lineal
- 7.- El proceso termina con una evaluación de lo conseguido

Según Bugallo (2015), hay tres elementos esenciales para comprender el contenido concreto de una política pública: el modo de comportarse de todos los actores implicados (las relaciones entre las instituciones y los grupos sociales protagonistas del problema o política pública); los medios que tienen los actores para perseguir sus objetivos; y las normas relacionadas con una política determinada.

Siguiendo a Bugallo, hoy en día la formulación de las políticas públicas va destinada o bien a corregir y reorientar políticas anteriores que o fracasaron o han de modificarse para responder a nuevos retos, o bien a integrar políticas públicas diversas.

Desde el momento en el que el gobierno es conocedor de la existencia de un problema o cuestión, tiene básicamente dos opciones iniciales: actuar sobre él o no. Si se decide intervenir sobre la cuestión, comienza el proceso para elaborar una política pública al respecto. Este proceso incluye varias fases, a saber: establecimiento de objetivos,

detección de posibles vías para la consecución de los mismos y comparación de las diferentes soluciones, la valoración de posibles consecuencias de todas las alternativas planteadas, selección de una o varias opciones, e implementación en forma de "programa de actuación político-administrativo (PPA)" compuesto, generalmente, de cinco elementos complementarios que podemos resumir en: objetivos; elementos para la evaluación (cuantificables); designación de responsables y recursos; procedimientos e intervención (Bugallo, 2015).

Por último, es importante mencionar que tras la implementación de las políticas públicas es necesario llevar a cabo una evaluación de los resultados de las mismas. Siguiendo a Bugallo, está perfectamente razonada la necesidad de aplicar una evaluación posterior a la implementación de las políticas, para conocer en qué grado se han conseguido alcanzar los objetivos perseguidos, y qué consecuencias imprevistas se han dado a partir de la implementación de las medidas.

Además de para conocer el grado de la consecución de los objetivos, es necesario poder comunicar esto a la población: "En un sistema democrático el Gobierno tiene que rendir cuenta de sus actos, explicar sus decisiones a los ciudadanos, presentar los logros alcanzados en las distintas áreas en las que interviene y legitimar, con resultados, sus decisiones" (Bugallo, 2015). Es decir, para que el gobierno pueda justificar las políticas que implementa, deberá llevar a cabo una evaluación de los resultados de las mismas.

### **2.1.2. Política alimentaria**

Como afirma Marion Nestle en su libro *Food Politics*, la dieta es una cuestión política:

Debido a que el asesoramiento dietético afecta a las ventas de alimentos y debido a que las empresas exigen un entorno regulatorio favorable para sus productos, las prácticas dietarias plantean problemas políticos que llegan directamente al corazón de las instituciones democráticas (Nestle, 2002, p.28)<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Because dietary advice affects food sales, and because companies demand a favorable regulatory environment for their products, dietary practices raise political issues that cut right to the heart of democratic institutions (Nestle, 2002, p.28)

Siguiendo a Nestle, quién decide lo que deben comer las personas y si un alimento determinado es saludable o no son cuestiones importantes que definen el modo en que los gobiernos (y los medios de comunicación) equilibran los intereses públicos y los empresariales. (2002, p.28).

Para la gestión de estos intereses, las autoridades gubernamentales han creado una serie de plataformas oficiales relacionadas con las políticas alimentarias y que ejercen impacto en la Unión Europea, bien por ser organismos europeos, bien por ser organismos internacionales reconocidos por la UE. Entre estas plataformas, podemos destacar las siguientes:

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación o Food and Agriculture Organization of the United Nations por sus siglas en inglés (FAO)<sup>9</sup>. Es una organización formada por países y funciona bajo la intercesión de la ONU. Tiene 180 Estados miembro además de la Unión Europea y trabaja en más de 130 países. Según su página web, se fundó en 1945 con la “finalidad de aumentar los niveles nutricionales y de vida, mejorar la productividad agrícola y la situación de la población rural” (FAO, s.f.a). Su objetivo principal es “coordinar y desarrollar actividades internacionales para erradicar el hambre” (FAO, s.f.a), y lo hace “mediante el fomento de la modernización de las actividades agrícolas, forestales y de captura de otros animales para su consumo” (FAO, s.f.a). Su sede central está en Roma y además tiene oficinas regionales en diferentes continentes.
- Comisión del Codex Alimentarius<sup>10</sup>. Fundada en 1963, es un órgano intergubernamental conjunto de la FAO y la Organización Mundial de la Salud (OMS) con base en Roma. La finalidad de esta comisión, tal y como se afirma en su página web, es “garantizar alimentos inocuos y de calidad a todas las personas y en cualquier lugar” (FAO, s.f.2), con el objetivo ulterior de facilitar el comercio internacional de alimentos. Tomando como base el asesoramiento científico de la OMS, esta comisión elabora normas alimentarias internacionales con el objetivo de proteger la salud de los consumidores, dar

---

<sup>9</sup> Más información en: <http://www.fao.org>

<sup>10</sup> Más información en: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/es/>

solución a las diferencias comerciales y eliminar las barreras al comercio. Es considerada como el más alto organismo internacional en materia de normas de alimentación.

- Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria (DG SANTE) <sup>11</sup>. Se enmarca dentro de la Comisión Europea y su sede se encuentra en Bruselas (Bélgica). Según su sitio web sus objetivos son “hacer de Europa un lugar más saludable y seguro, donde los ciudadanos puedan confiar en que sus intereses están protegidos. Puede que no sea posible una sociedad de riesgo cero, pero estamos haciendo todo lo posible para reducir y gestionar los riesgos para nuestros ciudadanos” <sup>12 13</sup> (Comisión Europea, s.f.). La DG SANTE es responsable "de la política de la Unión Europea sobre seguridad de los alimentos y salud y del seguimiento y la aplicación de las leyes correspondientes" (Comisión Europea, s.f.). Sus responsabilidades se dividen en Salud Pública y Seguridad Alimentaria. Siguiendo la información disponible en la web de la institución, las 10 prioridades políticas de la Comisión, la DG SANTE contribuye a “Empleo, crecimiento, inversión”; “Mercado interior”; “Acuerdo de libre comercio UE-EE.UU.” y “Mercado único digital”.
- Plataforma Europea de Acción sobre Alimentación, Actividad Física y Salud<sup>14</sup>. Creada en 2005, su web informa de que depende de la Comisión de Seguridad y Salud Alimentaria y es un foro para organizaciones europeas que "deseen invertir las tendencias actuales en materia de alimentación y actividad física". Bajo la dirección de la Comisión, esta plataforma “sirve de modelo para medidas relacionadas sobre esta cuestión entre los distintos segmentos de la sociedad y fomenta iniciativas locales, regionales o nacionales en toda Europa”.
- Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (CHAFEA). Es la

---

<sup>11</sup> Más información en su sitio web: [https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety_en)

<sup>12</sup> "To make Europe a healthier, safer place, where citizens can be confident that their interests are protected. A zero-risk society may not be possible but we are doing as much as we can to reduce and manage risks for our citizens" (Comisión Europea, s.f.).

<sup>14</sup> Más información en su sitio web: [https://ec.europa.eu/health/nutrition\\_physical\\_activity/platform\\_es](https://ec.europa.eu/health/nutrition_physical_activity/platform_es)



Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud y Alimentación<sup>15</sup> que gestiona el Programa de Salud de la Unión Europea, el Programa de Consumidores y la iniciativa "Mejora de la formación para aumentar la seguridad alimentaria". También dirige relaciones con beneficiarios y empresas participantes en 400 proyectos, así como contratos de servicios relacionados con la salud, la seguridad alimentaria y la protección de los consumidores.

- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)<sup>16</sup>. Se fundó tras una serie de crisis alimentarias ocurridas en Europa en la década de 1990. Su principal responsabilidad es la evaluación, asesoramiento y comunicación de riesgos relacionados con la cadena alimentaria.

Para el caso español, las entidades más relevantes para el tema que nos ocupa serían las siguientes:

- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (MSSSI)<sup>17</sup>. Al Ministerio le corresponde la planificación y ejecución de las políticas del Gobierno de España relacionadas con la salud y con la inclusión social. Está dirigido por una persona titular, la ministra o ministro, asistida por el Gabinete y el Consejo Asesor de Sanidad. Y de su titular dependen la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, la Subsecretaría de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, la Secretaría General de Sanidad y Consumo y el Real Patronato sobre Discapacidad. Desde enero de 2021 la ministra es Carolina Darias. Anteriormente lideraron el ministerio Dolors Montserrat Montserrat (desde el 4 de noviembre de 2016 a enero de 2021), antes Fátima Báñez (del 16 de agosto de 2016 al 4 de noviembre de 2016) y Alfonso Alonso Aranegui (del 3 de diciembre de 2014 al 16 de agosto de 2016).
- Agencia Española de Consumo, seguridad alimentaria y nutrición (AECOSAN, antes conocida como AESAN)<sup>18</sup>. Adscrita al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a través de la Secretaría General de Sanidad y Consumo

---

<sup>15</sup> Más información en su sitio web: <http://ec.europa.eu/chafea/about/about.html>

<sup>16</sup> Más información en: [https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/efsa\\_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/efsa_es)

<sup>17</sup> Más información en su sitio web: <https://www.msssi.gob.es/organizacion/ministerio/home.htm>

<sup>18</sup> Más información en:

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad\\_alimentaria/subdetalle/consumo\\_alimentos\\_europa.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subdetalle/consumo_alimentos_europa.htm)

es el resultado de una fusión entre el Instituto Nacional del Consumo y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Entre sus objetivos se encuentran defender los derechos de los consumidores, promover la seguridad alimentaria y planificar, coordinar y desarrollar estrategias y actuaciones para informar a la población en los ámbitos de la nutrición y la salud. De 2012 a 2014 su presidenta fue Pilar Farjas Abadía y su Directora Ejecutiva fue Ángela López de Sá (su currículum destaca porque de 1992 a 2012 ocupó el cargo de Directora de Asuntos Científicos y Regulatorios en Coca Cola<sup>19</sup>). De 2014 a 2016 el presidente fue Rubén Moreno Palanques. Le siguió en el cargo José Javier Castrodeza Sanz, Secretario General de Sanidad y Consumo junto a la Directora Ejecutiva Teresa Robledo de Dios, siendo en la actualidad el presidente Rafael Escudero Alday y la Directora Ejecutiva Isabel Peña-Rey<sup>20</sup>. Tener voz en AECOSAN, como explica VSF Justicia Alimentaria Global en su informe denominado Confiad en mí. Puertas giratorias, conflictos de intereses y amistades peligrosas entre la industria alimentaria y los organismos de salud (Guzmán y García, 2015:20) supone poder “intervenir en grupos de trabajo y decisión sobre promoción alimentaria, educación nutricional y campañas en escuelas y centros escolares. También representa tener acceso a los mecanismos de cooperación en el ámbito de la nutrición y de la seguridad alimentaria de las comunidades autónomas, las entidades locales (FEMP) y tres ministerios: el MSSI, el MAGRAMA [denominado MAPAMA en la actualidad] y el de Economía y Competitividad. La patronal alimentaria tiene un puesto en el consejo de dirección y un peso preponderante en todas las actividades de la Estrategia NAOS. AECOSAN también cofinancia el Programa Thao contra la obesidad infantil en los municipios. A su vez, THAO, constituida como fundación, tiene como patrocinador principal a Nestlé”. AECOSAN es, según VSF, “importante para el lobby alimentario porque establece los parámetros nacionales de salud en el ámbito de la nutrición, y en particular de la prevención de la obesidad”.

---

<sup>19</sup> Más información en su currículum electrónico: <https://es.linkedin.com/in/angela-lopez-de-sa-85b43833>

<sup>20</sup> Información actualizada en el sitio web de AECOSAN:

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/agencia/subseccion/equipo\\_directivo.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/agencia/subseccion/equipo_directivo.htm)

En España existen además otras entidades oficiales, cuyas responsabilidades a veces pueden solaparse, en las que la industria alimentaria busca defender sus intereses. Algunos ejemplos serían el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) antes conocido como el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA); el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINEUR) y la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación (IDI.MINECO). También podríamos mencionar al Consejo del ICEX, en el Observatorio de la Distribución Comercial (Secretaría de Estado de Comercio), el Observatorio de la Cadena Alimentaria (dependiente del MAPAMA) y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).

Las anteriores plataformas gubernamentales, tanto en Europa como en España, son las responsables, entre muchas otras tareas, de definir lo que se ha venido a llamar *guías dietéticas* o *guías alimentarias*. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), por ejemplo, explica en su página web que las *Food-based dietary guidelines* (FBDG), Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA), según la traducción al español que ofrecen la FAO y la ONU, también a veces llamadas sencillamente *guías alimentarias* o *guías dietarias*, tienen por objetivo "servir de base para la formulación de políticas nacionales en materia de alimentación y nutrición, salud y agricultura, así como de programas de educación nutricional destinados a fomentar hábitos de alimentación y modos de vida sanos". Estas guías proporcionan consejo sobre "alimentos, grupos de alimentos y modelos alimentarios" con el fin de proporcionar los nutrientes requeridos al público para así "fomentar la salud en general y prevenir las enfermedades crónicas" (FAO, 2017).

Las guías dietarias basadas en alimentos han sido definidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como:

la expresión de los principios de la educación nutricional, principalmente como alimentos destinados a ser utilizados por miembros individuales del público general. Cuando no pueden expresarse como alimentos, están escritos en un lenguaje que evita los términos técnicos de la ciencia nutricional. Además, también puede existir un conjunto de pautas dietéticas expresadas en términos científicos para los creadores de políticas y los profesionales de la salud

determinando cuantitativamente los nutrientes y componentes de los alimentos (OMS, 1998)<sup>21</sup>.

Podemos afirmar en definitiva que las guías alimentarias basadas en alimentos son una serie de pautas o declaraciones destinadas a ayudar a que la población tome decisiones informadas acerca de los alimentos, fomentando una vida saludable, mantener un peso óptimo y reducir las enfermedades crónicas. Según la OMS, las guías alimentarias deben ofrecer mensajes sencillos relevantes para el público y prácticas en su consecución.

Estas guías se basan en objetivos nutricionales, como las calorías recomendadas y la ingesta de nutrientes y, tal y como indica la página web de la OMS, pueden ser "amplias como 'come una variedad de alimentos cada día' o 'come abundantes frutas y verduras' o más específicas como 'toma lácteos bajos en grasa y bebe leche baja en grasa' o sobre una comida en particular 'desayuna todos los días'". A menudo estas guías incluyen una representación gráfica (GR) "como ayuda para la comprensión de la población".

Aunque no aparece en las definiciones oficiales, estas recomendaciones también se basan en los alimentos producidos mayoritariamente en cada país, cuyas industrias casi siempre suelen estar representadas a la hora de elaborar estas guías.

Según las organizaciones que las editan y promueven, este tipo de guías no utilizan datos numéricos respecto a los macro y micronutrientes necesarios, sino que dicen ofrecer una forma práctica de interpretar dichos datos para facilitar la información a nivel poblacional.

El espacio disponible en una guía alimentaria es limitado, sobre todo si hablamos de su representación gráfica, que a menudo es la que verdaderamente trascenderá en la prensa de referencia y en otras aplicaciones de difusión masiva. Debido a esta limitación práctica, todos los detalles respecto a la representación de un producto o alimento

---

<sup>21</sup> "the expression of the principles of nutrition education mostly as foods intended for use by individual members of the general public. Where they cannot be expressed as foods, they are written in language that avoids the technical terms of nutritional science. In addition, a set of dietary guidelines expressed in scientific terms may also exist for policy makers and health care professionals with quantitative determination of the nutrients and food components" (OMS, 1998)

en concreto (lugar en el que figura dentro de la gráfica, tamaño, proporción frente al resto de componentes de la imagen) son relevantes para el modo en el que la población captará la información. Por eso, los grupos de interés asociados a los diferentes componentes de las guías ejercen sistemáticamente presión durante el transcurso de su elaboración, pues cualquier indicativo de que lo saludable es comer menos de un alimento o producto en cuestión podrá provocar cambios negativos en las ventas de dichos productos.

### **2.1.2.1. Breve historia de las pautas alimentarias públicas**

A continuación se elabora un repaso somero de la historia de las guías y pautas dietarias con el objetivo de contextualizar el análisis de contenido y de discurso de los mensajes de los grupos de interés objeto de estudio de esta investigación.

Desde siempre, mucho antes del descubrimiento de los micro y macronutrientes y el papel que juegan en el cuerpo y en la salud, las personas han ido comprobando de forma experiencial que ciertos alimentos son buenos para la salud y que otros no lo son. Los consejos dietarios se basaban antiguamente en la observación, y se suele poner el ejemplo de James Lind, un británico del que se afirma que elaboró el primer ensayo clínico de la historia, cuyo experimento en un buque naval en 1747 demostró que los cítricos podían curar el escorbuto, mientras que el vinagre y la sidra no. Cuarenta años después de la publicación de su descubrimiento, todos los barcos del ejército británico comenzaron a tener la obligación de llevar a bordo zumo de lima, y el escorbuto fue erradicado en los barcos (Milne, 2012).

Según Francisca Pérez Llamas y Salvador Zamora Navarro, en 1861 se publica el primer trabajo experimental de dietética humana: *Investigaciones sobre las necesidades de nitrógeno del hombre*, por el profesor Void, titular de Fisiología de la Facultad de Medicina de Munich. En esta publicación, que se basa en la ración ideal de alimento para un soldado alemán, se incluyen los primeros ensayos de relación entre energía y nitrógeno y también la primera tabla de valor nutritivo en los alimentos (Pérez y Zamora, 2002, p.24).

En 1917 el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (o USDA por las siglas en inglés de United States Department of Agriculture) publicó su primer conjunto de

recomendaciones alimentarias en forma de folleto de 14 páginas, denominado *How to Select Foods*. Este documento es importante para la historia de las guías nutricionales, pues sentó una serie de bases que permanecerían estables con el paso del tiempo. Estableció el formato de grupos de alimentos, organizando la comida en cinco categorías: frutas y verduras; carne de otros animales y otras fuentes de proteína (incluyendo leche de procedencia animal destinada a niños); cereales y otros alimentos ricos en almidón; dulces; y alimentos ricos en grasas.

*How to select foods* también estableció una serie de principios que gobernarían para siempre la política de la USDA en materia de información nutricional, basados en un enfoque que permite recomendar todo tipo de alimentos como parte de una dieta saludable, sin apenas restricciones. Con esta guía se abandonan las indicaciones de limitar la ingesta de grasas o azúcar, enfatizando los recién descubiertos "micronutrientes". Como explica Nestlé, por aquel entonces en Estados Unidos ya había un contexto de sobreproducción, "los alimentos ya eran sobreabundantes en los Estados Unidos y ya se proporcionaban más calorías de las suficientes a la población" (2002: 34). De modo que a los productores de alimentos de Estados Unidos les venía bien este enfoque de no limitar ningún alimento en concreto y hacer énfasis en la necesidad de ciertos micronutrientes ligados, por ejemplo, a alimentos muy ricos en grasas: "Como todos los alimentos animales y vegetales contienen vitaminas y minerales, todos podían ser promocionados en base a ello" (Nestle, 2002, p.34)<sup>22</sup>.

Es necesario no olvidar que el cometido del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), entidad impulsora de estas guías nutricionales en EEUU, es atender las necesidades de los productores y promover el comercio agrícola y la producción. No se trata en ningún caso de una agencia de servicio al consumidor.

Posteriormente, las limitaciones alimentarias que experimentó Estados Unidos durante la Gran Depresión y Europa durante la Segunda Guerra Mundial hicieron que surgiera una conciencia acerca de las necesidades nutricionales de la población, propiciando el desarrollo de procesos para recopilar consejos sobre nutrientes y elaborar las guías de alimentos.

---

<sup>22</sup> "Because all food animals and plants contain vitamins and minerals, all could be promoted on this basis" (Nestle, 2002, p.34).

La Segunda Guerra Mundial, concretamente, supuso en muchos países occidentales importantes restricciones alimentarias. A partir de entonces, y debido a las limitaciones provocadas por la contienda, se comenzó a temer por el equilibrio nutricional de la población, lo que propició el desarrollo y la difusión de recomendaciones alimentarias desde los organismos públicos, que posteriormente se convertirían en guías que tenían el fin de garantizar una correcta ingesta de los macronutrientes (carbohidratos, proteínas y grasas) y los micronutrientes (vitaminas y minerales).

Durante la Segunda Guerra Mundial, y al finalizar esta, el racionamiento de varios tipos de alimentos llevó al gobierno de Estados Unidos a desarrollar guías alimentarias basándose en la disponibilidad de los alimentos. En aquellos años la USDA editó la *National Wartime Nutrition Guide* al mismo tiempo que otros organismos publicaban diferentes guías que mostraban una descoordinación en los consejos alimentarios que proporcionaban las diferentes agencias de EEUU.

Siguiendo a Pérez y Zamora, al terminar la Segunda Guerra Mundial los aliados reunieron a un equipo de prestigiosos nutricionistas con la misión de formular una "política nutritiva a seguir con los internados en los campos de concentración". El proyecto reveló entonces que "el hambre se desconocía" científicamente. Ocurrió que, bajo la supervisión de este grupo de nutricionistas, algunos de los prisioneros murieron al salir del internamiento tras ingerir alimentos que no estaban preparados para asimilar, "debido al largo periodo de desnutrición al que fueron sometidos en los campos de concentración" (Pérez y Zamora, 2002, p.26).

En 1940, la U.S. National Academy of Sciences creó un comité para aconsejar al gobierno sobre las cuestiones nutricionales que podrían afectar a la defensa de EEUU. Este comité se transformaría en 1941 en el Food and Nutrition Board. Una de sus primeras tareas fue establecer normas para la ingesta diaria correcta de alimentos para las fuerzas armadas y para la población general. Dicho comité propone por primera vez las *Recommended Dietary Allowances* (RDA) para la energía y 8 nutrientes en una conferencia en mayo de 1941, que se comenzarían a revisar cada cinco o diez años a partir de su primera publicación en 1943 (Nestle, 2002, p.35) hasta llegar a la décima publicación editada en 1989.

En la década de 1940 tienen lugar a su vez otros sucesos importantes en el ámbito de la nutrición: el 16 de octubre de 1945 se crea en Canadá la organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación, la Food and Agriculture Organization (FAO), con el fin de combatir el hambre en el mundo. En segundo lugar, se pone en marcha el estudio de la "alimentación social" que supone aplicar la ciencia a la población en lugar de al individuo. En tercer lugar, y "como consecuencia de lo ocurrido en los campos de concentración" comienzan los estudios científicos de la adaptación de los animales humanos y no humanos a las distintas dietas alimentarias (Pérez y Zamora, 2002, p.26).

A partir de 1950, la FAO, en colaboración con la Organización Mundial de la Salud (OMS), comienza a crear diferentes organismos relacionados con la nutrición para ayudar a orientar las políticas alimentarias de los países miembros de estas organizaciones –por ejemplo en 1963 se creará la antes mencionada Comisión del Codex Alimentarius, que se dedicará a partir de esa fecha a establecer normas alimentarias internacionales con respecto a la seguridad de los alimentos.

También en la década de 1950, tras algunas investigaciones, los nutricionistas de la USDA detectan que las dietas de la mayoría de los estadounidenses están por debajo de lo adecuado en lo relativo a varios nutrientes y deciden construir una nueva guía alimentaria que simplifica los alimentos en cuatro grupos: leche de animales no humanos, carne (incluyendo legumbres y guisantes como alternativas); frutas y vegetales; y panes y cereales. La nueva guía especifica el número y tamaño de las tomas diarias de cada uno de los cuatro grupos. Aquí se hace patente la influencia de grupos de interés muy concretos, relacionados con la alimentación de la población, a los que la USDA invitó a opinar sobre los borradores preliminares. En concreto, junto a autoridades nutricionales del gobierno e investigadores, se invitó también a la industria alimentaria y los grupos de agricultores que producían las materias primas.

Hasta este momento, las recomendaciones sobre nutrición iban destinadas a guiar a una población básicamente malnutrida, que no tomaba cantidades suficientes de los micro y macronutrientes necesarios para la vida. El mensaje general entre 1890 y 1960 sería siempre "come más" (Nestle, 2002: 32). El documental "Hunger in America" (1968) de la CBS ayudaría a trasladar el debate a la opinión pública en los Estados



Unidos y el gobierno de los EEUU respondió al público encargando a George McGovern presidir el Select Committee on Nutrition and Human Needs que lanzaría "la guerra contra el hambre" (Nestle, 2002: 38). En los siguientes 9 años, el comité de McGovern crearía leyes para ampliar las ayudas a la alimentación de las familias con menos ingresos mediante los cupones para alimentos (*food stamps*). Tanto la opinión pública como el Congreso de los Estados Unidos respaldaban así la política de "eat more" o "comer más" (Nestle 2002: 38).

Como resultado de todo lo anterior, las recomendaciones de los demás países industrializados comenzaron a basarse más en los nutrientes, haciendo énfasis en los macronutrientes frente a los micronutrientes. Sin embargo, la recomendación del "comer más" empezaba a ser cuestionada por una parte importante de la investigación científica.

En 1957, la American Heart Association publicó una serie de informes que sugerían que la dieta juega un papel importante en la patogénesis de la arterioesclerosis, que fue adaptado en una serie de recomendaciones (Kunkel, 1996). Dichas recomendaciones comenzarían a tener un impacto mayor en las décadas de 1960 y 1970, cuando los nutricionistas se percataron de que el problema, más que de malnutrición, comenzaba a ser entonces de sobrealimentación, especialmente por un consumo desmesurado de grasas (saturadas) y de azúcares, así como de una falta de fibra en la dieta.

A partir de la década de 1960, la American Heart Association siguió publicando estudios que relacionaban las pautas alimentarias con enfermedades cardíacas y en las dos décadas posteriores comenzaría a emerger la preocupación acerca del papel de la alimentación como factor de riesgo controlable para varias enfermedades metabólicas crónicas y la necesidad de comer menos cantidad de ciertos alimentos "perjudiciales". "Los medios de comunicación se hicieron eco del debate, lo que hizo aumentar el interés y la confusión del público" (Ekhard E. Ziegler y L. J. Filer, 1996, p. 679).

Recogiendo este debate, en 1977 se publicaron las *Dietary Goals for the United States*, también conocidas como Informe McGovern, por el apellido del presidente del comité. Se trata de una serie de directrices nutricionales con las que se pretendía combatir a través de la dieta las principales enfermedades metabólicas prevalentes en la población (enfermedades típicas de países industrializados). Como indica Nestle (2002),

este informe supone la plasmación del abandono del mensaje de “comer más” como norma. Dichas directrices sugerían, muy resumidamente, unas dietas especialmente bajas en grasas, en colesterol, menos azúcar refinado y procesado y más carbohidratos complejos y fibra alimentaria. Por otro lado, el informe destacaba la recomendación de aumentar el consumo de verduras y frutas, y de utilizar cereales integrales. La primera versión del informe hacía una referencia explícita a la reducción del consumo de carne, huevos y alimentos altos en grasa, azúcar y sal, lo que puso en pie de guerra a las industrias relacionadas con los mismos. El comité publicó a continuación una segunda versión del informe que matizaba esta recomendación.

Hoy en día es de conocimiento popular entre los nutricionistas que la elaboración y reescritura del informe final estuvieron caracterizadas por una enorme presión de los diferentes sectores empresariales afectados por las recomendaciones de reducción con el fin de modificar el contenido del mismo. Aunque resulta claro que la industria alimentaria logró imponer sus necesidades ante el gobierno, el informe McGovern constituye un punto de inflexión en la historia de las recomendaciones alimentarias por ser la primera vez que una recomendación oficial incluye la reducción de alimentos de origen animal. Sería también el inicio de una fuerte oposición por parte de la industria relacionada con la explotación de animales no humanos.

Por otro lado, tras el informe, las siguientes guías estadounidenses, que liderarían el camino para muchos otros países (entre ellos, los europeos), destacarían el uso de cereales por encima de todo lo demás.

A este respecto, es muy interesante la experiencia de Marion Nestle quien, formando parte de los organismos que buscaban implementar estas guías dietarias, vivió las tensiones que se planteaban a la hora de elaborar los conjuntos de pautas, derivadas de la defensa de los intereses económicos de la industria frente a la defensa de los intereses de salud de la población (Nestle, p.2002).

En 1980 la USDA y el Department of Health, Education and Welfare (hoy conocido como HHS) publicaron la primera edición de *Nutrition and Your Health: Dietary Guidelines for Americans*<sup>23</sup>, un librito de 20 páginas que se convertirá en la primera edición

---

<sup>23</sup>

Disponible en:  
[https://www.cnpp.usda.gov/sites/default/files/dietary\\_guidelines\\_for\\_americans/1980thin.pdf](https://www.cnpp.usda.gov/sites/default/files/dietary_guidelines_for_americans/1980thin.pdf)

en:

de las recomendaciones alimentarias oficiales desde entonces en los Estados Unidos. Once años más tarde, en 1991, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) crea la primera pirámide alimentaria. A partir de ahí aumenta la popularidad de las guías alimentarias que utilizan representaciones gráficas para hacer llegar a la población consejos básicos sobre nutrición, en principio con el fin de establecer patrones alimentarios saludables, pero también con el fin de dar salida a los productos alimentarios de cada país.

En diciembre de 1992 se celebra la primera Conferencia Internacional de Nutrición (CIN) de la FAO y la OMS, que tiene lugar en Roma (Italia). En el evento participaron representantes de 159 países y la Comunidad Europea, 15 organizaciones de las Naciones Unidas, y 144 organizaciones no gubernamentales. Esta conferencia finaliza con un informe, el *Plan for Action Final Report of the International Conference on Nutrition (ICN)* (FAO/OMS, 1992), que llamaba a la difusión de información nutricional, dando prioridad a la lactancia materna y otros enfoques "sostenibles" basados en alimentos que animen a una diversificación alimentaria a través de la producción y el consumo de alimentos ricos en micronutrientes, incluyendo las comidas tradicionales. El Plan marcó un cambio de políticas dirigidas por cálculos teóricos sobre requerimientos nutricionales hacia políticas impulsadas por las preocupaciones públicas actuales de hoy. Uno de los resultados más importantes de la CIN fue la preparación de un marco técnico para la elaboración de planes nacionales de acción para la nutrición (PNAN). Los gobiernos de los países participantes se comprometieron a preparar o revisar antes del final de 1994 dichos planes, incluyendo unos objetivos alcanzables y unas metas mensurables, sobre la base de los principios y estrategias pertinentes dentro del plan global.

En Europa, el SCF (Scientific Committee for Food, hoy European Food Safety Authority o EFSA), el principal comité asesor de la Comisión Europea para temas de seguridad alimentaria, emite en 1993 una opinión sobre la ingesta de nutrientes y necesidades energéticas para la Comunidad Europea. El informe ofrecía referencias relativas a ciertos macronutrientes y micronutrientes, pero no incluía ciertas sustancias como la fibra dietaria (SCF, 1993).

En marzo de 1995 en Chipre, la ONU y la FAO elaboran una Expert Consultation en la "preparación y uso de guías alimentarias basadas en alimentos, donde se formuló y discutió el desarrollo y uso de las GABA. (OMS/FAO, 1998) De ahí surge el informe técnico *FAO/OMS (1998): Preparation and Use of Food-Based Dietary Guidelines* que explicaba las GABA y daba una visión sobre los pasos para elaborarlas, que sigue siendo la referencia clave sobre el tema hoy en día.

En mayo de 1995, más de 73 países habían ultimado o revisado sus proyectos de PNAN, en tanto que otros 20 países estaban todavía en las primeras fases de redacción. Las PNAN representan las prioridades y estrategias particulares de cada país encaminadas a mitigar el hambre y la malnutrición.

Desde 1995, la FAO ha llevado a cabo numerosos talleres para los 95 países participantes, y ha promocionado el concepto GABA a través de sus oficinas regionales. Estos esfuerzos fueron revigorizados tras la Second International Conference on Nutrition (ICN2), que se celebró en noviembre de 2014. La ICN2 derivó en un documento *FAO/WHO (2014). ICN2 Outcome document: Framework for Action* que presenta un marco actualizado para la acción e incluye dos recomendaciones básicas: desarrollar, adoptar y adaptar las guías internacionales para dietas saludables e implementar intervenciones de educación e información nutricional basadas en guías alimentarias nacionales y políticas coherentes relacionadas con las dietas y los alimentos, a través de currículums escolares, educación nutricional en los servicios de salud, agricultura y de protección social, intervenciones en la comunidad y en la información en el punto de venta, incluyendo el etiquetado.

Mientras, en EEUU y Canadá desde 1997 se modifica el concepto RDA por Dietary Reference Intakes (DRI). Son un nuevo concepto que hace referencia a la cantidad de un determinado nutriente que debe contener la dieta, con el fin de prevenir enfermedades y conseguir una salud óptima.

El European International Life Sciences Institute (ILSI Europe), organización con sede social en Washington DC (Estados Unidos) cuyos miembros principales son empresas de los sectores de alimentación y bebidas, agrícola, químico y farmacéutico, ha organizado dos talleres en Europa centrándose en las GABA. El primero de ellos fue en Vilnius (Lituania) y Nitra (Eslovaquia) in 1997.

Siete años más tarde, en 2004, ILSI Europe en colaboración con la FAO, organizó otro taller con 6 de los 19 países que participaron en el primer taller. El documento "National Food Based Dietary Guidelines: Experiences, Implications and Future Directions" (ILSI, 2004) resume los resultados del taller y muestra el progreso conseguido por los 6 países participantes con respecto tanto a la elaboración como a la implementación de las FBDG. Además, en 2000 se acordó un marco de referencia para la Unión Europea como parte del proyecto Eurodiet, que fue publicado en 2001 (Gibney et al, 2001, pp. 293-345).

En 2003 la ONU evaluó la existencia de GABA entre los Estados Miembro de la Región Europea de la ONU. Los resultados mostraron que de los 48 países participantes, 25 tenían GABA a escala nacional que habían sido puestos en marcha por el gobierno. Otros 8 países declararon que sus GABA se encontraban en preparación (ONU-Región Europea, 2003).

En marzo de 2006 la European Food Safety Authority (EFSA) celebró unas jornadas científicas en Parma como paso previo a la tarea de proporcionar consejo en la traducción de las recomendaciones basadas en nutrientes para una dieta saludable en recomendaciones basadas en alimentos para la Comunidad Europea (European Food Safety Authority, EFSA, 2007).

Como actividad implementada a parte de lo anteriormente mencionado, La Comisión Europea (Research Directorate-General) funda la Red de Excelencia de la European Micronutrient Recommendations Aligned (EURRECA) (2007/2011), que se encarga de estudiar requisitos de micronutrientes y el desarrollo de unas recomendaciones para grupos de población vulnerables. De ahí en adelante, su objetivo es la creación de herramientas que ayuden a EFSA y otras instituciones con la divulgación de recomendaciones relacionadas con los micronutrientes, así como una guía de desarrollo de las DBDG en los países europeos. El objetivo de EURRECA es producir un consenso científico para toda Europa sobre el desarrollo de recomendaciones de micronutrientes.

En mayo de 2009 la FAO, en colaboración con EUFIC, organización financiada por empresas de alimentación y bebidas (como Coca-Cola, Nestlé, Unilever, Abbott Nutrition y otros) y por fondos de proyectos de la Comisión Europea, organizó un taller en el

desarrollo, comunicación y evaluación de las GABA, en el que participaron 14 países de Europa central y del Este.

De estos breves apuntes históricos se pueden extraer, como mínimo, dos conclusiones:

a) Hoy en día, la mayor parte de los países europeos tienen alguna forma de GABA. Casi todas las guías incluyen recomendaciones sobre los alimentos que contienen grasa, azúcar y sobre el consumo de frutas y vegetales. También suelen incluir recomendaciones sobre la necesidad de ingerir alimentos que contengan proteína, ricos en carbohidratos y en fibra, y sobre la restricción de la sal, el ingerir líquidos suficientes, controlar la ingesta de alcohol y sobre el peso corporal y otros aspectos de estilos de vida como hacer ejercicio físico de forma regular y hacer las comidas en una pauta regular.

b) La industria de alimentación y bebidas, agrícola, química y farmacéutica han estado siempre ligadas indisolublemente a la creación de las guías nutricionales tanto en Europa como en el resto del mundo.

Algunos países tienen una lista de mensajes basados en alimentos, mientras que la mayoría presentan sus FBDG en formatos gráficos diversos.

### ***2.1.2.2. Desarrollo e implementación de las guías alimentarias***

Según la ONU, entre los pasos requeridos para desarrollar las GABA se incluyen:

1. Establecimiento de un grupo de trabajo o comité multisectorial
2. Recopilación de datos sobre enfermedades relacionadas con la nutrición
3. Disponibilidad de alimentos y datos sobre el patrón de consumo de alimentos
4. Evaluación: priorización de enfermedades relacionadas con la nutrición; situación de la producción y el suministro de alimentos; determinar la viabilidad de la implementación de la GABA.
5. Redactar la GABA y la declaración de fondo para cada una.
6. Las directrices deben ser revisadas, probadas previamente y consolidadas.

Sin embargo, experiencias y procedimientos documentados en todo el mundo indican que el proceso podría ser más complejo de lo elaborado por el documento de la ONU. El procedimiento de elaboración de los mensajes puede incluir los pasos siguientes, recopilados de varios autores (Brajdova et al, 2000: 186-190; Britten et al: 2006: 78-92; Alasfoor et al: 2008):

1. Identificación de las relaciones dieta-salud.
2. Identificación de problemas de salud relacionados con la dieta, específicos del país.
3. Identificación de nutrientes de importancia para la salud pública.
4. Identificación de los patrones de consumo de alimentos.
5. Determinación de las necesidades y objetivos de energía y nutrientes.
6. Definiciones de grupos de alimentos que son de relevancia local y aceptación social.
7. Identificación de las porciones de alimentos de los platos locales.
8. El análisis y la modelización del patrón alimentario deben ser coherentes con los requisitos de cada grupo de población.
9. Elaboración de los mensajes de las guías dietarias.
10. Elaboración de la presentación visual del patrón alimentario.
11. Pruebas previas de los mensajes de las GABA para su comprensión, implementación y optimización.
12. Representaciones gráficas de las GABA.
13. Evaluación del proceso e impacto de las GABA en el estado nutricional y de salud de la población.

### **2.1.2.3. Formatos gráficos de las guías alimentarias**

Casi todos los países de la Unión Europea utilizan una combinación de mensajes y consejos dietarios junto con una representación gráfica de las guías alimentarias para ilustrar las proporciones de los diferentes tipos de alimentos con características similares que deberían ser incluidos en una dieta equilibrada (EUFIC, 2009).

Una revisión de las representaciones gráficas utilizadas en las guías alimentarias de países seleccionados de América, Europa y Asia (Altamirano et al, 2015), concluyó que las figuras más utilizadas son el círculo y la pirámide. Todas las guías estudiadas

por Altamirano et al (n=37) ilustraban grupos de alimentos. De estas, 21 hacían referencia a actividad física, 17 al consumo de agua, 7 a la restricción de sal, 1 a la convivencia familiar, 1 a la relajación y 10 hacían recomendaciones cuantitativas. Según el mismo estudio, “los aspectos considerados en las representaciones gráficas dependen de la región, la cultura y algunas características epidemiológicas de cada país. Se observa una tendencia al uso de la figura del círculo en Estados Unidos, España y México” (p. 32).

A continuación se realizará una descripción somera de las diferentes representaciones gráficas de las guías dietarias vigentes en 2018, en tres regiones diferenciadas. En primer lugar, las guías europeas, por estar acotada la presente investigación en Europa. En segundo lugar, las guías en Norteamérica, concretamente en Estados Unidos y Canadá, por el poder de influencia que han tenido y tienen sobre el resto de países del mundo, porque en varios aspectos han sido pioneros y porque entre sus guías destaca el Plato de Harvard como guía aceptada por nutricionistas no patrocinados, que será la guía en la que nos centraremos para la región. En tercer lugar se presentarán las guías de España, por ser el país en el que está adscrita la presente tesis y por una cuestión de facilidad para encontrar los materiales y por último se comentará brevemente la región australiana, por destacar también su guía entre las recomendaciones de nutricionistas caracterizados por su postura crítica.

Tal y como se podrá comprobar a continuación, en los apartados siguientes las definiciones y explicaciones literales de las guías utilizadas por cada uno de estos países se presentan en inglés. Esto se explica debido a que dichas citas se han extraído de páginas web internacionales indicadas debidamente, principalmente la de la Organización de las Naciones Unidas de la Alimentación y la Agricultura, ONUAA, más conocida como FAO.

### **a) Europa**

No existen unas guías nutricionales para toda Europa. Las diferentes regiones del continente europeo difieren en sus representaciones gráficas de las guías nutricionales para la población general. Según el sitio web de la FAO de Naciones Unidas, en la



página dedicada a las guías nutricionales por región<sup>24</sup>, en 2018, unos 30 países de la zona europea cuentan con guías nutricionales diseñadas para el público general.

La mayoría de las guías nutricionales de los países de Europa son desarrolladas por las instituciones previstas desde cada país para los temas de alimentación. Suelen ser compuestas mediante comités de expertos y las avala una institución oficial en la gran mayoría de los países.

De los 27 países del área europea representados en la web de la FAO en 2018, más de la mitad de los países (17) tienen como representación gráfica una pirámide (Albania, Austria, Bélgica, Bosnia/Herzegovina, Bulgaria, Chipre, Croacia, España, Irlanda, Bélgica, Finlandia, Grecia, Eslovenia, Estonia, Letonia, Rumanía, Suiza). Cinco (5) de los países utilizan una forma circular, ya sea en forma de rueda o plato (Alemania, Holanda, Malta, Portugal, Reino Unido). Hay dos países que utilizan simbología diversa: una (1) nación (Suecia) utiliza un semáforo; otra (1) utiliza la silueta de una casa (Hungría). Por último, cinco (5) países deciden no elaborar una representación gráfica de su guía escrita (Francia, Dinamarca, Noruega, Italia, Macedonia).

- **Representaciones piramidales en Europa**

Tabla 2: Guías dietarias en Europa, representaciones piramidales

 <p>Albania</p>	<p>Die österreichische Ernährungspyramide</p>  <p>Austria*También versión infan-</p>	<p>La pyramide alimentaire</p>  <p>Bélgica*Cuentan con una</p>
--	---	--

<sup>24</sup> Ver información original en: <http://www.fao.org/nutrition/education/food-dietary-guidelines/regions/europe/en/> consultada última vez el 28 de marzo de 2018.

	til en cómic	pirámide para la población francófona y con una pirámide invertida para la población flamenca.
 <p>Bosnia/Herzegovina</p>	 <p>Bulgaria</p>	 <p>Chipre</p>
 <p>Croacia</p>	 <p>Eslovenia* También cuenta con plato</p>	 <p>España (SENC)</p>

pirámide NAOS<sup>®</sup>

Bebe + AGUA  
Estilo de vida saludable  
A diario

Logo: **naos** CONSEJO REGULADOR DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

España

**TOIDUPÜRAMIID**

SEURJA JA MÄLUSTUS  
KALA, LINNUKALA, MUNA, LIIHA  
PIIM, PÄRMITOODID  
LISATOIDU TOIDUVAHET, PÄRKL, SEEMNEI, ŽUULAD  
TERAVILJA-TÄITEL, KAIKEL  
PUU- JA KÕOGEVILJAD, MARJAD

Näida näidiskuid toidukogused 2000 kcal energivajaduse korral

TOITU MITMEKESISELT: ✓ Söö iga päev midagi viiest põhitoidugrupist! ✓ Varieeri toite toidugruppide sees!

PEA MEELES! JOUE TETT, LIIGI, PÄRJA

Estonia

**TERVEYTÄ RUOASTA!**  
HYVÄN RUOKAVALION AINEKSIÄ

KASVIKSET  
MÄRJÄT JA HEIKKÄT  
LEIPÄ, PÄRJA, PÄRKL  
VÄHÄKALUISIET, MÄLJÄKALUISIET  
KALA, SIIRIKUJA  
KASVIKSET, PUUVILJAT, PÄRKL, SEEMNEI, ŽUULAD  
KASVIKSET, MÄRJÄT JA HEIKKÄT

VÄLTÄÄ RAVITSEMUKORJAUKSIA

Finlandia \*También cuentan con plato

**MEDITERRANEAN DIET**

MONTHLY: Red meat  
WEEKLY: Sweets, Eggs, Potatoes, Olives, pulses, nuts, Poultry, Fish  
DAILY: Dairy products, Olive oil, Fruit, Vegetables  
physical activity

Also remember to:  
• drink plenty of water  
• avoid salt and replace it by herbs (e.g. oregano, basil, thyme, etc)

Source: Supreme Scientific Health Council, Hellenic Ministry of Health

Grecia \*También cuentan con diagrama circular

**Healthy Food for Life**  
The **Food Pyramid**

Foods and drinks high in fat, sugar and salt  
Fats, spreads and oils  
Meat, poultry, fish, eggs, beans and nuts  
Milk, yogurt and cheese  
Wholemeal cereals and breads, potatoes, pasta and rice  
Vegetables, salad and fruit

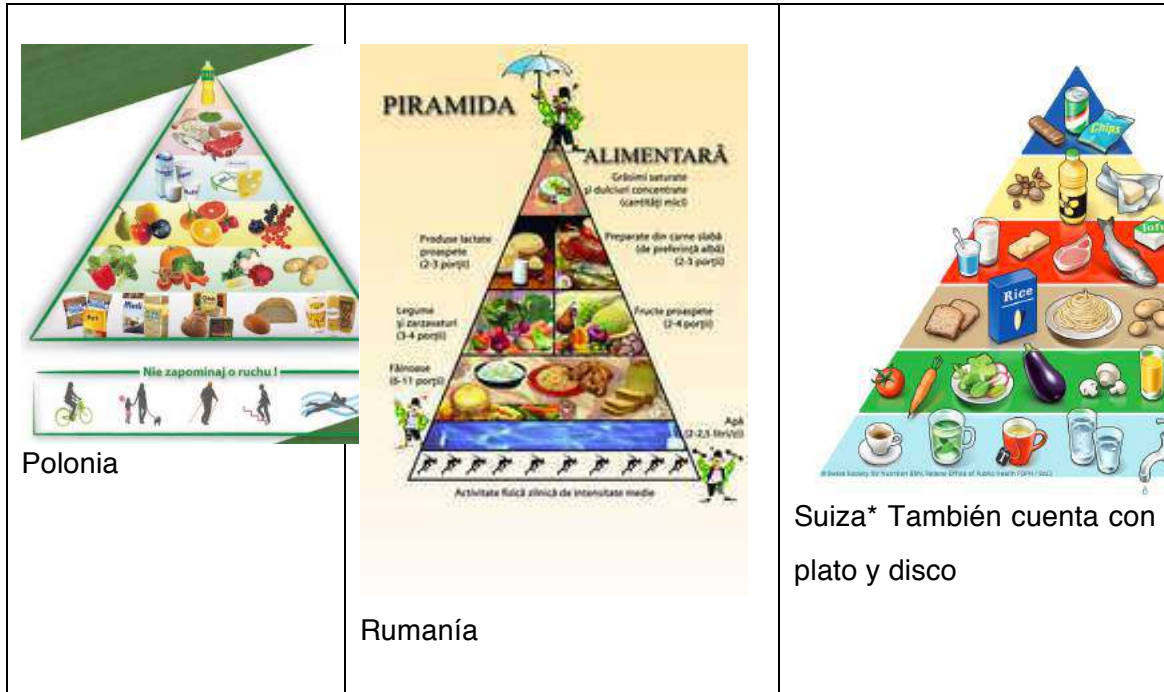
For adults

Irlanda

**Veseliigi ēdam un kustamies**

2 porcijas  
3+ porcijas  
4+ porcijas  
6+ porcijas

Letonia



Fuente: Elaboración propia a partir de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (2018)

De los 17 países que poseen una pirámide como representación gráfica de sus guías dietarias, uno de ellos (España) tiene dos pirámides, pero la que se ha contabilizado para su comentario a continuación es la de Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) de la Estrategia NAOS (AECOSAN), pues es la única de dicho país que se muestra en el sitio web de la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), único lugar oficial donde están representadas todas ellas.

Se ha eliminado para su contabilización lo que algunos países indican como la base de la pirámide que no es estrictamente nutrición: ejercicio y también agua, para que la comparativa de los lácteos con otros alimentos sea más clara (tener en cuenta el ejercicio o el agua dificultaría la comprensión en cifras de la importancia que representan los lácteos).

Las pirámides, contabilizadas a tales efectos, tienen entre tres y 12 partes diferenciadas: hay una pirámide con tres estantes, cinco pirámides con cinco estantes, siete con seis estantes, una de siete estantes, dos de nueve estantes, y una de 12 estantes.

En todas las pirámides aparecen representados los productos lácteos, normalmente en forma de leche, yogur y queso.

En cuanto a su categorización en comparación con el resto de alimentos:

- Un solo país (España) coloca los productos lácteos en el primer estante de la pirámide, dibujados por encima de cereales, verduras, fruta y grasas sanas (aceite de oliva), en forma de leche, yogur y queso.
- En ningún país los lácteos están representados en segundo lugar.
- En 8 países (Bosnia/Herzegovina, Bulgaria, Croacia, Eslovenia, Estonia, Irlanda, Letonia y Suiza) están representados en tercer lugar, en ocasiones indicando además en texto que se trata de alimentos a consumir a diario.
- En 6 países (Albania, Austria, Bélgica, Chipre, Polonia y Rumanía) aparecen en cuarto lugar.
- En un país (Grecia), los productos lácteos aparecen en quinto lugar, pero hay que tener en cuenta que es la pirámide con más separaciones (hasta 12).
- En un país (Finlandia) los lácteos ocupan el sexto lugar, también en una pirámide con muchas separaciones (9).

Dentro de los gráficos, en nueve de ellos aparece además, en texto, una categorización de frecuencia, que indica que se trata de un alimento de consumo diario, o indicando, en ocasiones, las porciones al día que la ciudadanía debe tomar, y que está entre 2 y 3 al día. Los siguientes países hacen algún tipo de recomendación en forma de textos muy breves:

- Bélgica: “Productos lácteos y alternativas vegetales enriquecidas con calcio. 2 o 3 cada día” [Aparece un cartón de leche que parece representar leche vegetal].
- Eslovenia: “Leche y productos lácteos. Todos los días. De 2 a 4 unidades al día. Una unidad es 1 taza (2 dl) de leche parcialmente desnatada, 1 bote de yogur, media rebanada de queso bajo en grasa, 3 cucharadas grandes de cuajada baja en grasa”.
- España: “varias veces a diario”.
- Finlandia: “5-6 dl./día”.
- Grecia: “a diario”.
- Irlanda: “Necesarios para la buena salud, disfrute de una variedad cada día”. Lácteos: “3 raciones al día. 5 para niños entre 9 y 12 años y adolescentes entre

13 y 18”

- Letonia: “Más de 3 raciones al día”.
- Rumanía: “2-3 raciones al día”
- Suiza: “3 porciones al día”.

En el resumen en forma de texto de las recomendaciones que los países envían a la FAO, 14 de los 17 países mencionan directamente recomendaciones respecto al consumo de lácteos, siempre dando por hecho que se trata de un alimento de consumo diario. La única limitación en el texto, cuando se da, es respecto al consumo preferente de lácteos desnatados o semidesnatados.

- En el caso de Albania, el comentario dice: “Choose low-fat and low-salt milk and dairy products”.
- Austria: “Milk and dairy products. Eat three servings of milk and dairy products every day. Prefer low-fat”.
- Bélgica: “Limit your daily consumption of cheese to one or two”.
- Bulgaria: “Prefer milk and dairy products with low fat and salt content”.
- Chipre: “Pay attention to calcium intake in your daily diet. Skimmed milk is recommended (i.e. containing 0–1% fat) or low fat (< 2% fat), which is rich in calcium”.
- Croacia: Dos comentarios que aluden a los lácteos, uno indirectamente: “Breakfast is the most important meal”. Y otro hablando de los alimentos para comer entre horas: “Snacks should be chosen carefully – give preference to fresh and dried fruits, nuts and fermented milk products”.
- Eslovenia: “Use milk and dairy products that are low in fat”.
- España: “Eat milk and dairy products every day”.
- Estonia: “Consume unsweetened milk and milk products”.
- Finlandia: “Consume fat-free/low-fat milk products daily (5–6 dl/day) and two or three slices of low-fat cheese”.
- Grecia: “Prefer low-fat dairy products”.
- Letonia: “Prefer low-fat versions of milk and dairy products”.
- Polonia: “Drink at least two large glasses of milk a day. Milk could be substituted by yoghurt, kefir and some cheese”.
- Suiza: “Consume three portions of dairy products and also one portion of

meat/fish/eggs/tofu per day. Alternate between these protein-rich foods”.

Los únicos casos en los que aparecen representadas posibles alternativas vegetales a los lácteos son la pirámide belga, en la que aparentemente hay dibujado un cartón de leche vegetal, y en el texto de la imagen indica literalmente “alternativas vegetales enriquecidas con calcio”. El otro caso en el que aparece una alternativa vegetal es el de la pirámide Suiza, que representa el tofu en el mismo estante que los lácteos, pero porque en esa misma parte representa también la carne, los peces y los huevos, y lo sitúa entre peces y huevos, por lo que, en apariencia, no lo indica como sustitutivo de los lácteos sino de las proteínas en forma de carne/pescado/huevos.

Por lo demás, ni en el texto resumido para la FAO ni en la imagen se mencionan sustitutos nutricionales a los lácteos (teniendo en cuenta que estos podrían ser: productos vegetales enriquecidos con calcio, en general, o alguno de los siguientes productos recomendados por nutricionistas profesionales como Lucía Martínez (Martínez, L.: 2013, 2016, 2018) como alternativas vegetales ricas en calcio, indicando expresamente que se trata de un alimento igualmente alto en calcio: almendras, brécol, tofu enriquecido, Bok choy (col china), col rizada, alubias blancas, sésamo, repollo, coliflor).

En resumen, en 2018, observando las pirámides europeas de alimentación podemos constatar una amplia mayoría que asumen los lácteos provenientes de animales como alimento de consumo diario, aparentemente presentado como alimento insustituible. Solo un país de los 17 que utilizan este tipo de gráfico ofrece directamente alternativas vegetales a los lácteos, es decir, menos de un 6% del total. Examinando las guías, se puede asumir que los lácteos de origen animal son el único producto que contiene calcio; ocupa lugares importantes en las gráficas, casi siempre justo por encima de vegetales, frutas y cereales.

- **Representaciones circulares en Europa**

Tabla 3: Guías dietarias en Europa, representaciones piramidales



Alemania



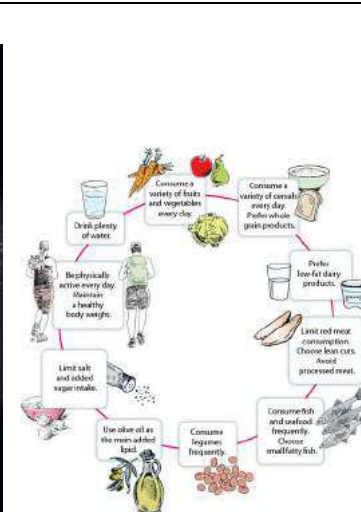
Dinamarca (dentro de su guía aparece esto)



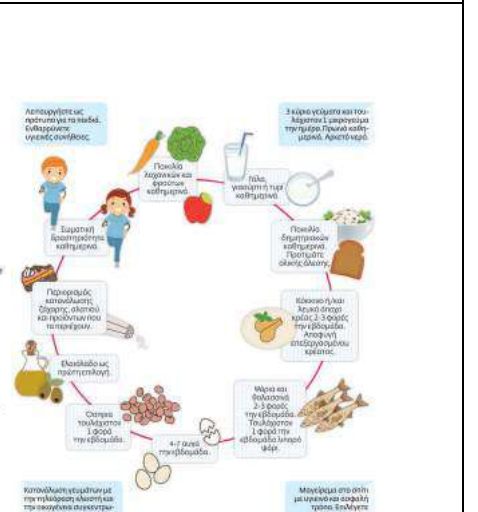
Eslovenia II



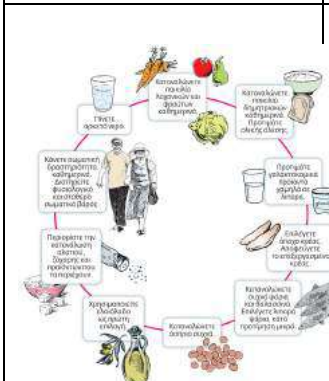
Finlandia II



Grecia II



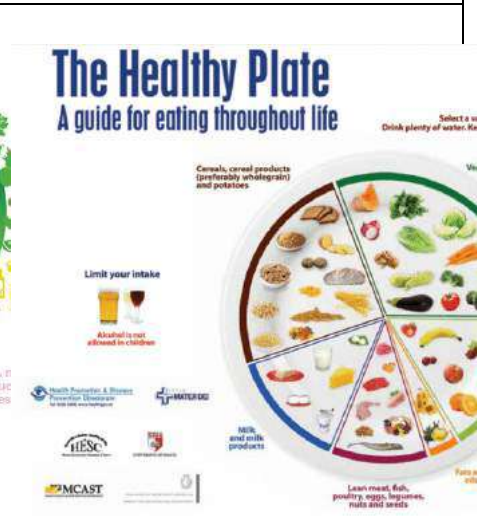
Grecia III (children)



Grecia III (elder)



Holanda





		Malta
		
Portugal	Reino Unido	Suiza II
		
Suiza III (children)		

Fuente: Elaboración propia a partir de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (2018)

En Europa nos encontramos con 13 representaciones en forma de círculo, ya sea plasmados mediante una rueda, un plato, o un círculo dividido en segmentos. En total son 9 países los que utilizan este tipo de representación, y dos de ellos hacen diferentes versiones de la gráfica, según la edad del público objetivo.

La importancia jerárquica que se concede a cada tipo de alimento aquí se basa, más que en la posición concreta del alimento de abajo arriba como en el caso de las pirá-

mides, en la cantidad de espacio que ocupan dentro del diámetro del círculo. Así que, si anteriormente 1 de 7, 2 de 7, se referían en números crecientes de la parte inferior a la superior de la pirámide, ahora se referirán al segmento organizado, en números crecientes, por superficie del círculo ocupada.

En todos los gráficos circulares aparecen los lácteos. En todos los resúmenes de mensajes publicados por la FAO hay algún mensaje positivo dedicado a los lácteos, siendo la tónica general una recomendación de escoger aquellas versiones menos grasas. Hay una excepción, que no dedica en los mensajes publicados en texto atención a los lácteos: Portugal. Sin embargo, su segundo mensaje es del tipo “come de todo” y dice así: “Eat foods from each food group every day to have a complete diet”.

Los gráficos, según el país, doce gráficos en total, se dividen en 3, 4, 5, 6, 7, 8 o 9 segmentos: 2 países lo dividen en 3 segmentos; otros dos en 4, otros dos en 5; otros dos en 6; uno en 7; dos en 8 y uno en 9.

Los lácteos ocupan un puesto intermedio o relevante también en estos gráficos, variando el estar en el puesto 2, 3 y 4, pero siempre entre los primeros cuatro puestos. Hay un gráfico en el que los lácteos ocupan el segundo lugar: el griego destinado al público infantil y adolescente. Algo más de la mitad, seis en total, son gráficos en los que los lácteos ocupan el tercer puesto. En Grecia, uno para la población general y un segundo disco para personas mayores ocupan el tercer lugar. En Dinamarca, los lácteos también ocupan el 3er puesto, al igual que en Finlandia, Holanda y Suiza. Los países que sitúan los lácteos en cuarto lugar son cinco: Alemania, Eslovenia, Malta, Portugal y Reino Unido.

Por lo demás, ni en el texto resumido para la FAO ni en la imagen se mencionan sustitutos nutricionales a los lácteos, con dos excepciones: el Reino Unido, que indica “dairy and alternatives” y que muestra en el dibujo un cartón de leche de soja y el ya mencionado anteriormente (por su pirámide) caso de Suiza, que incluye el tofu, en este caso dibujado entre el queso y el pez.

Podemos destacar, además, los casos de Holanda y Eslovenia, cuyas primeras recomendaciones rezan: “Siga un patrón dietético que implique comer más alimentos basados en plantas y menos de origen animal, como se recomienda en las pautas” y

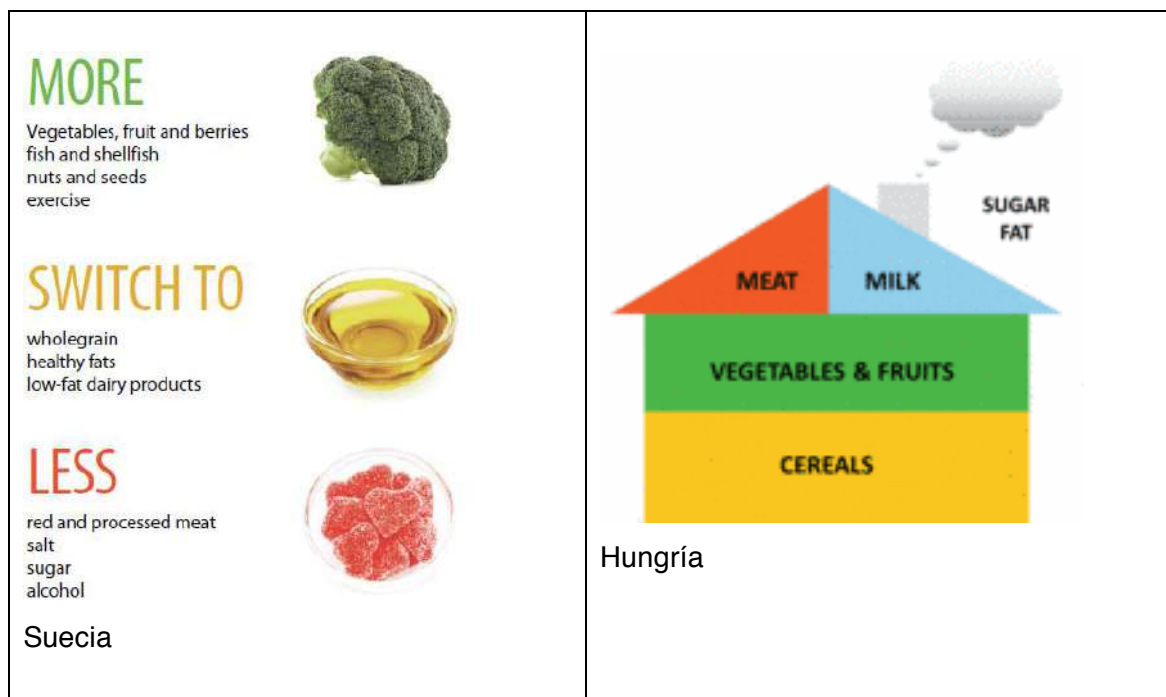
“Consuma una variedad de alimentos con origen principalmente de plantas, en lugar de animales”<sup>25</sup>, respectivamente.

Es importante decir que el 100% de los mensajes dedicados a los lácteos, incluso los que tratan de restringir aquellas variedades más grasas entre estos, son siempre positivos: “elige los productos bajos en grasa”, “prefiere”, “usa”, “toma”, “come”. No aparece ninguna negativa “no” o ningún verbo con algún matiz negativo: “limita”, “menos de”, ni si quiera un “como máximo”.

Es curioso que en algunos casos en los que la leche se representa fuera del círculo, cuando se trata de una representación que simula un plato, no hay vaso de agua; solo de leche, de forma que se puede considerar que se está formulando la leche de vaca como sustitutivo del agua en las comidas.

- **Otras representaciones en Europa**

Tabla 4: Guías dietarias en Europa, otras representaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (2018)

<sup>25</sup> “Follow a dietary pattern that involves eating more plant-based and less animal-based food, as recommended in the guidelines” y “Eat a variety of foods originating mainly from plants, rather than animals”.

Las representaciones gráficas de las recomendaciones dietarias húngara y sueca son muy diferentes del resto. La propuesta de Suecia es un semáforo en el que los lácteos se indican en el color ámbar, con un tono positivo: “cámbiate a productos lácteos bajos en grasa”.

La casa de Hungría aloja a la leche en el cuarto (penúltimo) lugar dentro de la casa.

En cuanto a las recomendaciones en texto, Suecia, respecto a la leche, mantiene el mismo tono positivo: “Cambie a productos lácteos bajos en grasa –elija productos bajos en grasa y sin azúcar enriquecidos con vitamina D”<sup>26</sup>. Y no añade ninguna alternativa vegetal.

Hungría se expone más con los lácteos:

“Leche y productos lácteos:

- Beba leche (0,5 litros) todos los días; elija productos lácteos fermentados (leche cuajada, kéfir y yogur) con la mayor frecuencia posible.
- Coma requesón con grasa reducida o bajo en grasa con más frecuencia.
- Coma queso bajo en grasa con regularidad”<sup>27</sup>.

Sin embargo, a pesar de alargar su explicación sobre los lácteos, tampoco aporta ninguna alternativa vegetal a la leche de vaca.

En resumen, examinando las guías dietarias europeas en 2018 en su conjunto, se puede afirmar que la leche es un producto que, explicado para la ciudadanía europea, es prácticamente insustituible salvo con un par de excepciones (muy sutiles, si cabe decirlo). Se puede concluir que no se informa a las personas de que la leche animal tiene sustitutos alimentarios para las principales propiedades que se le achacan (fundamentalmente el calcio) y que muy al contrario, se tiende a recomendar ingerir de dos

---

<sup>26</sup> “Switch to low-fat dairy products - Choose low-fat, unsweetened products enriched with vitamin D”

<sup>27</sup> “Milk and dairy products: •Drink milk (0.5 litre) every day; choose fermented dairy products (curdled milk, kefir and yoghurt) as often as possible. •Eat reduced fat or low-fat cottage cheese more often. •Eat reduced-fat cheese regularly”.

a tres raciones al día (que suponen, en la práctica, beber medio litro y más), salvo en el caso de la infancia/adolescencia, que incluso recomienda un incremento respecto a lo indicado anteriormente.

## **b) Norteamérica**

- **Estados Unidos: De la pirámide a los platos**

En Estados Unidos existen guías nutricionales a nivel general, para todos los estados que componen el país. Su versión gráfica de la pirámide se lanzó en 1992. La última guía indicada por la FAO es la actualización de las *Dietary Guidelines* que se elaboró en 2016 (octava edición).

Las *Dietary Guidelines for Americans* se editan cada 5 años de forma conjunta por el U.S. Department of Health and Human Services (HHS) y el U.S. Department of Agriculture (USDA).

En 2018, la representación gráfica oficial de las guías nutricionales fue un icono con forma de plato llamado MyPlate, presentado en 2011. Dicha representación gráfica contaba con cinco bloques diferenciados; cuatro de ellos porciones del plato principal, en el que aparecían, simplemente y sin dibujos de alimentos concretos, de mayor a menor cuatro porciones y en cada una de ellas una palabra: *vegetales*, *granos*, *proteína* y *fruta*. Junto al plato principal podía verse otra circunferencia, presumiblemente un vaso, de tamaño inferior a la porción más pequeña del plato (fruta), en el que indicaba el consumo de “lácteos”<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Más información sobre MyPlate en su sitio web: <https://www.choosemyplate.gov/> (Consultado última vez el 28 de marzo de 2018).

Figura 2: MyPlate. la representación gráfica de Estados Unidos



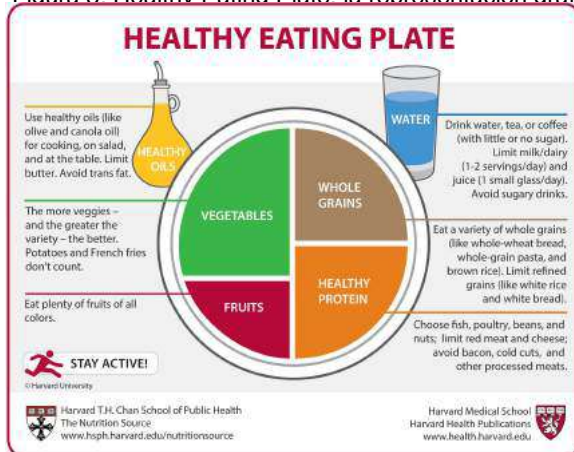
Elaboración: USDA

Por otra parte están las recomendaciones de la Harvard T.H. Chan School of Public Health, apreciadas por nutricionistas de todo el mundo. La Escuela de Salud Pública de Harvard TH Chan, anteriormente denominada simplemente Harvard School of Public Health, es la facultad de salud pública de la Universidad de Harvard, en Boston, Massachusetts. Se fundó en 1913 y se trata de una de las instituciones de salud pública más reputadas de Estados Unidos.

Dicha institución respondió, tal como indican en su página web<sup>29</sup>, a las “deficiencias del icono MyPlate del Departamento de Agricultura de EEUU, elaborando una gráfica diferente, denominada The Healthy Eating Plate. La imagen fue creada por “expertos de nutrición de la Harvard School of Public Health y por editores de Harvard Health Publications”. Una de las modificaciones principales entre el plato de Harvard y MyPlate es, precisamente, la sustitución del vaso de leche por un vaso de agua, limitando (en lugar de recomendando de forma visual) la cantidad recomendada de lácteos al día a 1-2).

<sup>29</sup> Más información sobre el Healthy Eating Plate de la Escuela de Salud Pública de Harvard en su sitio web: <https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/> (Consultado por última vez el 28 de marzo de 2018).

Figura 3: Healthy Eating Plate, la representación gráfica de Harvard School of Public Health.



Elaborada por Harvard School of Public Health.

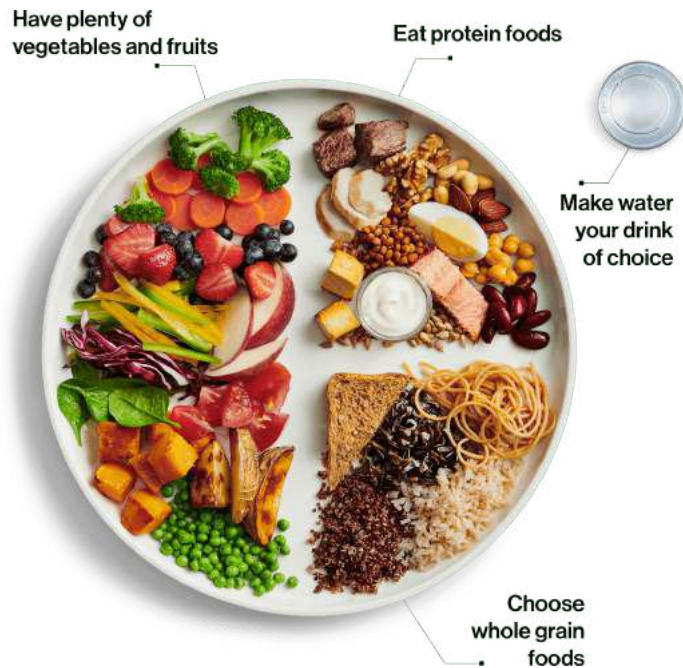
- **Canadá:**

Canadá merece una mención por ser un país pionero en tomar la decisión consciente de degradar la leche de sus guías de alimentación saludable. A cambio, pone el foco en alimentos de origen vegetal.

Así, la organización gubernamental *Health Canada*, entidad “responsable de ayudar a la población canadiense a mantener y mejorar su salud” presentó en enero de 2019 la nueva versión de su guía de alimentos, que no se actualizaba desde 2007. En su última versión, realizada a lo largo de tres años (de 2013 a 2015), la leche de origen animal perdía su puesto como conformante de un grupo completo alimentario a formar parte como actriz secundaria del grupo de “alimentos protéicos”.

En la anterior guía canadiense se presentaban cuatro apartados: “vegetales y frutas”, “cereales”, “leche y alternativas” y “carne y alternativas”. Estos dos últimos fueron eliminados en la guía de 2019, en la que pasaron a introducir carnes animales, huevos, y yogur (sin especificar qué tipo de yogur es, si de origen animal o vegetal), junto con variadas alternativas vegetales, en el mencionado apartado “alimentos protéicos”.

Figura 4: Guía Dietaria de Canadá (2019)



Fuente: Health Canada (2019).

Como se puede ver en la imagen, las recomendaciones canadienses fomentaban el consumo de verduras y frutas, y tenían en cuenta las proteínas de origen vegetal, además de no incluir leche (aconsejaban hidratarse únicamente a base de agua).

Para la realización de la guía, *Health Canada* dijo basarse en “las mejores pruebas científicas disponibles, y la respuesta que han recibido de las versiones anteriores de la guía”<sup>30</sup>. Así, en los tres años de estudio, afirmaron haber analizado tres cuestiones “la base científica –relación entre la comida, los nutrientes y la salud-; el contexto canadiense –lo que come la población canadiense, su estatus de salud, y el ambiente en el que viven; y el uso de las guías dietarias existentes”.

En el desarrollo de la nueva guía consultaron a “partes interesadas, expertos y a la población canadiense”. *Health Canada* aclara que “durante el desarrollo de la nueva guía los oficiales de *Health Canada* **no** [negrita en el original] se reunieron con representantes de la industria de alimentos y bebidas. Sin embargo, las consultas públicas en internet se abrieron a todas las partes interesadas, incluyendo la industria”, pues afirmaban que para la organización era “importante garantizar que el desarrollo de la

<sup>30</sup> Sitio web de la guía dietaria de Health Canada disponible en: <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/canada-food-guide/about/revision-process.html>



guía dietaria esté libre de conflictos de interés”. En la página web donde publicaron su guía incluyeron un apartado denominado “Transparency of stakeholder communications for healthy eating initiatives” en el que informaban sobre la comunicación con las partes interesadas.

Como dato representativo de las consideraciones tomadas por la *Health Canada*, la organización afirmó que tuvo en cuenta “a todos los canadienses, siendo inclusiva también con las comunidades indígenas, incluyendo a *First Nations, Inuit y Métis*”.

Esta guía podría ser un ejemplo en lo que se refiere a una menor influencia de la industria y una mayor influencia de los estudios científicos, con un objetivo de salud pública.

### **c) España: Dos pirámides**

En 2018 existían dos guías alimentarias principales en el estado español. Las recomendaciones existentes son las que difunde la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) y las provenientes de la Agencia Alimentaria de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), siendo estas últimas las que aparecen representadas en la página web de la FAO. AECOSAN fue un organismo autónomo español adscrito al Ministerio de Sanidad y Consumo que existió como tal entre 2002 y 2014, pasando en 2014 a refundirse con el Instituto Nacional de Consumo, lo que dio lugar a la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, organismo autónomo español adscrito a la Administración General del Estado de España.

- **Pirámide de la alimentación saludable de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria**

La Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) planteó por primera vez en 1994 una guía para la población española, que fue renovada en 2001. Quince años más tarde, a finales de 2016, elaboraron una nueva publicación: *Guías alimentarias para la población española (SENC, diciembre 2016); la nueva pirámide de la alimentación saludable*.

Estas guías fueron presentadas oficialmente el 29 de marzo de 2017 en la Universidad CEU San Pablo de Madrid. Junto con la Pirámide de la Alimentación Saludable (de tipo general), se presentó también una Pirámide renovada de la Hidratación Saludable y unas recomendaciones técnicas.

Según nota de prensa de SENC junto con la Universidad CEU San Pablo<sup>31</sup>, las Guías Alimentarias se presentan por

El presidente del Comité Científico de la SENC y coordinador del Grupo Colaborativo de las Guías Alimentarias, el Prof. Javier Aranceta Bartrina, y el catedrático de Nutrición y Bromatología de la Universidad CEU San Pablo y coautor del documento, el Prof. Gregorio Varela Moreiras, han presentado las nuevas Guías Alimentarias para la Población Española elaboradas por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) con la colaboración de más de 100 expertos en alimentación y salud pública, y que han sido publicadas recientemente en un número especial de la revista científica 'Nutrición Hospitalaria' (SENC, 2017a).

Para su elaboración, "los más de 100 expertos"<sup>32</sup> (SENC, 2017b), académicos de diferentes universidades (en principio no admiten, como veremos después con AECOSAN,

---

<sup>31</sup> Disponible en: <http://www.nutricioncomunitaria.org/es/noticia/se-presentan-las-nuevas-guias-alimentarias-para-la-poblacion-espanola-elaboradas-por-la-senc-con-la->

<sup>32</sup> Los autores de las guías son los siguientes, conformantes del Grupo Colaborativo de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC), son los siguientes: Javier Aranceta Bartrina (Universidad de Navarra; CiberOBN, Instituto de Salud Carlos III, Madrid) (coordinador), Victoria Arija Val (Universidad Rovira i Virgili), Edurne Maíz Aldalur (Universidad del País Vasco, UPV-EHU), Emilio Martínez de Victoria Muñoz (Universidad de Granada), Rosa M. Ortega Anta (Universidad Complutense), Carmen Pérez-Rodrigo (Fundación FIDEC-UPV/EHU), Joan Quiles Izquierdo (Conselleria de Sanitat, Generalitat Valenciana), Amelia Rodríguez Martín (Universidad de Cádiz), Blanca Román Viñas (Universidad Ramón Llull), Gemma Salvador i Castell (Departament de Sanitat, Generalitat de Catalunya), Josep Antoni Tur Marí (Universidad de las Islas Baleares), Gregorio Varela Moreiras (Universidad CEU-San Pablo), Lluís Serra Majem (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria; CiberOBN, Instituto de Salud Carlos III, Madrid).

Los expertos consultores y sus instituciones (detallado todo en la guía) son las siguientes: Nuria Aranda Pons (Universidad Rovira i Virgili). Susana Belmonte Cortés (Consejería de Sanidad, Comunidad de Madrid). Guadalupe Blay Cortés (SEMG). Lourdes Carrillo Fernández (SemFYC). Beatriz de Mateo Silleras (Universidad de Valladolid). Alfonso Delgado Rubio (CEU-San Pablo-Hospitales de Madrid). María del Camino García Fernández (Universidad de León). Pedro Pablo García Luna (Hospital Virgen del Rocío-Sevilla). Purificación García Segovia (Universidad Politécnica de Valencia). Ángel Gil Hernández (Universidad de Granada). Carmen Gómez Candela (Hospital La Paz-Madrid). Remedios Guillén Sans (Universidad de Sevilla). Ignacio Jáuregui Lobera (Behavioural Sciences Institute). Gina Lladó Jordán (Enfermera, Máster en Nutrición, colaboradora SENC). María Luisa López Díaz-Ufano (SEMERGEN). Ana María López Sobaler (Universidad Complutense). Abel Mariné Font (Universidad de Barcelona). María E. Marques Medina (Dietista-Nutricionista, colaboradora SENC). José Manuel Martínez Nieto (Universidad de Cádiz). Venancio Martínez Suárez (SEPEAP). Luis Moran Fagúndez (Colegio Dietistas de Andalucía). Joy Ngo de la Cruz (FIN). Mariela Nissensohn (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria). José Pedro Novalbos Ruiz (Universidad de Cádiz). Cristina Pedrós Merino (Dietista, colaboradora SENC). Nerea Peña Miranda (Dietista-Nutricionista, colaboradora SENC). Arantza Pérez-Rodrigo (SEMER). Paz Redondo del Río (Universidad de Valladolid). Lourdes Ribas Barba (Fundación Investigación Nutricional). Blanca Ribot Serra (Universidad Rovira i Virgili). Pilar Riobó Serván (Fundación Jiménez Díaz). Francisco Rivas García (Ayuntamiento de Guadix). Miguel Ángel Rubio Herrera (Hospital Clínico de Madrid). Susana San-

la participación directa de la industria de alimentación y bebidas), además de revisar los conocimientos científicos, tuvieron en consideración “los problemas de salud más frecuentes, los hábitos alimentarios, usos y costumbres de la población española, los niveles de práctica de actividad física y sedentarismo y el contexto socioeconómico y cultural” (SENC, 2017b). Los autores de las guías destacan “la variedad, el equilibrio y la moderación” (SENC, 2017b), utilizando el patrón básico de la Dieta Mediterránea y teniendo en cuenta que se trata de recomendaciones para población sana.

Figura 5: Pirámide Nutricional de SENC



Elaboración: SENC

Diferentes nutricionistas, entre ellos los miembros de Dietética sin Patrocinadores (Soteras, 2017), observan diferentes problemáticas en esta pirámide, entre las que podemos destacar: la inclusión de los suplementos alimenticios, la inserción de las bebidas alcohólicas, dulces y embutidos. La no incorporación de alternativas a los lácteos para

tiago Neri (Dietista-Nutricionista. Universidad de Navarra). Helmut Schröder (IMIM-CIBERESP, Barcelona-Madrid). Marga Serra Alías (Universidad Oberta de Catalunya). Merçé Vidal Ibáñez (Nutrición sin Fronteras).

obtener calcio; una base compuesta por hidratos de carbono en lugar de por verduras y frutas, y la colocación de cuestiones emocionales en una gráfica supuestamente especializada en nutrición.

En el mismo artículo donde se citan las críticas mencionadas elaboradas por Dietistas sin Patrocinadores, se afirma que “los conflictos de interés de la SENC claramente afectan en la elaboración de estas recomendaciones”. La organización explica que se pueden encontrar las diversas empresas colaboradoras con una simple visita la página web de SENC (Soteras, 2017).

Efectivamente, al acudir al sitio web de SENC nos encontramos un archivo en el que se incluyen hasta 57 patrocinadores<sup>33</sup>, entre los que se encuentran representantes de la industria láctea como: Central Lechera Asturiana, Danone, Fundación Tomás Pascual, Inlac, Instituto Puleva de Nutrición, JSP, NestlPuleva y Yogurt in Nutrition; de la industria cárnica, como: Campofrío, Interporc, Provacuno; de alcoholes como la industria cervecera y vinatera, laboratorios de suplementación como Whitehall (del grupo Wyeth Lederle), Casen Fleet, FAES Farma; y grandes multinacionales de alimentación como Mondèlez Internacional, Procter & Gamble, Unilever.

- **Pirámide NAOS “Come sano y muévete” de AECOSAN**

Esta pirámide cuya autoría se lleva a cabo bajo la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), inscrita dentro del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad del Gobierno de España, se enmarca dentro de la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad, denominada también Estrategia Naos, bajo el lema “¡Come sano y muévete!”<sup>34</sup>(AECOSAN, s.f.).

---

<sup>33</sup> La lista completa incluye los siguientes patrocinadores: Abbott; AIHS; Agrupación Industrial de Hostelería Segoviana; American Pistachio; Growers; Artiach; Asociación Legumbristas de España; California walnuts; Calvo; Campofrío; Cuida-t+; Cándido Hotel; Cándido Mesón; Carrefour; Casa Santiveri; Casen; Fleet; Central Lechera Asturiana; Centro de Información Cerveza y Salud; Coca-Cola Iberia; CODESA; Cuétara; Danone; Editorial Médica Panamericana; FAES; Farma; Ferrer; FiVIN; Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición; Fundación Eroski; Fundación MAPFRE; Fundación Tomás Pascual; Grupo VIPS Heel Probiotics; Inlac; Instituto Puleva de Nutrición; Interporc Spain; José María restaurante; JSP; Kellogg's; Krissia; Lácer; Mondelèz international; Nestlé; NUTREXPA; PAGESA; Pan cada día; Pepsico; Procter & Gamble; proVacuno; Puleva; Roche; Saborea; Segovia; Serunion; Sodexho; Solán de Cabras; Unilever; Vegenat; Vichy Catalán; Whitehall (Grupo Wyeth Lederle); Wine in moderation.eu; Yogurt in nutrition; Zumo de Fruta en serio.

<sup>34</sup> Más información sobre la Estrategia Naos en la página que se le dedica dentro del sitio web de AECOSAN: [http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia\\_naos.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia_naos.htm)

La Estrategia Naos fue lanzada en 2005, “siguiendo la línea de las políticas marcadas por los organismos sanitarios internacionales” con el objetivo de disminuir la prevalencia de la obesidad y reducir “las altas tasas de morbilidad y mortalidad atribuibles a las enfermedades no transmisibles” (AECOSAN, s.f.).

Desde el mismo sitio web ya indican que desde la Estrategia NAOS

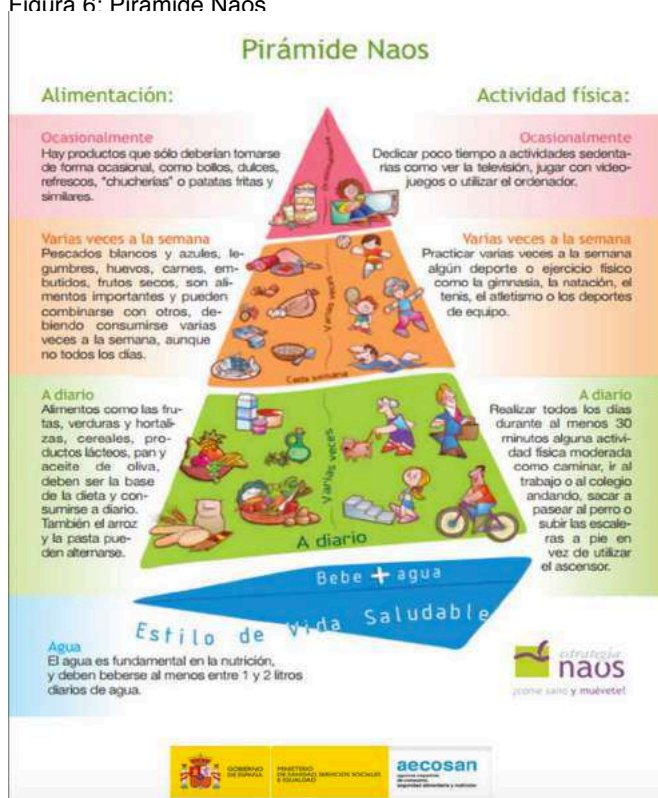
[S]e fomenta la implicación, sinergia y colaboración de todos los sectores y agentes de la sociedad tanto públicos (CCAA, ayuntamientos, otros ministerios) como privados (industria de alimentos y bebidas, sociedades científicas, organizaciones de consumidores, sectores de distribución y restauración, etc.) (AECOSAN, s.f.).

es decir, que han tenido en cuenta la opinión de diferentes actores, entre otros la industria de alimentación y bebidas<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> No detallan quiénes son dichos actores; en la página web hay un apartado de “profesionales, asociaciones y sociedades científicas, donde listan las siguientes entidades: [Asociación Española de Pediatría de Atención Primaria \(AEPap\)](#) . [Curso “Actívate, aconseja salud”: Promoción de la Salud mediante el Ejercicio Físico en Atención Primaria.](#) [MSSSI, CSD, OMC y Fundación Mapfre.](#) [Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética \(FESNAD\).](#) [Fundación Española de la Nutrición \(FEN\).](#) [Fundación Iberoamericana de Nutrición \(FINUT\).](#) [Prevención y Promoción.](#) [Dirección General de Salud Pública.](#) [MSSSI.](#) [Sociedad Española de Nutrición \(SEÑ\).](#) [Sociedad Española de Nutrición Comunitaria \(SENC\).](#) [Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad \(SEEDO\)](#)

Figura 6: Pirámide Naos



Elaboración: NAOS-AECOSAN

#### 2.1.2.4. Críticas generales a las representaciones de las guías nutricionales

La asociación Dietética sin Patrocinadores (DSP)<sup>36</sup> —asociación sin ánimo de lucro con “una divulgación libre de conflicto de sesgos, de presiones y de patrocinios de la industria alimentaria”— realizó una comparativa entre el Plato de Harvard, la Pirámide Alimentación Saludable de 2017 de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) y la Pirámide australiana (Soteras, A. 2017)<sup>37</sup> y concluyó que “la pirámide de la SENC presenta algunos ‘retoques’, pero mantiene los mismos patrones desde hace 25 años, mientras que otras pirámides, como la australiana, han ido evolucionando” y se remarcaba como ejemplo positivo el Plato de Harvard.

Hoy en día existen gráficos nutricionales para todos los gustos, incluyendo por ejemplo pirámides, ruedas o platos. Los diferentes actores sociales, incluyendo siempre entre ellos a las empresas y grupos empresariales en esta categoría, elaboran diferentes tipos de gráficos a la medida de sus demandas/intereses. Como se vio anteriormente,

<sup>36</sup> Más información sobre la asociación en su sitio web: <https://www.dieteticasinpatrocinadores.org/quienessomos/>

<sup>37</sup> Consultado en: <http://www.efesalud.com/dietetica-sin-patrocinadores-piramide-2017/>

casi todos los países europeos han desarrollado algún tipo de GABA, con el objetivo de ofrecer pautas sencillas para una dieta saludable. El uso de los gráficos elaborados en base a grupos de alimentos garantiza la inclusión de una gran parte de los alimentos básicos más típicos de cada país y lo hace siempre con un mensaje en tono positivo.

Todas las representaciones gráficas han sido criticadas por unas u otras cuestiones. Estarían entre estas la cuestión de a quién se tiene en cuenta a la hora de elaborar tanto las gráficas como las guías, sobre todo qué peso tiene la industria frente a la salud pública en estas decisiones y si están o no directamente patrocinadas.

Por poner un ejemplo de dichas críticas y su relación con los patrocinios en el caso español, una de las críticas que realizan los miembros de Dietistas sin Patrocinadores (Soteras, 2017) a la pirámide de SENC es con respecto a la presencia de bebidas alcohólicas junto a la pirámide. Al mismo tiempo, cabe destacar que hay dos patrocinadores de SENC cuya misión es literalmente investigar sobre las ventajas de bebidas alcohólicas como el vino (FiVIN Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición) y la cerveza (Centro de Información Cerveza y Salud).

La posición de los alimentos que se han puesto históricamente en la cima de las pirámides (azúcar, grasas, sal) ha estado precedida y seguida de debates; pues hay quien afirma que el hecho de estar en el punto más alto les concede una relevancia que no deberían tener. De ahí que haya representaciones de la pirámide, por ejemplo la norteamericana "My Pyramid", que despliega los diferentes grupos de forma vertical, gráfica que también responde en cierta medida a otra crítica recurrente: que los grupos de alimentos antes mencionados no deberían estar presentes dentro del gráfico. La respuesta no es eliminar dichos productos de la imagen, sino extraer esos alimentos de la pirámide, disponiéndolos junto a ella.

Por último, es interesante matizar una forma de "depredación corporativa", según la describe Andrew Calabrese (2017), que implicaría tanto influencia política como legitimación cultural. Se basa en las explicaciones de corte neoliberal que presentan a los ciudadanos como incapaces de prosperar en la situación socioeconómica actual, argumentos que generalmente se basan en una combinación de culpabilizar a la víctima y apelar a la retórica individualista que hace suponer que todos disfrutamos de igual-

dad de oportunidades y de libertad de elección. Esto en ocasiones acaba suponiendo el empleo de una narrativa que argumenta en contra de la protección del consumidor por parte del gobierno, defendiendo que tales esfuerzos serían paternalistas y que por lo tanto socavarían la soberanía del consumidor. Según esta narrativa, no es tarea del gobierno (y mucho menos de las empresas de alimentación) impedir que los ciudadanos ejecuten "malas decisiones" al elegir alimentos que están altamente relacionados con problemas de salud que los consumidores podrían evitar.

En la narrativa defensora del individualismo se asume la idea de que los consumidores tienen un conocimiento suficiente sobre las características de los productos puestos a su disposición y de las posibles alternativas a los alimentos menos saludables y que los ciudadanos están, por lo tanto, en disposición de tomar "buenas decisiones".

Esta narrativa de corte neoliberal es utilizada en ocasiones por los grupos de interés según Calabrese. Algunos lobbies de la industria alimentaria utilizan su influencia política para oponerse a legislación relativa a los alimentos basándose en el razonamiento de que los consumidores tienen derecho a elegir. A la vez, los grupos de interés del sector alimentario también invierten en ocasiones para impedir la aprobación de medidas legales que les obliguen a revelar información que podría capacitar a los consumidores a tomar decisiones más informadas, generando, en palabras de Calabrese, una "doble vía depredadora" (2017).

### **2.1.3. La industria alimentaria y su influencia en las políticas alimentarias**

En 2013, la OMS, y concretamente la doctora Margaret Chan como cara visible de la organización, en ese momento, denunciaron la influencia que ejerce la industria alimentaria sobre los gobiernos. Así, en su discurso de apertura en la 8ª Conferencia Global de Promoción de la Salud en Helsinki, Finlandia (el 10 de junio de 2013), Chan acusó a la industria alimentaria de influir en las políticas de salud de los gobiernos, y a estos de dejarse influir por la industria, llegando a comparar en su discurso las estrategias de la industria tabacalera con las de la industria alimentaria.

Se reproduce a continuación el fragmento del discurso más relevante para el presente estudio, en el que Chan denuncia la influencia de la industria alimentaria sobre las políticas públicas:



La globalización de estilos de vida malsanos no es en modo alguno solo una cuestión técnica para la salud pública. Se trata de una cuestión política. Es un problema comercial. Y es un problema de asuntos exteriores. (...)

Hoy en día, lograr que las personas lleven estilos de vida saludables y adopten comportamientos saludables enfrenta la oposición de fuerzas que no son tan amistosas. Para nada. Los esfuerzos para prevenir las enfermedades no transmisibles van en contra de los intereses comerciales de poderosos operadores económicos. Bajo mi punto de vista, este es uno de los mayores desafíos a los que se enfrenta la promoción de la salud.

Como deja claro la nueva publicación, ya no se trata solo de Big Tobacco. La salud pública también debe competir contra Big Food, Big Soda y Big Alcohol. Todas estas industrias temen las regulaciones y se protegen utilizando las mismas tácticas. Incluyen grupos de interés, lobbies, promesas de autorregulación, demandas legales e investigaciones financiadas por la industria que confunden las pruebas científicas y mantienen al público en duda.

Las tácticas también incluyen regalos, subvenciones y contribuciones a causas dignas que proyectan a estas industrias como ciudadanos corporativos respetables a ojos de los políticos y del público. Incluyen argumentos que colocan la responsabilidad por daños a la salud en los individuos, y describen las acciones del gobierno como una interferencia en las libertades personales y la libre elección.

Esta es una oposición formidable. El poder del mercado se traduce fácilmente en poder político. Pocos gobiernos priorizan la salud sobre las grandes empresas. Como aprendimos de la experiencia con la industria tabacalera, una corporación poderosa puede vender al público casi cualquier cosa.

Déjenme recordarles. Ningún país ha logrado revertir su epidemia de obesidad en todos los grupos de edad. Esto no es un fracaso de la fuerza de voluntad individual. Es un fracaso de la voluntad política para hacer frente a las grandes empresas.

Estoy profundamente preocupada por dos tendencias recientes.

La primera se refiere a los acuerdos comerciales. Los gobiernos que introducen medidas para proteger la salud de sus ciudadanos están siendo llevados a los tribunales y cuestionados en litigios. Esto es peligroso.

La segunda son los esfuerzos por parte de la industria para dar forma a las políticas y estrategias que afectan a sus productos. Cuando la industria está involucrada en la formulación de políticas, tengan la seguridad de que las medidas de control más efectivas serán minimizadas o excluidas por completo. Esto también está bien documentado, y también es peligroso.

En la opinión de la OMS, la formulación de políticas de salud debe protegerse de la distorsión de los intereses comerciales o particulares (Chan, 2013)<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> The globalization of unhealthy lifestyles is by no means just a technical issue for public health. It is a political issue. It is a trade issue. And it is an issue for foreign affairs. (...)

Today, getting people to lead healthy lifestyles and adopt healthy behaviours faces opposition from forces that are not so friendly. Not at all. Efforts to prevent noncommunicable diseases go against the business interests of powerful economic operators. In my view, this is one of the biggest challenges facing health promotion.

As the new publication makes clear, it is not just Big Tobacco anymore. Public health must also contend with Big Food, Big Soda, and Big Alcohol. All of these industries fear regulation, and protect themselves by using the same tactics.

Research has documented these tactics well. They include front groups, lobbies, promises of self-regulation, lawsuits, and industry-funded research that confuses the evidence and keeps the public in doubt.

Tactics also include gifts, grants, and contributions to worthy causes that cast these industries as respectable corporate citizens in the eyes of politicians and the public. They include arguments that place the responsibility for harm to health on individuals, and portray government actions as interference in personal liberties and free choice.

This is formidable opposition. Market power readily translates into political power. Few governments prioritize health over big business. As we learned from experience with the tobacco industry, a powerful corporation can sell the public just about anything.

Let me remind you. Not one single country has managed to turn around its obesity epidemic in all age groups. This is not a failure of individual will-power. This is a failure of political will to take on big business.

I am deeply concerned by two recent trends.

Posteriormente, se pudo observar cómo la administración de Obama (para el caso concreto de la campaña que encabezaba la Primera Dama Michelle Obama "Let's Move!"<sup>39</sup>) tuvo dificultades para no dejarse llevar por la influencia de los lobbies de la industria alimentaria. Esta campaña, que se cimentaba en dos bases: hacer ejercicio y comer de forma saludable, terminó dedicando todo el músculo promocional a la primera de estas, ante las maniobras de la industria alimentaria (Shen, 2013).

En el caso de España es notable el desequilibrio entre los intereses comerciales y los intereses de salud de la población y se puede resumir brevemente en tres hitos relacionados con la pirámide alimentaria, cada uno de ellos un éxito para el lobby alimentario:

- En 2001 se añade el vino a la pirámide de la alimentación saludable SENC, incluyendo una mención a su consumo opcional, y el año 2004 se añadió la cerveza a la guía, hitos ambos que el profesor universitario Juan Revenga, autor de libros sobre nutrición, calificó de "vergonzosos" en una entrevista (Sader, 2016), denunciando "intereses comerciales" tras ambas decisiones.
- En 2004 aumenta un escalón el aceite de oliva (Revenga, 2015), es decir, desciende un puesto, es decir, se recomienda una ingesta mayor, ocupando el segundo piso de la pirámide, junto con las frutas y las verduras.

En la pirámide española de la SENC además, están presentes productos que la OMS recomienda limitar al extremo, como el azúcar, caramelos, productos de pastelería y

---

The first relates to trade agreements. Governments introducing measures to protect the health of their citizens are being taken to court, and challenged in litigation. This is dangerous.

The second is efforts by industry to shape the public health policies and strategies that affect their products. When industry is involved in policy-making, rest assured that the most effective control measures will be downplayed or left out entirely. This, too, is well documented, and dangerous. In the view of WHO, the formulation of health policies must be protected from distortion by commercial or vested interests (Chan, 2013).

<sup>39</sup> Let's Move!, expresión que podría traducirse como "¡A moverse!", fue una campaña para combatir la obesidad infantil en Estados Unidos, dada a conocer por la entonces Primera Dama del gobierno estadounidense, Michelle Obama. Documentales como "Fed up" (Stephanie Soechtig, 2014), o artículos como éste <https://thinkprogress.org/how-big-food-corporations-watered-down-michelle-obamas-let-s-move-campaign-85d09b60607b/> muestran la evolución de la campaña a partir de la cooptación de la campaña por parte de grandes multinacionales de la industria alimentaria que estaban viendo comprometidos sus intereses a raíz de la campaña. Más información en: <https://letsmove.obamawhitehouse.archives.gov/>

bollería, la carne denominada "roja", y las bebidas alcohólicas anteriormente mencionadas (Velsid, 2017).

David Nibert, autor que ha problematizado el discurso especista a través de su literatura, explicó la influencia de las élites a la hora de introducir bacon y huevos en el desayuno así como el consumo de hamburguesas de un modo diario en una campaña llevada a cabo en Estados Unidos en 1920. Nestle, por su parte, denuncia la fuerte oposición presentada por la industria de la carne y la leche estadounidenses a la pirámide alimentaria, cuando en la elaboración de su diseño se amenazaba (muy ligeramente) con redefinir las percepciones sociales respecto al consumo de leche y carne.

El capítulo de Núria Almiron "The political economy behind the oppression of other animals: interest and influence" (2016, pp. 26-41) publicado en el libro *Critical Animal and Media Studies. Communication for Nonhuman Animal Advocacy* (Almiron, Cole, Freeman, 2016) muestra el modo en que los think tanks de la industria alimentaria se organizan en forma de coaliciones para ejercer influencia. La autora explica de qué manera los think tanks de la industria alimentaria influyen para fomentar el especismo que promueve que la población continúe teniendo las mismas pautas dietéticas que alimentan al especismo a su vez (Almiron, 2016c).

En 2007, y tal y como se desarrollará más adelante, Marion Nestle denunció los esfuerzos que las élites de la agroindustria llevan a cabo con el fin de modelar la formulación de las políticas públicas en relación con la salud y la nutrición. Tanto Nestle como Nibert presentan estrategias importantes de cómo la industria ejerce su influencia, sobre todo mediante afirmaciones de carácter científico, la estrategia de puertas giratorias, la utilización de lobbismo profesional directo (ejercido en una variedad de formas diferentes, entre otras, mediante los institutos de investigación y think tanks).

Nestle no hacía referencia al discurso especista directamente (Almiron, 2016c), sin embargo, el informe de Nestle proporcionaba claves para comprender el incremento de consumo de productos de origen animal (leche y carne) en los países occidentales, que Melanie Joy denomina "carnismo" (Joy, 2010) o David Nibert denomina "meat-habit" (Nibert, 2013).

## 2.2. Comunicación estratégica

### 2.2.1. Aproximación general

La comunicación estratégica corporativa es “la suma de mensajes provenientes tanto de fuentes formales como informales, difundidos a través de una variedad de medios, por los cuales una empresa transmite su identidad a sus múltiples audiencias o partes interesadas” (Gray y Balmer, 1998).

Dentro de la comunicación estratégica corporativa o comunicación organizacional y en el marco que nos corresponde, podemos observar con más detenimiento las relaciones públicas, herramienta global donde se aglutinan, en último término, las actividades de lobby. Aunque también es importante recalcar que existen otras formas de comunicación estratégica igualmente utilizadas por los sectores estudiados en la presente investigación, como herramientas del marketing mix dentro de la publicidad (on y off-line, convencional y no convencional).

Para asentar unos cimientos teóricos, comenzaremos por aportar algunas propuestas de definición del concepto *relaciones públicas*. Empezaremos por la definición del término que propone Jordi Xifra (2003), por ser un académico reputado, muy especializado en la materia, teniendo en su haber más de una decena de libros y capítulos de libros sobre las Relaciones Públicas en general y las actividades de lobby en particular, además de artículos y números temáticos en revistas indexadas. Xifra enmarca, concretamente, sus líneas de investigación en la vinculación entre las relaciones públicas y la actividad política y gubernamental desde, entre otras perspectivas, la de los lobbies.

Así, Jordi Xifra destaca que las relaciones públicas son un puesto ejecutivo o una función directiva que se estructura dentro de un desarrollo concreto que consta de cuatro fases, a saber investigación, planificación, ejecución (comunicación) y evaluación (Xifra, 2003). Jordi Xifra, destaca ciertas características de las relaciones públicas: por una parte, comienza la definición aclarando que son una función directiva; es decir, el autor otorga importancia a que se trata de una actividad que se planifica desde la parte más alta de una empresa, en consonancia con su dirección. Por otra parte, al especificar cuatro fases, Xifra está resaltando la función estratégica de las relaciones públicas,

que llevan todo un proceso que comienza por una investigación previa, continúa por una planificación acorde a los datos obtenidos y a los objetivos, y que se evalúa después de ser implementada. En cuanto al objetivo de las relaciones públicas, Xifra lo define como “una ayuda para alcanzar la meta de crear, mejorar y/o mantener relaciones mutuamente beneficiosas con sus públicos”. Se obvia el objetivo ulterior, que sería ayudar a que haya un ecosistema beneficioso para las operaciones de la empresa, pero consideramos que esto queda implícito en la definición.

José Daniel Barquero Cabrero (2002), investigador en el área de las ciencias sociales y económicas, ha trabajado con el doctor Bernays, asesor de la Casa Blanca y de otras empresas relevantes. Es autor de varias obras relacionadas con el tema que se estudia en la presente tesis. Su definición se centra más en la comunicación, y emplea dos palabras clave de las que se habla mucho en relaciones públicas: *credibilidad* y *confianza*, como valores deseables en los públicos de los que depende la organización para llevar a cabo con éxito sus negocios:

Las Relaciones Públicas es la actividad que va dirigida a mantener, potenciar, crear o recuperar la credibilidad y confianza de todos y cada uno de los públicos de los que depende una organización para obtener el éxito (Barquero, 2002).

El Institute for Public Relations (IPR), entidad fundada en 1956 y una de las asociaciones profesionales de publirrelacionistas más importantes de todo el mundo que se dedica a investigar “en, sobre y para las relaciones públicas” define las relaciones públicas de este modo:

Las Relaciones Públicas [PR por sus siglas en inglés] son la forma en la que las organizaciones, las empresas y los individuos se comunican con el público y con los medios de comunicación. Un especialista en PR se comunica con el público objetivo directa o indirectamente a través de los medios de comunicación con el objetivo de crear y mantener una imagen positiva y crear una relación sólida con la audiencia (IPR, s.f.).<sup>4041</sup>

---

<sup>40</sup> Fuente: Web de IPR: <http://www.ipr.org.uk/>

<sup>41</sup> "Public relations (PR) is the way organisations, companies and individuals communicate with

Como se puede observar, IPR ponen el énfasis también en la comunicación y en el público objetivo. Un especialista en relaciones públicas *comunica con el público objetivo* de forma directa o indirecta. ¿El objetivo? Crear y mantener una imagen positiva, que permita en último lugar el desarrollo de su actividad.

Por último, otra de las más relevantes asociaciones de Relaciones Públicas a nivel internacional, la Public Relations Society of America (PRSA) define las RRPP como sigue:

las relaciones públicas tratan sobre influir, involucrar y construir una relación con las partes interesadas clave a través de una miríada de plataformas para dar forma y enmarcar la percepción pública de una organización (PRSA, s.f.)<sup>4243</sup>

Aquí entran en juego conceptos interesantes: *influir y crear relaciones* que enlazan directamente con características también propias de las actividades de lobby. Más que comunicar por el hecho de informar, en relaciones públicas se comunica con un objetivo estratégico concreto. Como dicen desde PRSA, el objetivo primero sería “modelar y enmarcar la percepción pública de una organización”, siempre con el objetivo ulterior obviado pero presente a la vez de crear un clima propicio para que la organización pueda llevar a cabo su actividad con el máximo beneficio posible.

Los lobbies y los think tanks son elementos enmarcados dentro de la comunicación, más concretamente dentro de la práctica de las relaciones públicas, a menudo combinadas además con las relaciones con los medios de comunicación.

Tal y como explican Ralph Tench y Liz Yeomans,

*Asuntos Públicos* es la utilizadísima especialidad de relaciones públicas que busca influir en la formulación de políticas públicas a través del lobbying, ya

---

the public and media. A PR specialist communicates with the target audience directly or indirectly through media with an aim to create and maintain a positive image and create a strong relationship with the audience" (IPR, s.f.).

<sup>42</sup> Fuente: Web de la PRSA: <http://www.prsa.org/all-about-pr/>

<sup>43</sup> "Public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across a myriad of platforms in order to shape and frame the public perception of an organization" (PRSA, s.f.)

sea de forma privada o pública, junto con las relaciones con los medios, o combinando ambas rutas. Muchos grupos de interés poderosos ven el lobbying profesional como una parte esencial de sus estrategias de persuasión (Tench, R.; Yeomans, L., 2006)<sup>44</sup>.

Las actividades de lobby permiten que la voz de empresas, asociaciones profesionales y sindicatos y grupos de ciudadanos llegue a la arena política. Los lobbistas resumen y simplifican asuntos muchas veces complicados de modo que los legisladores, miembros del gobierno y de los diferentes comités puedan acceder a la información más pertinente mediante documentos más breves. Descrita de este modo, las actividades de lobby son sin duda una función de comunicación, la mayor parte de las veces persuasiva. Diversos académicos, (por ejemplo James E. Grunig y Tod Hunt (2007) y Elisabeth L. Toth (1986: 13 y 27-36) reconocen la función de las actividades de lobby como una tarea especializada de relaciones públicas. Russ Dondero y William Lurch (2005: 87) reconocen a los lobbistas como "grandes comunicadores para los legisladores" y describen la actividad de lobby como "proceso de comunicación bidireccional".

### **2.2.2. Teoría de las relaciones públicas y los grupos de presión: principales perspectivas teóricas**

A la hora de conocer las maneras más adecuadas para alcanzar y mantener una buena salud, la importancia que tiene la comunicación y la distribución de información ha sido indudable en todas las épocas y contextos. Sin embargo, hoy en día aún podemos realzar más esta relevancia, al encontrarnos en un entorno de economía globalizada. Únicamente una sociedad bien informada podrá tener la capacidad de tomar decisiones informadas sobre su salud (y la salud de su planeta).

Del mismo modo, con los niveles productivos que hemos alcanzado hoy en día es necesario recabar información y ser conscientes también de la violencia que cada uno de nuestros actos (incluyendo nuestros actos de consumo) puede desencadenar.

---

<sup>44</sup> "*Public Affairs* is the much used PR specialism that seeks to influence public policy making through lobbying, done either privately or publicly, along with media relations, or by combining both routs. Many powerful interest groups see professional lobbying as an essential part of their strategies of persuasion" (Tench, R.; Yeomans, L., 2006).



Todo esto se deriva en una palabra: información. A este respecto, no hay duda del importante papel que juegan los lobbies y los think tanks en moldear la opinión pública y la política pública. Esta investigación no toma como punto de partida una teoría particular o única de los grupos de interés, sino que se nutre de una combinación de las principales posturas críticas en este campo de investigación: principalmente las perspectivas elitistas y neomarxistas, para la teoría de los grupos de interés en general, y de la teoría de campo y teorías de coalición para la teoría de los think tanks en particular.

Según Thomas (2004), el enfoque elitista deriva de la tradición de la teoría elitista postulada por el sociólogo político estadounidense C. Wright Mills (1956). En concordancia con dicha teoría, los autores elitistas consideran que los think tanks deben ser analizados como herramientas de la clase dominante capitalista (por ejemplo, Domhoff, 2010). La perspectiva neomarxista considera que los think tanks no son tanto el producto de élites políticas o acuerdos societales sino la consecuencia de la conciencia de clase (Thomas, 2004). Este enfoque asume la centralidad del conflicto de clases en la economía política marxista. Según Parrilla, Almiron y Xifra (2016), Gramsci arroja luz sobre esta perspectiva, ya que el aparato ideológico restringe los parámetros de las ideas, el debate y el discurso en la sociedad civil y el Estado (Gramsci, 1971).

En la teoría de campo, la atención se centra en los complicados entornos organizativos y políticos en los que operan los think tanks y en sus dependencias subyacentes de poderosos patrocinadores. Según Medvetz (2012), los think tanks dependen de tres tipos de clientes: los actores políticos son necesarios por el acceso político que pueden proporcionar; los actores económicos son necesarios por el apoyo financiero y los medios de comunicación son necesarios para la visibilidad pública. Además, los think tanks muestran fuertes lazos académicos, aunque su compromiso con el rigor académico se pone en duda cuando mantienen servidumbres políticas y económicas consistentes.

Finalmente, la teoría de coalición del discurso ha sido aplicada al estudio de grupos de interés, y particularmente de think tanks, por ejemplo por Dieter Plehwe. Plehwe (2011: 127-148) define las coaliciones discursivas como "fuerzas sociales que actúan conjuntamente, aunque no necesariamente en interacción directa, en pos de un objetivo co-

mún" (2011: 130). Al estudiar estas fuerzas sociales, incluyendo los think tanks, podemos idear las redes nacionales y transnacionales, las constelaciones de actores institucionalizados y las relaciones de poder de las coaliciones hegemónicas del discurso neoliberal en general.

Como demostró Núria Almiron para la industria agroalimentaria en su conjunto, el uso de grupos de intereses por parte de este sector, tanto de lobbies como think tanks, está muy extendido entre la industria. Además, se encuentra en gran medida "fuera del alcance del escrutinio público" (Almiron, 2016c, p. 27). De acuerdo con las teorías críticas mencionadas previamente, el trabajo de Almiron demuestra que el alcance y la sofisticación de los grupos de interés han aumentado en manos de grandes industrias como en el caso de la láctea, y los think tanks han jugado un papel principal en esto. Tal y como Almiron sostiene con respecto a los think tanks

la relevancia, capacidad de influencia y el impacto de los think tanks está fuera de discusión hoy en día (...). Los think tanks no son sólo organizaciones que tratan de moldear las políticas públicas y la opinión pública; también tratan de influir en los medios de comunicación y la opinión pública y utilizan las herramientas y estrategias de comunicación como medios para sus fines (Almiron, 2016c, p. 27).

Los grupos de interés influyen en los medios, en los gobiernos y en la opinión pública en general. Por lo tanto, los lobbies y los think tanks se han convertido en un objeto de análisis muy relevante para los académicos de medios y de comunicación.

A continuación se desarrollarán con más detenimiento las perspectivas anteriormente mencionadas, además de ahondar en algunas aproximaciones más novedosas.

### ***2.2.2.1. La perspectiva pluralista***

El abanico de teorías que han analizado los grupos de interés van desde el pluralismo hasta el elitismo según indican varios académicos (por ejemplo: Medvetz, 2012; Pautz, 2011; Stone, 1996; Thomas, 2004). El enfoque pluralista ha sido el más extendido en la literatura angloamericana con respecto al papel que desempeñan los grupos de interés en las democracias liberales (Thomas, 2004). De acuerdo con esta teoría, los think

tanks son una entre las muchas organizaciones que compiten para dar forma a la política pública en un contexto político en el que la formulación de leyes es el producto de una interacción dinámica entre los intereses organizados. Estos intereses podrían no tener los mismos recursos y objetivos, pero en última instancia, habría una representación pluralista de los puntos de vista (por ejemplo, McGann, 2007).

Alexis de Tocqueville, político francés y uno de los ideólogos del liberalismo, bien podría adherirse a este punto de vista a juzgar por esta célebre cita, que podríamos aplicar a la teoría pluralista de los lobbies, que pronunció hace casi 200 años cuando viajó a Estados Unidos para observar el funcionamiento de la primera democracia moderna:

Una asociación política, industrial, comercial o incluso científica y literaria, es un ciudadano ilustrado y poderoso al que no se puede someter ni confinar en la sombra y que, al defender sus derechos particulares contra las exigencias de los poderes públicos, salva las libertades comunes (Tocqueville, 1835, 757).

#### ***2.2.2.2. La perspectiva elitista***

Mientras que para la mayoría de los autores de la perspectiva pluralista la proliferación de think tanks es un signo de progreso en una democracia, los autores que adoptan la perspectiva elitista subrayan que estas organizaciones no son actores neutrales ni desinteresados dedicados al progreso del conocimiento, ni compiten de un modo igualitario a la hora de formular las políticas públicas. El enfoque elitista se deriva de la tradición de la teoría elitista postulada por el sociólogo político estadounidense C. Wright Mills (1956). De acuerdo con esta teoría, los autores elitistas consideran que los lobbies y los think tanks deben ser analizados como herramientas de la clase dominante capitalista (por ejemplo, Domhoff, 2010).

En relación con la facultad de asociarse para poder poseer fuerza y facilidad de acceso a los decisores públicos, Galbraith (1973: 49) señala que sólo las organizaciones con un gran poder pueden acceder con mayor facilidad:

Así como un miembro individual del sistema de mercado no puede típicamente influir en sus clientes, eso tampoco sucede en el Estado. El presidente de

la General Motors tiene un derecho establecido a ver al Presidente de los Estados Unidos cuando visita Washington. El presidente de la General Electric tiene derecho a ver al Secretario de Defensa y el presidente de la General Dynamics a ser recibido por cualquier general. El granjero individual no tiene similar acceso al Secretario de Agricultura; el comerciante individual no tiene entrada en el Secretario de Comercio. Sería de poco valor si pudiera hacerlo. La burocracia pública (...) sólo puede ser efectiva y permanentemente influida por otra organización (Galbraith, 1973, p.49).

### **2.2.2.3. Las nuevas aproximaciones**

Además de las perspectivas pluralista y elitista, han surgido otras teorías, sobre todo el institucionalismo, el neo-Marxismo, la economía política y la teoría de campo.

El **institucionalismo** se centra en los entornos (estructuras, normas, reglas y procesos) que configuran los comportamientos de los think tanks. No obstante, los institucionalistas no consideran que el control social y económico de las élites sea la característica principal en esas fuerzas conformadoras. Aunque opinan que ese marco deja poco margen para la independencia, consideran que los think tanks no siempre sirven los intereses del capital (por ejemplo, Stone, 1996).

La perspectiva **neo-Marxista** considera que los think tanks son menos el producto de élites políticas o acuerdos societales que de la conciencia de clase (Thomas, 2004). Este enfoque asume la centralidad del conflicto de clases de la economía política marxista. En este sentido, cabe destacar el análisis Gramsciano del control hegemónico. Dentro de esta perspectiva, el aparato ideológico restringe los parámetros de ideas, debate y discurso en la sociedad civil y en el Estado (Gramsci, 1971). Pautz, por ejemplo, ofrece una comprensión neo-gramsciana de los think tanks. Este autor muestra que las redes de cooperación han sido influyentes en la formulación de políticas; y que la autonomía, ideas, jerarquías de poder y el contexto son relevantes para la eficacia de los think tanks en la formulación de las políticas (Pautz, 2011).

Los enfoques de la **economía política** "han sido utilizados para comprender los grupos de interés desde los primeros años de investigación en ciencias políticas" (Thomas, 2004, p.54). Sin embargo, los enfoques de la economía política a los think tanks

(es decir, los que se centran no solo en lo económico sino también en las relaciones de poder vistos desde una posición crítica) son infrecuentes. Basándose en esta perspectiva, la investigación de McLevey (2014) sobre la financiación de los think tanks sugiere una realidad compleja en la que los think tanks no son "los peones de los donantes políticos-corporativos ni los representantes de muchos grupos de interés que compiten entre sí" (McLevey, 2014, p.71). Además, Medvetz (2012) realiza un análisis exhaustivo de los think tanks estadounidenses que incluye perspectivas de sociología, historia, política, economía y medios. La perspectiva de la economía política crítica de Medvetz le lleva a un nuevo paradigma, que denomina, por Bourdieu, "la teoría de campo".

En la teoría de campo, la atención se centra en los complicados entornos organizativos y políticos en los que operan los think tanks y en sus dependencias subyacentes de poderosos patrocinadores. Según Medvetz (2012, p. 42), los think tanks dependen de tres tipos de cliente: Los actores políticos son necesarios "por el acceso político que pueden proporcionar"; los actores económicos son necesarios "por el apoyo financiero" y los medios son necesarios "por la visibilidad pública". Además, los think tanks exhiben fuertes lazos académicos, aunque su compromiso con el rigor académico es dudoso cuando mantienen servidumbres políticas y económicas constantes. A la luz de esto, no tiene sentido definir los think tanks según su independencia, como hacen los enfoques pluralistas, elitistas e institucionalistas.

Finalmente, la teoría de coalición de discurso es un enfoque crítico desarrollado para estudiar el cambio institucional y las transformaciones estructurales más allá de las barreras nacionales. Esta teoría ha sido aplicada al estudio de los grupos de interés, y particularmente de los think tanks, por ejemplo por Dieter Plehwe. Plehwe define las coaliciones de discurso como "fuerzas sociales que actúan conjuntamente, aunque no necesariamente en interacción directa, en pos de un objetivo común" (2011, p. 130). Al estudiar estas fuerzas sociales, incluyendo los think tanks, podemos trazar las redes nacionales y transnacionales, las constelaciones de actores institucionalizadas y las relaciones de poder de la coalición del discurso neoliberal hegemónico en general. Como Medvetz, Plehwe insta a adoptar una visión sociológica, que no aisle a las organizaciones de "las circunstancias sociales relevantes" (2011, p. 131) que tienen lugar en ese momento.

### 2.2.3. Nacimiento y evolución de los grupos de presión

Diversos autores afirman que la historia de la acción que hoy en día entendemos por *actividad de lobby* –que conceptualiza la necesidad que tienen grupos y ciudadanos de defender, ante las estructuras de poder, ciertos intereses relativos a las necesidades de su vida cotidiana, al desarrollo de su profesión, a sus lugares de residencia, etc.– tiene su origen en la misma raíz de todos los sistemas políticos actuales (Koutroubas y Lits, 2011, p.140).

Así, David Caldevilla Dominguez, en su Manual de Relaciones Públicas (2007) afirma:

Desde tiempos remotos se ejercen presiones y se trata de influir sobre los legisladores para favorecer los intereses de un grupo privado determinado.

Es por ello, para dar a conocer los intereses de los públicos privados a los representantes del poder establecido, por lo que es necesaria la existencia del lobby, ya que se acerca la política a las necesidades de sus electores (Caldevilla, 2007, p.134).

Para elaborar una historia detallada sería interesante remontarse a los orígenes del gobierno representativo y de sus principios fundadores, como hacen en su libro Emiliano Grossman y Sabine Sauruger (2012: 155-157). Según Grossman y Sauruger, "la génesis de los grupos de interés es imposible de situar con precisión". Estos autores comparten la misma tesis de Caldevilla y Koutroubas con relación a que la necesidad de organizarse que tenían y tienen ciertos sectores de la sociedad, para defender sus intereses tanto entre los demás ciudadanos como ante el poder político, deriva del puro hecho de vivir la vida en sociedad, y por tanto podemos remontarlo a tiempos inmemoriales. (Grossman y Sauruger, 2012, p.155).

En nuestro caso, nos centraremos, con el fin de acotar la información a lo que interesa al presente caso de estudio, en el papel de los grupos de interés dentro de un sistema democrático, y más concretamente dentro de los sistemas democráticos contemporáneos europeos.

Sin embargo, vale la pena hacer un breve recorrido por la *prehistoria* de los lobbies, que tan bien han representado David Caldevilla Domínguez y Jordi Xifra Triadú en su artículo "Historia de los Lobbies: una forma de escribir la historia" (2013: 879-892), marcando la aparición del *lobby* actual en la era industrial; concretamente en el siglo XIX "con el auge de las democracias anglosajonas". Hasta llegar a ese punto de inflexión, los dos autores trazan en su artículo una línea evolutiva de los *lobbies* que inicia su camino en la Grecia Clásica con los sofistas.

Así, según Caldevilla y Xifra, los sofistas, como antecedentes de los modernos abogados, fueron los encargados de iniciar el camino de la representación de los intereses del ciudadano ante los órganos de poder, que en la época de la Grecia clásica coincidían con Asambleas y Tribunales. Siendo oradores de gran talento, ofrecían sus servicios de "defensa" a individuos y grupos, que les contrataban para obtener su apoyo en los debates de las asambleas.

Ya estos primeros "lobbistas" contaron con detractores entre otros filósofos de su época como Sócrates y sus discípulos; no solo por defender causas con las que no estaban siempre de acuerdo, sino por ponerse de parte de "minorías parlamentarias", inclinando la balanza a su favor.

Siguiendo a Caldevilla y Xifra, en el mismo periodo, en Roma, surgió el clientelismo, que también aspiraba, en definitiva, a ofrecer ventajas a aquellos que de otro modo no tendrían acceso a los organismos de poder. La oratoria, el sofismo y el clientelismo romano tendrían en común que:

son esencia, medios más o menos éticos, pero siempre legales y socialmente aceptados -en sus respectivos ámbitos temporales y formales- de que los particulares pueden influir en los gobiernos, más allá del voto individual de cada uno, o de que lo hagan cuando no existe la posibilidad de emitir ese voto o aportar esa voz. (Caldevilla y Xifra, 2013, p. 879)

Caldevilla y Xifra prosiguen esta evolución del lobbismo, llegando al medievo con la iglesia como principal influencia sobre el poder:

A estos niveles, los del pueblo llano, no puede decirse que el sistema feudal sirviera para que nadie ejerciera ninguna influencia sobre lo que el poder político decidía, fincando como única alternativa o válvula de escape -y así durante siglos- la Iglesia: el único contrapoder que podía imponerse de alguna manera a los Señores e interceder por la gente de a pie (...). (Caldevilla y Xifra, 2013, p. 892)

A medida que la Edad Media comenzó a dar paso al renacimiento, con la llegada de las urbes y la dinamización del flujo del dinero, los gremios van ganando privilegios y fueros, y llega su capacidad de influir ante el gobierno, que necesitaba dinero, de la mano de la burguesía.

Según la European Public Affairs Consultancies Association (EPACA), el concepto de *lobbying* surgió en 1215, cuando Juan I de Inglaterra concedió a los barones el derecho de "solicitar al gobierno la reparación de un agravio" ante cualquier violación de sus nuevos derechos bajo la Carta Magna.

Caldevilla y Xifra sitúan, no obstante, como decíamos, la aparición del lobby actual en el momento de la llegada de la era industrial. Aunque es difícil situar este hito en una fecha en concreto, sí existe consenso en que el fenómeno del lobby "cristaliza y comienza a utilizarse en el siglo XIX con el auge de las democracias anglosajonas", tal y como contextualizan Theodoros Koutroubas y Marc Lits:

Dentro del espacio cultural anglosajón, el derecho a dirigir peticiones al gobierno fue reconocido solemnemente al "pueblo" por la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos (1791) y colocado al mismo nivel que la libertad de prensa, la libertad de expresión, o incluso que la libertad de practicar una religión o de reunirse pacíficamente. En el Reino Unido, la propia naturaleza del sistema electoral, que por mucho tiempo ha hecho de los parlamentarios ante todo representantes de los habitantes de su circunscripción, es decir, de sus electores, ha normalizado las reuniones informales y frecuentes entre los funcionarios electos y sus electores, que deseaban defender una causa que les interesaba (Koutroubas y Lits, 2011,



p.140)<sup>45</sup>.

Normalmente se suele situar el nacimiento del término *lobby* en dos momentos diferentes. El primero se ubica en los EEUU, cuando el General Grant tuvo que instalarse en un hotel durante la Guerra de Secesión, tras el incendio que tuvo lugar en la Casa Blanca. En el vestíbulo o sala de espera (*lobby* en su traducción al inglés) del hotel era donde se arremolinaban los representantes de diferentes grupos de presión para poder tener acceso al general.

El segundo se ubica a este lado del Atlántico, donde casi todos los autores concuerdan en que la palabra *lobby* aparece a finales del siglo XIX en la británica Cámara de los Comunes, haciendo referencia al gran vestíbulo y a los pasillos de la cámara que se encontraban antes del recinto de sesiones. Por estas estancias merodeaban representantes de intereses comerciales o políticos, tratando de propiciar encuentros con los parlamentarios en esas zonas abiertas, dado que el acceso a los ciudadanos a la propia cámara estaba prohibido.

Según Jesse Sheidlower (Sheidlower, 2006), editor del Oxford English Dictionary (OED), el nacimiento del término *lobby* con las connotaciones que aquí tratamos se puede en realidad ubicar mucho más atrás. El OED cita, en concreto, ejemplos que se remontan a 1640, hablando precisamente del vestíbulo de la Cámara de los Comunes donde el público iba a contactar con sus miembros.

El autor Armando Alonso Piñeiro (1992) afirma que el *lobbying* como actividad presenta una estructura formal desde 1884 en Inglaterra. Sin embargo, pasó un tiempo antes de que los conceptos *lobbying* y *lobbyists* se difundiesen hacia otros países europeos. Por ejemplo, los medios franceses comenzaron a hablar de *lobbying* en la década de

---

<sup>45</sup> Au sein de l'espace culturel anglo-saxon, le droit d'adresser des pétitions au gouvernement fut solennellement reconnu au "peuple" par le premier amendement de la Constitution des États-Unis (1791) et placé au même niveau que la liberté de la presse, la liberté de la parole, ou encore celle d'exercer une religion ou de s'assembler pacifiquement. Au Royaume-Uni, la nature même du système électoral, que fait depuis très longtemps des parlementaires d'abord et avant tout les représentants des habitants de leur circonscription, c'est-à-dire de leurs électeurs, a rendu tout à fait normales les rencontres informelles et fréquentes entre les élus et leur électeurs qui souhaitaient plaider auprès d'eux une cause leur tenant à coeur. (Koutroubas y Lits, 2011, p.140)

1980, mientras que los italianos tardaron una década más, propiciado por el escándalo de la "Tangentopoli" de 1993 (EPACA, s.f.).

## **2.2.4. Grupos de presión definiciones, redes y coaliciones discursivas**

### **2.2.4.1. Grupos de presión - grupos de interés**

Existen tantas definiciones de las actividades ligadas a los grupos de interés como tipos de agentes vinculados a la misma, así como de sus objetivos y de sus formas de actuar. Cada definición subraya (o deja a un lado) los elementos más interesantes para cada uno de los involucrados. Encontrar una definición suficientemente completa es importante no solo a efectos académicos, sino en términos de legislación y lobbismo.

La actividad de los grupos de presión es estudiada por académicos de diferentes disciplinas además de por los especializados en publicidad y relaciones públicas: principalmente desde las ciencias políticas, ciencias jurídicas, sociología (desde el punto de vista de grupo), y el periodismo. Según la especialidad se ofrecen diferentes calificativos y definiciones.

A continuación, se hará una exposición de diferentes acepciones de los términos más relevantes para la presente investigación, de acuerdo con las versiones de diferentes tipos de implicados; desde los académicos, pasando por los propios lobistas y sus organizaciones profesionales, las organizaciones e individuos críticos hasta los legisladores.

En primer lugar abordamos brevemente el concepto *grupo*, que es un término muy amplio. Ha sido y sigue siendo muy estudiado desde diferentes perspectivas; además del punto de vista comunicativo, es tratado entre otras disciplinas, desde la sociología, la antropología y la psicología social. De las múltiples definiciones de grupo, e intentando acotar el término a su significado más acorde con el del tipo de grupos tratados en el presente estudio, Meynaud (1962, p. 12 citado por Antonio Castillo Esparcia en Lobby y comunicación (2011, p. 23)) afirma que esta palabra tiene tres características intrínsecas: una noción consciente de conexión entre personas individuales más allá de la mera existencia de intereses individuales; una conciencia de pertenencia que

conforma una colectividad frente a los que no están en el interior del grupo; un punto de estabilización de los miembros.

Grupo podría ser definido como toda colectividad, conjunto humano y todo sistema de interacciones diferentes de la sociedad global, situación que remite a un concepto meramente explicativo centrado en aspectos exógenos. Este carácter puramente descriptivo es eliminado por Burdeau (1982, p. 209), que aporta una concepción endógena en la que da absoluta relevancia a las relaciones y motivaciones de los miembros del grupo, considerando el elemento del interés como fundamental para la creación del grupo y como principal soporte del mismo.

Según la definición del Diccionario de Psicología Social y de la Personalidad (Harré y Lamb, 1992) un grupo consiste en "dos o más personas que interactúan entre sí, comparten un conjunto de metas y normas comunes que dirigen sus actividades, y desarrollan un conjunto de roles y una red de relaciones afectivas". En la literatura especializada se encuentran muchas otras definiciones, pero podemos observar que, las metas, objetivos, intereses y la mutua influencia de los miembros del grupo (Shaw, 1981) son una parte intrínseca de la definición de grupo en casi todas las disciplinas.

La diversidad de intereses para Burdeau (1982, p. 164) hace que exista un conflicto entre las diversas aspiraciones, y se multiplica cuanto más compleja es la situación, facilitando una progresiva aparición de intereses, que se hacen cada vez más concretos y contradictorios entre sí.

Qué es un grupo se explicaría a partir de quién es miembro y qué vínculos establecen entre ellos. Para algunos psicólogos sociales, "un grupo social puede ser definido como dos o más individuos que comparten una identificación común de ellos mismos o, lo que es lo mismo, que se perciben a ellos mismos como miembros de la misma categoría social" (Turner, 1982: 15). No obstante, han aparecido algunas críticas a esta visión: primero, la identificación mutua no sería la condición básica para adquirir la categoría de miembro, sino el pago de las respectivas cuotas (un grupo de amigos no es un grupo de interés); segundo, no todos los grupos de interés están conformados por personas de una misma categoría social (Baumgartner y Leech, 1998, p. 31); y tercero, para cualquier grupo se hace indispensable estar dotado de cierta estabilidad

y permanencia por lo que se requiere una fuerte base organizativa (Uhlener, 1989, pp. 390-422)".

Siguiendo a Castillo Esparcia (2011), y avanzando ya hacia la definición de grupo con una serie de intereses asociados a él, una de las principales características de la formación de grupos asociativos es la ventaja de poder aunar, en forma de poder más fuerte, los poderes con los que cuenta cada individualidad por separado. Para Castillo, aquellas individualidades que defienden una posición privilegiada o intereses materiales tienen más tendencia a asociarse con el fin de defender los intereses que tienen en común con otras personas.

Procediendo ya a abordar los grupos en concreto que nos interesan en la presente investigación, nos encontramos con diferentes conceptos: *grupo de interés*, *grupo de presión* y *lobby*, que en ocasiones se utilizan indistintamente para mencionar un mismo fenómeno, aunque, sobre todo por parte del mundo académico, se encuentran matices diferenciadores para todos ellos.

Los tres términos se estudian en la academia tanto en ciencias políticas, sociología, ciencias jurídicas y comunicación, entre otras disciplinas, sin llegar a un acuerdo concreto ni respecto a la definición ni en cuanto a sus rasgos característicos.

*Grupo de interés* es definido en el Diccionario de Sociología de Salvador Giner, Emilio Lamo de Espinosa y Cristóbal Torres (2002) como "categoría analítica procedente del término inglés *interest group*, que se utiliza para designar a un conjunto de personas que comparten ciertos tipos de intereses y expresan ciertas reivindicaciones comunes respecto de otros grupos" (p. 336). Siguiendo con el enfoque sociológico, "Para los sociólogos, todas las asociaciones son proclives a convertirse en grupos de interés a excepción de grupos primarios como la familia, la empresa y la burocracia" (Knoke, 1986, pp.1-21).

Para Bentley (1983, p. 259) grupo e interés van indefectiblemente unidos. Por su parte, Bobbio y Matteucci definen al grupo de interés como:

Cualquier grupo que, basándose en una o varias actitudes compartidas, lleva adelante ciertas reivindicaciones ante los otros grupos de la sociedad, para el

establecimiento, mantenimiento o ampliación de formas de conducta que son inherentes a las actitudes compartidas (Bobbio y Matteucci, 1966, p. 751).

Como constante en los intentos de definición, se puede encontrar una versión más amplia y otra más restringida. Según el Diccionario de Sociología,

en la versión amplia, el término grupo de interés podría aplicarse a todo grupo de personas que tienen intereses afines y comparten un marco común de referencia para interpretar y evaluar los problemas que les afectan (...) Según la naturaleza de los intereses compartidos y de las reivindicaciones que expresan, habría distintos grupos de interés [a saber:] en el campo económico (...), político (...) o cultural (...) que dirigen sus reivindicaciones al conjunto de la sociedad o bien a grupos o instituciones específicas. (...) Una versión más restringida señala que, para calificar un grupo como grupo de interés, es necesario que sus reivindicaciones sean dirigidas a las instituciones políticas y que entre sus objetivos esté el de influir en el contenido de las políticas públicas, pero sin buscar posiciones de autoridad. (Giner, S.; Lamo de Espinosa, E.; Torres, C. 2002, p. 336).

Meynaud (1962, p. 22) es uno de los autores que opina que la categoría grupo de interés es demasiado amplia, y que sería necesario un matiz que para él supondría denominarlos *grupos de interés político*. Según el autor, estos serían los que tienen la intención de promover y defender los intereses del grupo por la vía pública. La intencionalidad de influir en las políticas públicas es lo que hace que se pase de grupo a secas o grupo de interés al concepto generalmente acotado como *grupo de presión*.

Dentro de la óptica propia de las ciencias políticas, podemos tener en cuenta la siguiente definición de Vernon Bogdanor: "Los grupos de interés son organizaciones que tratan de influir en la dirección de las políticas del gobierno sin buscar ellos mismos ser parte del gobierno" (Bogdanor, 1993, pp. 295-296)<sup>46</sup>. Siguiendo la misma fuente, ha habido diferentes intentos de clasificar los grupos de interés, siendo la distinción más común diferenciar aquellos que defienden un interés particular sectorial como los gran-

---

<sup>46</sup> "Interest groups are organizations which attempt to influence the direction of government policy without themselves seeking to form the government" (Bogdanor, 1993, pp. 295-296).

jeros o los empresarios, y aquellos que defienden una causa, como por ejemplo el desarme nuclear.

Según Iván Medina (2009):

a primera vista, los grupos de interés son la asociación organizada de unos individuos o entidades que comparten una misma valoración respecto a un conflicto y que pretenden alcanzar sus demandas (unos intereses) a través de la interacción gubernamental (...) Ni todas las asociaciones ni todos los individuos o empresas cabrían en esta definición (Medina, 2009, p. 17).

Para Medina, "la categoría 'grupo de interés' es intercambiable a la de grupo de presión u otras que se puedan encontrar a pesar del esfuerzo de algunos autores por establecer diferencias".

Según Maynaud, la diferencia entre grupo de interés y grupo de presión reside en si el grupo ejecuta o no algún tipo de acción para defender dicho interés; así Maynaud consideraba que grupo de interés es simplemente un grupo que muestra un interés sobre algún asunto en concreto, y cuando dicho grupo actúa de algún modo sobre el gobierno respecto a ese interés, se convierte en grupo de presión (Maynaud, 1956, 1959).

Miguel Juan Jerez Mir (1997, p. 294) apunta que entre los términos *grupo de interés* y *grupo de presión*, para la academia española es más frecuente referirse a grupos de presión a diferencia de lo habitual en los textos norteamericanos, británicos o franceses. Es una tendencia que se va invirtiendo pues, según los críticos, el término *grupo de presión* es, además de un reflejo de lo más negativo del término, la definición de un método de influencia entre varios posibles, por lo que se muestra como algo restrictivo (Finer, 1958). El grupo de interés, en un sentido amplio, "es un actor del sistema social que, básicamente, desarrolla la función de articulación de las aspiraciones de los individuos o colectivos que, sin ellos, actuarían directamente frente a los poderes públicos en las direcciones más dispares" (Jerez Mir, 1997, p. 295).

Para Frank R. Baumgartner y Beth L. Leech (1998),

la ciencia política desarrolló una noción amplia de grupos de interés hasta la aparición del libro de Mancur Olson (1965) sobre la *Lógica de la Acción Colectiva* en la que no se recogían estas matizaciones. Por grupo de interés se aceptaban, prácticamente, todas aquellas organizaciones, corporaciones, entidades, instituciones o agentes individuales que tuvieran un lobista defendiendo sus intereses ante el Gobierno (p. 26).

Entre los grupos de interés, como también veremos para los conceptos de grupos de presión y lobbies, podemos hacer una gran diferenciación entre aquellos grupos que defienden una postura económica, y que buscan su propio beneficio (grupos de interés económico especializado) y, por otro lado, los grupos de interés público (*public interest groups*) que promueven temas relacionados con la justicia social, que preocupan a grandes colectivos –como, por ejemplo, los derechos humanos o el medio ambiente– (Von Beyme, 1986; Jerez Mir, 1997).

A partir de estas dos grandes categorías se puede detallar los principales grupos: organizaciones empresariales que representan los intereses del empresariado; sindicatos que defienden los intereses de los trabajadores ante las empresas y el gobierno; grupos profesionales que representan los intereses de los trabajadores independientes (granjeros, agricultores, ganaderos) y a profesionales liberales como médicos, abogados, arquitectos o ingenieros; grupos de promoción o grupos causales que propagan una causa o un credo, como las iglesias o los grupos ecologistas y que tienen un interés esencialmente ideológico o social más que económico.

También se puede considerar a los *think tanks* dentro de esta categoría ya que, a pesar de ser organizaciones dedicadas a la generación y/o difusión de conocimiento, tienen vocación de influencia y acostumbran a tener una proyección pública bastante notoria que en ocasiones sirve de polos de debate entre especialistas y sociedad civil, asociaciones políticas o grupos de interés intergubernamentales de las que forman parte aquellos organismos públicos y organizaciones gubernamentales que tratan de persuadir a otros gobiernos para que tengan en cuenta sus necesidades o para que sus decisiones beneficien a su imagen o a sus ciudadanos.

Según Clive S. Thomas (2004), "grupo de interés es una asociación de individuos o de organizaciones o una institución pública o privada que, basándose en una o más preocupaciones, trata de influir en las políticas públicas a su favor" (pp. 4-5)<sup>47</sup>.

Además S. Thomas divide en tres grandes categorías de grupos de interés los incluidos en la definición, a saber:

1) El grupo de pertenencia tradicional o *The traditional membership group*: Grupos formados por individuos como doctores, dueños de armas, granjeros, estudiantes y demás.

2) Intereses organizacionales o *Organizational interests*: Compuesta no por individuos sino por organizaciones; de hecho son "organizaciones de organizaciones". Públicas o privadas, representan a entidades con o sin ánimo de lucro. Asociaciones de industrias, como los fabricantes de coches, empresas de aceite, ferrocarril. Algunas tienen una base más amplia, como la Confederation of British Industry (CBI), que incluye todo tipo de industrias, o el Australian Council of Trade Unions (ACTU). Como ejemplos de organizaciones sin ánimo de lucro: asociaciones nacionales de hospitales públicos, universidades públicas. También los grupos de temas sociales o interés público, como los ecologistas o grupos de consumidores, a menudo se unen en organizaciones nacionales.

3) Intereses institucionales o *Institutional interests*: No son grupos. "Tal y como Walker (1983), Salisbury (1984), Gray y Lowery (1995, 2001) y Thomas y Hrebentar (2003) han señalado, muchas de las organizaciones que llevan a cabo actividad de lobby son, de hecho, instituciones, tanto públicas como privadas", como corporaciones de negocios individuales, think tanks y agencias del gobierno. Las fuerzas armadas, por ejemplo, también están dentro de este grupo.

Aquí tenemos varios elementos importantes que diferentes autores acuerdan en otorgar a la definición de grupo de interés: la posesión de *cierta* independencia del go-

---

<sup>47</sup> "Interest group is an association of individuals or organizations or a public or private institution that, on the basis of one or more shared concerns, attempts to influence public policy in its favor" (Thomas, 2004, pp. 44-45).



bierno o de partidos políticos, y la intencionalidad como característica definitoria: el tratar de influenciar la política pública.

A esta información podemos añadir las definiciones que hacen de su empleo los profesionales y sus organizaciones representativas. Así, APRI, la Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales, define grupo de interés como:

[L]as personas físicas y las jurídicas que trabajan, por cuenta propia o ajena, en la defensa de los intereses comunes y legítimos propios, de terceras personas u organizaciones, o incluso de otros intereses generales, para conformar la opinión de los poderes públicos en la definición y ejecución de iniciativas públicas que afecten a la configuración y al desarrollo de una actividad política, económica, cultural o social (APRI, 2017, p. 20).

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en sus principios programáticos y de cara a la creación del registro de grupos de interés, elaboraba una definición muy parecida, tal y como explica su presidente José María Marín Quemada en el documento de la resolución por la que se decide crear el registro de grupos de interés:

Se entiende por Grupo de Interés (...) las personas físicas y las jurídicas que trabajan por cuenta propia o ajena y que en relación con la actividad de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y, muy especialmente, en la conformación de su opinión, actúan en defensa de intereses propios, de terceras personas u organizaciones, o incluso de otros intereses generales (Marín Quemada, J.M., 2016).

Centrándonos más en el concepto *grupo de presión*, se trata de una expresión que procede del término norteamericano *pressure group* (Giner et al, 2002, p. 337). El estudio de los grupos de presión se lleva a cabo dentro de diferentes disciplinas como las ciencias políticas, la comunicación, ciencias jurídicas o sociología, y se suele tener en cuenta como una categoría específica dentro del concepto más general de *grupo de interés*, aunque ya hemos visto que hay muchas visiones para las que serían términos prácticamente sinónimos.

Del mismo modo que sucede con el estudio de los grupos de interés, no existe un acuerdo ni sobre la definición ni sobre los rasgos de los grupos de presión, pudiendo optar también por una versión más amplia y otra más acotada. En la versión amplia, el término *grupo de presión* podría aplicarse a todo grupo de personas que tienen intereses afines, comparten un marco común de referencia para interpretar y evaluar los problemas que les afectan y que, además, como plus frente a los *grupos de interés*, actúan y dirigen sus reivindicaciones al conjunto de la sociedad desarrollando estrategias específicas en defensa de sus intereses.

Según la naturaleza de los intereses compartidos y de las reivindicaciones que expresan, habría distintos grupos de interés: económico, político o cultural. Una versión más restringida señala que para calificar un grupo como grupo de presión debe reunir los mismos rasgos que los señalados para el grupo de interés.

Vemos que es una constante la determinación de la diferencia entre grupo de interés y grupo de presión por el ámbito de actuación del grupo; es decir, por las acciones externas del grupo que se realizan y por la forma de hacerlas. Estas estrategias y acciones han sido englobadas en el término *presión*.

Para Antonio Castillo Esparcia (2011) grupos de presión son "aquellos entes asociativos que desarrollan influencia social y política para alcanzar los objetivos grupales" (p. 23). Según Esparcia "el término grupo de presión denota connotaciones peyorativas por la imagen de una actuación parcial y soterrada de los grupos hacia decisores políticos" (p.23).

Como explica Leon Dion (1967, p. 126)<sup>48</sup>, el término *pressure groups* apareció por primera vez en la literatura científica en un libro de Peter Odegard (1928) que hablaba sobre la *Anti-Saloon League*. Al parecer dicha expresión había sido acuñada años antes por un periodista.

Linares insiste en el mismo tipo de argumentación<sup>49</sup>, ya comentada acerca de la diferenciación entre grupo de interés y grupo de presión, diferenciándose en que los gru-

---

<sup>48</sup> Citado por Antonio Castillo (pág. 23): DION León.: Los grupos de poder y el poder político en los Estados Unidos, México, Grijalbo, 1967.

<sup>49</sup> Citado por García Pelayo, Manuel: Constitución y grupos de presión en América Latina,

pos de interés son "agrupaciones individuales formadas alrededor de intereses particulares comunes, que tienen como finalidad sustancial la asociación para la defensa de esos intereses", que se convertirían en *grupo de presión* a través de la acción; cuando efectivamente ejercen una presión ante el Estado, partidos políticos, y miembros del gobierno. "De aquí que todos los grupos de presión son grupos de interés, pero no todos los grupos de interés son grupos de presión".

Siguiendo a Castillo Esparcia (2011, p. 24), encontramos un matiz a este tipo de diferenciación cuando Schwartzberg (1977) "afirma que un grupo de presión es (...) solo un grupo de interés que está realizando una presión" (p. 604). Pues él mismo se autorrefuta al afirmar que se trataría de una visión excesivamente teórica –de acuerdo con ideas de Finer (1966) y Meymaud (1962b)–, ya que no hay ningún grupo que en un momento determinado no recurra a la utilización de la presión para conseguir sus objetivos. La conclusión que podemos extraer de sus escritos es que lo que diferencia a unos grupos de otros sería la frecuencia, el alcance y el estilo de la aplicación de la presión.

Graham K. Wilson (1990) introduce en la definición de grupo de presión la característica necesaria de que el grupo tenga una existencia institucionalizada para poder denominarse grupo de presión y separándolo así de los grupos de interés, por ejemplo los movimientos sociales, "y evitar el problema de especificar qué grupos de la sociedad tienen lo suficiente en común para ser denominados grupo de interés, pese a las diferencias dentro del grupo" (p. 8)<sup>50</sup>.

Sauvy, en cambio, añade entre los grupos de presión a aquellos que no necesariamente están institucionalizados y que no pretenden lucrarse, sino que persiguen como interés causas que consideran justas:

Los grupos de interés no son ineludiblemente organizaciones empresariales o sindicatos. Existen, por ejemplo, una gran cantidad de "Asociaciones no profesionales, (...) la Sociedad protectora de Animales, la Liga para la protección

---

UNAM, México, 1977, p. 695.

<sup>50</sup> "And avoid the problem of specifying which groups in society have sufficient in common to be called an interest group in spite of differences within the group" (Wilson 1990, p. 8).

de la Naturaleza, etc., sin finalidad lucrativa, pero que ejercen, no obstante una presión política (Sauvy, 1956, p. 20).

En palabras de Graeme C. Moodie y Gerald Studdert-Kennedy (1975), "por 'grupos de presión', entendemos, simplemente, todo grupo organizado que intenta influir sobre las decisiones del gobierno sin buscar ejercer él mismo los poderes formales de éste" (p. 111). Esta definición es idéntica a otras definiciones ampliamente aceptadas. Véase, por ejemplo H. Eckstein, *Pressure Group Politics* (Allen & Unwin, 1960, pp.9-11). También la definición de *cabildeo* de S. E. Finer, en *The Anonymous Empire* (Pall Mall, seg. ed., 1966, pp.2-5).

Siguiendo a Caldevilla, grupo de interés y grupo de presión volverían a estar diferenciados por ese "pasar a la acción":

[G]rupo de interés es el conjunto de individuos que basándose en una comunidad de actitudes, expresan reivindicaciones, alegan pretensiones o toman posiciones que afectan, de manera directa o indirecta, a otros actores de la vida social. Un grupo de interés se transforma en un grupo de presión cuando los responsables utilizan la acción sobre el aparato gubernamental para hacer triunfar sus aspiraciones y reivindicaciones (2007, p.99).

La diferencia entre grupo de interés y grupo de presión es que los segundos llevan a cabo en la práctica actividades políticas específicas para conseguir sus objetivos. La mayor parte de los académicos prefieren el término grupo de presión cuando se habla de grupos que ejercen presión sobre temas políticos.

En el presente trabajo de investigación, grupo de interés y grupo de presión serán utilizados de forma sinónima, proponiendo la siguiente definición para ambas expresiones:

Grupo de interés es el conjunto de individuos que, agrupados por una serie de intereses comunes, tratan de influir a la vez en la formulación de políticas públicas y en la opinión pública con el fin de asegurar un entorno ideal para la consecución de sus intereses y la maximización de sus beneficios.

Los grupos de interés más comunes son los lobbies y los think tanks. A continuación se presentan y describen ambas tipologías.

#### **2.2.4.2. Lobbies**

Como se mencionaba antes, en Washington una editorial de la web Political Lobbying<sup>51</sup> cuenta que el general Ulysess S. Grant (elegido presidente de Estados Unidos en 1869) visitaba con frecuencia el hotel Willard, junto a la Casa Blanca, y allí en un salón (*lobby*, en inglés) charlaba con los ciudadanos mientras fumaba puros. De esa costumbre del entonces presidente dicen que surgió el término *lobby* para designar las relaciones de la ciudadanía con el poder gubernamental. En una línea parecida, Farnel (1994, p. 19) sitúa la expresión en una afirmación del mismo general Grant, que a raíz de un incendio que había destruido la Casa Blanca se lamentaba de la gran afluencia de gente que pululaba por el *lobby* (en este caso refiriéndose más bien a la zona de recepción) del hotel donde residía mientras duraban los trabajos de reforma de su residencia oficial.

Por su parte, los británicos aseguran que ya dos siglos antes los diputados recibían al pueblo en los pasillos del Parlamento británico. De hecho, el Oxford English Dictionary recoge el uso de la voz *lobby* ya en 1640 para referirse a los pasillos de la Casa de Comunes donde los ciudadanos podían hablar con sus representantes.

Los conceptos *lobby* y *pressure groups* (este último se traduce al español como *grupos de presión*) están muy relacionados. La historicidad del término *lobbying* –para referirse a la actividad de lobbying– según Léon Dion (1967, p. 126), politólogo oriundo de Quebec ampliamente reconocido especialmente por sus estudios sobre grupos de presión, comienza antes que la de *pressure groups*. Como explicaba Dion, durante mucho tiempo el término designó los pasillos de la Cámara baja de Gran Bretaña. Posteriormente, la palabra pasó a aplicarse a las conversaciones que se realizaban en los pasillos y, concretamente en la década de 1830, se extendió a todo el conjunto de grupos que pretendían influir en los parlamentarios (Castillo, 2011, p. 30).

El diccionario de la Real Academia Española (2019) define directamente el término *lobby* en su primera acepción como “grupo de presión”. Y define *grupo de presión* co-

---

<sup>51</sup> <https://political-lobbying.co.uk/where-does-the-term-lobbyist-come-from/>

mo el “conjunto de personas que, en beneficio de sus propios intereses, influye en una organización, esfera o actividad social”. También contempla el *grupo de cabildeo*, definiéndolo como “grupo de presión”.

Washington es la ciudad en la que actúan mayor número de *lobistas*, cuyas oficinas se encuentran en su mayoría en la calle K del noroeste de Washington D.C. En su declaración anual, estas entidades tienen que informar sobre quiénes son clientes y qué cantidades dedican a su actividad. También en Bruselas actúan una multitud de grupos de interés frente a las instituciones europeas. En total, a febrero de 2019 hay inscritas 11.894 organizaciones en el Registro de Transparencia europeo<sup>52</sup>.

El Senado de Estados Unidos define el lobbying como "la práctica de tratar de persuadir a los legisladores para que propongan, aprueben, anulen o modifiquen leyes. Un lobista puede trabajar para un grupo, organización o industria y aportar información sobre propuestas legislativas para apoyar los intereses de sus clientes".<sup>53</sup>

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, cuya misión es “promover políticas que mejoren la economía y el bienestar de las personas de todo el mundo”, la actividad de lobbying se define así:

El lobbying, la comunicación oral o por escrito con un funcionario público para influir en la legislación, política o en las decisiones administrativas, a menudo se centra en el poder legislativo a nivel nacional y subnacional. Sin embargo, también se lleva a cabo en el Poder Ejecutivo, por ejemplo, para incidir en la adopción de normativas o en el diseño de proyectos y contratos. En consecuencia, el término funcionarios públicos incluye a los servidores civiles y públicos, empleados y titulares de cargos públicos en los poderes ejecutivo y legislativo, ya sean electos o designados (OCDE, 2010)<sup>54</sup>.

---

<sup>52</sup> Para consultar cifra actualizada, visitar sitio web del Registro: <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=es>

<sup>53</sup> Senado de Estados Unidos, página web. Consultado el 31 de julio de 2017. Página informativa sobre el Lobbying. [https://www.senate.gov/reference/reference\\_index\\_subjects/Lobbying\\_vrd.htm](https://www.senate.gov/reference/reference_index_subjects/Lobbying_vrd.htm)

<sup>54</sup> Lobbying, the oral or written communication with a public official to influence legislation, policy or administrative decisions, often focuses on the legislative branch at the national and sub-national levels. However, it also takes place in the executive branch, for example, to influence the adoption of regulations or the design of projects and contracts. Consequently, the term

La Comisión de Venecia (2013), órgano consultivo del Consejo de Europa, va más allá y, para distinguir la actividad de lobby de "otras actividades que no plantean las mismas preocupaciones y son más bien una parte integral del proceso representativo o institucional", añade a esta definición dos especificaciones. En la primera, define el lobbying como una actividad llevada a cabo por un actor "extra-institucional", es decir, "una persona que no ejerce autoridad pública o un mandato constitucional". Este criterio excluiría o incluiría las actividades de una misma persona dependiendo de si el contexto es formal o informal. Según la segunda, introduce en la definición del lobbying el hecho de que sea una actividad profesional, de forma que se excluye de la definición "formas de democracia participativa como peticiones al Parlamento o acciones del día a día de los ciudadanos que buscan discutir asuntos de importancia con sus representantes".

Según David Caldevilla Domínguez (2007), profesor de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid, académico experto en relaciones públicas y autor de uno de los manuales de Relaciones Públicas más utilizado en las universidades españolas, los lobbies "son agencias, gabinetes de comunicación o despachos de abogados, dedicados profesionalmente a ejercer la actividad de lobby en representación de un grupo de interés o de presión que los contrata". En cuanto a la actividad de lobby, la define como:

Actividad comunicativa orientada hacia los poderes gubernamentales, tanto administrativos como legislativos y judiciales realizada por una persona en representación de un grupo de presión o de interés, con la función de crear una situación favorable determinada o intervenir sobre una ya existente, para conseguir su desarrollo o desaparición; ya sea una norma jurídica existente o presupuesta, una actitud colectiva, un dossier económico, financiero o industrial o un proyecto legislativo, con el fin de obtener una imagen positiva y la credibilidad de los intereses que se representan. Para dar a conocer estos intereses se utilizan técnicas de comunicación directas e indirectas (Caldevilla, 2007, pp. 97-107).

---

public officials include civil and public servants, employees and holders of public office in the executive and legislative branches, whether elected or appointed (OCDE, 2010)

En dicha definición se explica quién es el receptor de la actividad –los poderes gubernamentales, legislativos y judiciales–, quién es el emisor –una persona que trabaja en representación de un grupo– y cuál es el objetivo –crear una situación favorable determinada, o intervenir sobre una situación que ya existe, con el fin de hacerla avanzar o paralizarla, en función de los intereses del grupo representado. En su definición, Caldevilla incluye los conceptos *imagen* y *credibilidad*, muy en consonancia de su actividad madre, las relaciones públicas. Por último, se menciona cómo se realiza la actividad: por medio de técnicas de comunicación, tanto directas como indirectas.

Para los autores del Breve *Diccionario de la Política* (1997), Rafael Ramírez Aguilera y Rafael Ramírez Victoriano, la definición es mucho más escueta y el público objetivo es mucho más restringido. Así, para ellos, *lobby* es una: "Voz inglesa que equivale a pasillo y también a vestíbulo. En política se utiliza con el significado de grupo de presión y, como tal grupo de presión, en las cámaras legislativas, por medio de contactos personales, trata de que los parlamentarios voten a favor o en contra de ciertos proyectos de ley". (Ramírez, R.; Ramírez, R.: 1997, pp. 135-136)

Jordi Xifra (1998) emplea un diccionario diferente, el Webster (1992) en este caso para definir esta acción como "Conducir actividades dirigidas a influir a funcionarios públicos y especialmente a miembros de un cuerpo legislativo sobre una legislación u otra decisión política" (p.23), con lo que amplía el público objetivo de la actividad de lobby.

Otros expertos, como Jean-Pierre Bernardet, Antoine Bouchez y Stéphane Pihier, autores especializados en marketing y ventas, definen lobby en su manual de mercadotecnia, *Précis de Marketing* (Bernardet, Bouchez y Pihier, 1996), en la misma línea que los anteriores, elevan la actividad de lobby a *arte* y definen el concepto como "el arte de comunicar con las instancias políticas y administrativas para obtener una inflexión de los proyectos legislativos o reglamentarios o una revisión de las leyes y reglamentos en un sentido favorable a las instancias profesionales y a las empresas" (p. 23).

Clive S. Thomas, profesor de Ciencias Políticas en la Universidad de Alaska Southeast, experto en grupos de presión con artículos publicados sobre el tema enfocados en diferentes países del mundo, diferencia los términos *interés* y *lobby* argumentando que *lobby* siempre tiene connotaciones políticas y que *interés* puede o no tenerlas, aunque reconoce que ambos términos se suelen utilizar como homólogos:



Los términos *interés* y *lobby* utilizados como sustantivos se utilizan a menudo como sinónimos e intercambiables con el término *grupo de interés*; pero son términos más generales y se utilizan de diversas formas. El término *lobby* siempre tiene connotaciones políticas (generalmente se refiere a una serie de intereses como en el caso de los grupos empresariales), pero *grupo de interés* puede tenerlas o no (Thomas, 2004, p. 4-5)<sup>55</sup>.

Para el mismo autor, S. Thomas, la actividad de lobby puede definirse como "la interacción de un grupo de interés con los legisladores, ya sea directa o indirectamente, que tiene el objetivo de influir en la política actual o crear una relación que conduzca a dar forma a las políticas futuras en beneficio de ese grupo de interés" (Thomas, 2004, pp.4-7)<sup>56</sup> siendo interesante aquí la consideración del aspecto futuro de la consolidación de relaciones respecto a la influencia en las políticas que se realicen más adelante.

La definición más breve de actividad de lobby es de Pierre Bardon, profesor en la universidad de Paris-Dauphine y Thierry Libaert, experto en comunicación organizacional y también profesor en la Sorbona (París) y en la Universidad Católica de Louvain (Bélgica), además de director del Observatoire International des Crises (OIC) entre otros cargos relacionados con la comunicación, que explican el concepto como "acción de influencia a los poderes públicos" (Bardon, P.; Libaert, T.: 2012:7). Dicha descripción limita su objeto a un solo objetivo: los poderes públicos. El desarrollo de la actividad de lobby ha conducido a una ampliación de esta primera definición, especialmente por el crecimiento del número de objetivos y de formas de acción.

Según Castillo Esparcia, el concepto más restringido de *hacer lobby*:

se refiere a las actividades ejercidas por un grupo especializado en el arte de presionar por encargo de un tercero. En una primera aproximación a la pala-

---

<sup>55</sup> The terms *interest* and *lobby* used as nouns are often used synonymously and interchangeably with the term *interest group*; but they are more general terms and are used in a variety of ways. The term *lobby* always has political connotations (usually referring to a collection of interests such as business groups), but *interest* may or may not (Thomas, 2004, p. 4-5)

<sup>56</sup> "the interaction of a group of interest with policy makers, either directly or indirectly, that has a view to influencing current policy or creating a relationship conducive to shaping future policy to the benefit of that group or interest" (Thomas, 2004, pp.4-7)

bra se podría afirmar que aparecen como empresas especializadas en la presión política, pero sin defender intereses propios sino que son intermediarios de otros intereses (Esparcia, 2011, p. 29).

Sin embargo, Castillo también admite que no existe unanimidad en la definición del concepto de *lobbying*. Algunos autores (Finer, 1966; Schwartzberg, 1977; Mathiot, 1952) utilizan el término como sinónimo de *grupo de presión*, en donde lo que se realiza es la función de influencia sobre los decisores públicos. Este tipo de identificación entre *lobby* y grupo de presión ha llevado a que se utilicen como sinónimos, cuando el *lobby* remite a la realización de una presión pero por cuenta ajena.

Meynaud (1962a, pp. 141-142) conjuga la significación de *lobby* como intermediario o como grupo de presión afirmando que los términos *lobbying* o *lobbyist* no abarcan todas las actividades que realizan los llamados grupos de presión, sino que únicamente se limitan a trabajar sobre los hombres públicos, que a menudo son efectuadas por especialistas pero no en todas las ocasiones. Otros como Almond y Powell (1972, p. 80) limitan más la función del *lobby*, situándola solo en las acciones realizadas sobre el sistema legislativo (Castillo, 2011, p. 33).

Para la European Public Affairs Consultancies Association (EPACA) hay dos enfoques para la definición de *lobbying*: "El primero se basa en la teoría grupal de la política: una sociedad democrática debe utilizar un proceso grupal para tomar decisiones políticas. Esto incluirá a los ciudadanos organizados en grupos para influir en los legisladores. El segundo enfoque considera el *lobbying* como un 'aspecto del proceso legislativo'<sup>57</sup>.

La Society of European Affairs Professionals (SEAP) tiene publicada en su página web su propia definición de lo que es *hacer lobby*:

(...) Hacer lobbying (...) simplemente significa tratar de influir en la formulación de políticas, la implementación de políticas y/o el proceso de toma de decisiones de las instituciones de la UE (...) [para] tratar de influir en la forma de la

---

<sup>57</sup> "The first is based on the group theory of politics: a democratic society must use a group process to make political decisions. This will include citizens organised into groups to influence decision-makers. The second approach considers *lobbying* as an 'aspect of the legislative process'" (EPACA, s.f.).

legislación de modo que refleje sus inquietudes o necesidades (SEAP, 2017)<sup>58</sup>.

Y añaden una justificación:

El lobbying es una parte legítima del proceso de toma de decisiones y una parte integral del proceso democrático. Cuando se hace bien, debería informar el pensamiento de quienes toman decisiones, permitiéndoles así tomar decisiones bien informadas. Los lobistas pueden proporcionar información y experiencia en un campo en concreto, que las personas con capacidad decisoria o los políticos no necesariamente poseerán. Como tal, debería ayudar a mejorar la elaboración de las leyes (SEAP, 2017)<sup>59</sup>.

La Asamblea Nacional de Francia, por parte de la Comisión de Asuntos económicos, publicó en 2008 un libro, el *Livre Bleu du Lobbying* (Charié, 2008, p. 40), que definía la actividad de *lobby* de una forma muy acorde con la visión pluralista:

El lobbying, proveniente del sector privado o de una categoría de actores públicos, ayuda a los políticos a tomar decisiones informadas. Para ello, el lobista proporciona directa y específicamente al mundo político la información y la experiencia que necesita para el desempeño de sus misiones. El lobbista actúa por vigilancia, anticipación o por solicitud del actor político. El lobbista no es un comercial, ni un encargado de las relaciones públicas. Es un colaborador del político pero no lo reemplaza (Charié, 2008, p. 37)<sup>60</sup>.

---

<sup>58</sup> "(...) Lobbying (...) simply means seeking to influence policymaking, policy implementation and/or the EU institutions' decision-making process (...) [to] seek to influence the shape of legislation so that it reflects their concerns or needs" (SEAP, 2017).

<sup>59</sup> Lobbying is a legitimate part of the decision-making process and an integral part of the democratic process. When done well, it should inform decision-makers' thinking, thus allowing them to take well-informed decisions. Lobbyists can provide information and expertise of a particular field, which decision-makers or politicians will not necessarily possess. As such it should aid better law-making (SEAP, 2017).

<sup>60</sup> Le lobbying, émanation du secteur privé ou d' une catégorie d'acteurs publics, aide le politique à prendre ses décisions en toute connaissance de cause. Pour cela le lobbyiste fournit directement et spécifiquement au monde politique les informations et expertises dont il a besoin dans l'exercice de ses missions. Le lobbyiste agit par veille, anticipation ou à la demande de l'acteur politique. Le lobbyiste n'est ni un commercial, ni un chargé des relations publiques. Il est

El mismo libro proponía tres categorías diferentes para la profesión:

Existen tres categorías de lobbistas: los lobbistas asalariados corporativos, los lobbistas que pertenecen a una empresa de consultoría de lobbistas, y los lobbistas de organizaciones asociativas (Charié, 2008, p. 40)<sup>61</sup>.

Para la Association Française des Conseils en Lobbying et affaires publiques (AFCL), en el artículo 1 de su Carta, correspondiente a la definición de la actividad:

El lobbying y los asuntos públicos tienen como objetivo representar, frente a los actores de la decisión pública, los intereses de una empresa, de una organización profesional, de una asociación o de un organismo público a través de un intercambio de información contradictorio y equilibrado.

La consultoría de lobbying y de asuntos públicos asesora a empresas, organizaciones profesionales, asociaciones u organismos públicos y ofrece apoyo estratégico y operativo para acompañarlos (AFCL, 2017)<sup>62</sup>.

Según una definición publicada en la página Lobbying Spain, de la firma Reti España:

La actividad de Lobbying está estrechamente relacionada con lo que se conoce como Government Affairs y Media Relations y pretende, con absoluta transparencia, defender los intereses de determinados colectivos ante las administraciones (...) La actividad del lobby (*denominada en inglés Govern-*

---

l'interface entre le monde politique et celui qu'il représente. Il est un partenaire du politique mais il ne se substitue pas à lui (Charié, 2008, p.37)

<sup>61</sup> "Il existe trois catégories de lobbyistes : les lobbyistes salariés d'entreprise, les lobbyistes appartenant à un cabinet conseil de lobbyistes, les lobbyistes d'organisations associatives". (Charié, 2008, p. 40)

<sup>62</sup> "Le lobbying et les affaires publiques visent à représenter, auprès des acteurs de la décision publique, les intérêts d'une entreprise, d'une organisation professionnelle, d'une association ou d'un organisme public au travers d'un partage d'information contradictoire et équilibré". (AFCL, 2017)

Le conseil en lobbying et affaires publiques conseille des entreprises, organisations professionnelles, associations ou organismes publics et propose un soutien stratégique et opérationnel pour les accompagner (AFCL, 2017).

*ment Relations o GR*) es legal, y lleva ante el poder político las opiniones e intereses de los implicados en las decisiones de los poderes públicos (RetiEspaña, s.f.).

Para CIPR, que se autodefine en su página web como la mayor organización para los profesionales de las Relaciones Públicas y América del Norte, la actividad de *lobby* es:

El lobbying es una disciplina dentro de las relaciones cuya intención general de la actividad es informar e influir a las políticas públicas y la ley. Los *lobbistas* son profesionales que ejecutan esfuerzos planificados y sostenidos para lograr objetivos específicos dentro de este amplio perfil de actividad (CIPR, s.f.)<sup>63</sup>.

Además, en 2012, CIPR, junto con la Public Relations and Communications Association (PRCA) y la Association of Professional Political Consultants (APPC) acordaron la siguiente definición:

*Servicios de lobbying* significa actividades que se llevan a cabo en el curso de un negocio con el propósito de: (a) influir en el gobierno, o (b) asesorar a otros sobre cómo influir en el gobierno. Esto puede incluir consultores, profesionales internos y empleados de agencias, por lo que se trata de una práctica intersectorial (CIPR, s.f.)<sup>64</sup>.

En una obra dedicada a narrar lo que ocurre en las bambalinas de la influencia en democracia, dos lobistas de profesión, Marie-Laure Daridan y Aristide Luneau, intentaban definir las características principales de su profesión: "El lobbying es una actividad destinada a influir en la toma de decisiones públicas o, de forma más amplia, a promo-

---

<sup>63</sup> "Lobbying is a discipline within public relations where the general intention of the activity is to inform and influence public policy and law. *Lobbyists* are practitioners who execute planned and sustained efforts to deliver specific objectives within this broad profile of activity" (CIPR, s.f.).

<sup>64</sup> "*Lobbying services* means activities which are carried out in the course of a business for the purpose of: (a) influencing government, or (b) advising others how to influence government. This can include consultants, in-house practitioners and agency employees and so this is a cross industry practice" (CIPR, s.f.).

ver y defender intereses particulares frente a las autoridades públicas" (Daridan, M.L.; Luneau, A.: 2012, p. 10)<sup>65</sup>.

Por su parte, Frank J. Farnel, que ha trabajado como lobbista para GE Energy, Bombardier Transport, Renault, Toyota Motors y Philip Morris, completa la definición desde su punto de vista de lobbista comentando que la actividad de *lobby* tendrá por objeto: "influir, directa o indirectamente, en los procesos de elaboración, aplicación o interpretación de medidas legislativas, normas, reglamentos y, en general, cualquier intervención o decisión de las autoridades públicas" (Farnel, 1994, p. 33)<sup>66</sup>.

Vemos pues, que entre las personas que se dedican a dicha actividad, el concepto *influir* es bastante importante dado que es la primera palabra que utilizan para definir la actividad de lobby.

Alain Hutchinson, político belga y miembro del Parlamento Europeo para la Comunidad Francesa de Bélgica, entrevistado por el periodista, activista y político François Ruffin para un libro crítico con la actividad de los lobbies de Bruselas (Ruffin, 2014, p. 26), afirma que los lobbies se sienten "como en casa" en Bruselas, y asegura que es tal la presión que éstos generan sobre los funcionarios –por medio de regalos e invitaciones– que consiguen influir muy a menudo en la redacción de las políticas públicas para que éstas se adapten a los deseos de los empresarios:

(...) [L]os lobbies se encuentran como en casa aquí: pasan por las oficinas, dejan archivos, bolígrafos, te invitan a un restaurante (...). Con esta presión, las industrias obtienen dos victorias. Por una parte, la legislación, que coincide en gran medida con sus deseos (...). Por otra, sobre todo, crea un entorno favorable a los negocios, una atmósfera liberal (Ruffin, 2014, p. 26)<sup>67</sup>.

---

<sup>65</sup> "Le lobbying est une démarche visant à influencer la décision publique ou, plus largement, à assurer la promotion et la défense d'intérêts particuliers auprès des pouvoirs publics" (Daridan, M.L.; Luneau, A.: 2012, p. 10).

<sup>66</sup> "influencer, directement ou indirectement, les processus d'élaboration, d'application ou d'interprétation de mesures législatives, normes, règlements et, plus généralement, toute intervention ou décision des pouvoirs publics" (Farnel, 1994, p. 33).

<sup>67</sup> "(...) [L]es lobbies sont ici chez eux: ils passent dans les bureaux, déposent des dossiers, des stylos, vous invitent au restaurant. (...) Avec cette pression, les industriels remportent deux vic-

Según el Corporate Europe Observatory (CEO), grupo de investigación cuyo objetivo es “exponer cualquier efecto del cabildeo corporativo en la formulación de políticas de la UE”, en su guía para comprender el mundo del lobbying "Lobby Planet. Brussels", el presupuesto que destinan a "influir las leyes y regulaciones no es barato" pues habría lobbistas que perciben "salarios superiores a aquellos comisionados a los que desean influir" y "se suele definir como cualquier acción que trate, de forma directa o indirecta, de influir en un proceso de elaboración de leyes, a favor de grupos de interés particulares":

Se estima que hay más de 25.000 lobbistas trabajando en el barrio europeo, la mayoría de los cuales están al servicio de las empresas y sus grupos de presión. Y sus esfuerzos por influir en las normativas y leyes que afectan a más de 510 millones de personas no son baratos. Estimaciones conservadoras sugieren que cada año se gastan más de 1.500 millones de euros en objetivos de lobby como la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, el Consejo de Europa y las oficinas de los gobiernos nacionales en Bruselas. El lobbying se define generalmente como cualquier acción que intente influir directa o indirectamente en un proceso de formulación de políticas a favor de grupos de interés particulares. Esto puede incluir muchas formas diferentes de comunicación y campañas que tienen como objetivo convencer a quienes son responsables de decidir para que apoyen o descarrilen una política en particular. Pero existe una distinción vital entre el lobbying de profesionales remunerados y el activismo político de ciudadanos comprometidos. En pocas palabras, el dinero importa. Ofrece la capacidad de ejercer presión de manera constante a lo largo del tiempo, en todas las etapas del proceso de toma de decisiones. Emplear a lobbistas que puedan seguir un expediente durante todo el proceso legislativo –que puede llevar hasta cinco o diez años– puede resultar caro. Los "barones de la burbuja" más importantes reciben salarios incluso más

---

toires. D'abord, les réglementations, qui s'accordent largement à leurs désirs, (...). Ensuite, surtout, ça crée un climat pro-business, une ambiance libérale" (Ruffin, 2014, p. 26).

elevados que los de los comisarios europeos (Corporate Europe Observatory: 2017, p. 4)<sup>68</sup>.

Para la Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation<sup>69</sup>, una coalición de “unos 200 grupos de interés y sindicatos preocupados por la creciente influencia ejercida por los lobistas empresariales en la agenda política en Europa con una pérdida resultante de democracia”<sup>70</sup> (ALTER-EU, s.f.a), tanto individuos como organizaciones pueden buscar tener una influencia directa o indirecta en la elaboración de políticas y su implementación, y denominan lobbying a esta serie de diferentes actividades:

Puede cubrir una variedad de actividades entre las que se incluyen: estar en contacto con funcionarios o políticos; la producción de reuniones informativas u otros materiales; organizar eventos y muchas otras actividades (ALTER-EU, s.f.b)<sup>71</sup>.

ALTER-EU tienen una visión pluralista de los lobbies, pues afirman que no toda la actividad de lobby es negativa:

---

<sup>68</sup> It is estimated that there are over 25,000 lobbyists working in the European quarter, most of whom in the service of corporations and their lobby groups. And their efforts to influence the regulations and laws that affect a union of more than 510 million people do not come cheaply. Conservative estimates suggest that over €1.5 billion is spent every year on lobbying targets like the European Commission, the European Parliament, the Council of Europe, and Brussels offices of national governments. Lobbying is usually defined as any action attempting to directly or indirectly influence a policy-making process in favour of particular interest groups. This can include many different forms of communication and campaigns that aim to win over decision makers for supporting or derailing a particular policy. But there is a vital distinction between lobbying by paid professionals and political activism of engaged citizens. Simply put, money matters. It offers the ability to lobby steadily over time, at all stages of the decision making process. Employing lobbyists that can follow a dossier throughout the legislative process – which can take up to five or even ten years – can be a pricey affair. The most senior ‘barons of the bubble’ receive salaries even higher than those of the European Commissioners (Corporate Europe Observatory, 2017, p.4).

<sup>69</sup> Sitio web de Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation (ALTER-EU), coalición crítica de más de 200 grupos de interés públicos preocupados por la cada vez mayor influencia ejercida por los lobistas en la agenda política de Europa. <https://www.alter-eu.org/what-is-the-problem>.

<sup>70</sup> "A coalition of [over 200 public interest groups and trade unions](#) concerned with the increasing influence exerted by corporate lobbyists on the political agenda in Europe, the resulting loss of democracy in EU" (ALTER-EU, s.f.a).

<sup>71</sup> It can cover a range of activities including: being in contact with officials or politicians; the production of briefings or other materials; organising events and many other activities (ALTER-EU).



Por supuesto, no todo el lobbying es malo. El lobbying puede contribuir a una mejor formulación de la legislación. Pero es importante que todo el lobbying se lleve a cabo de forma transparente. La idea de la transparencia del lobby es que todos los lobbistas deben inscribirse en un "registro" y revelar información sobre los temas en los que están haciendo lobbying, para quién trabajan y cuánto dinero se gastan. Las razones detrás de la transparencia son múltiples: puede revelar las presiones de los lobbistas sobre quienes toman decisiones y ayudar a garantizar que escuchen a una variedad de puntos de vista al formular políticas; puede ilustrar desequilibrios de los grupos de presión en términos de número de personal y poder adquisitivo; puede reducir sustancialmente el lobbying poco ético o sin escrúpulos. En última instancia, la transparencia del lobbying debería conducir a una mejor formulación de políticas públicas (ALTER-EU, s.f.b)<sup>72</sup>.

La preocupación de ALTER-EU recae principalmente en la falta de transparencia de las prácticas de la actividad:

La UE tiene un registro de lobbies y miles de lobbistas se han inscrito, dotando de cierto grado de transparencia sobre sus actividades. Sin embargo, el registro adolece de graves fallas en el sentido de que no es obligatorio, por lo que muchos lobbistas simplemente se niegan a unirse. Además, muchas de las entradas contienen información inexacta o engañosa. De esta forma, el registro actual de la UE tiene un valor limitado. En tantas áreas políticas diferentes, ¿son las grandes empresas las que hacen lobbying en contra de la formulación de políticas de interés público en favor de sus propios beneficios privados, estrechos y egoistas! Y demasia-

---

<sup>72</sup> Of course, not all lobbying is bad. Lobbying can contribute to better policy-making. But it is important that all lobbying is conducted transparently. The idea of lobby transparency is that all lobbyists should sign-up to a 'register' and disclose information about what issues they are lobbying on, who they are working for, and how much they are spending. The rationale behind transparency is several-fold: it can reveal the lobby pressures on decision-makers and help to ensure that they listen to a variety of views when making policy; it can illustrate lobbying imbalances in terms of staff numbers and spending power; and it can substantially reduce unethical or unscrupulous lobbying. Ultimately, lobby transparency should lead to better public policy-making (ALTER-EU).

dos responsables de tomar decisiones de Bruselas brindan acceso privilegiado a los grupos de presión de las grandes empresas (ALTER-EU, s.f.b)<sup>73</sup>.

Para ALTER-EU, que comenta las prácticas concretas que les parecen más preocupantes, explica que entre las formas más sencillas de ejercer la actividad de lobby estarían escribir cartas y enviar correos electrónicos, solicitar reuniones cara a cara para explicar sus ideas con detalle y producir informes. La asociación asegura que convertirse en un miembro de un grupo asesor de una Comisión puede facilitar acceso fácil a la toma de decisiones de la Unión Europea, y por otra parte, proporcionar aportes concretos a políticas en forma de enmiendas a proyectos de ley que los eurodiputados puedan proponer es una táctica de lobby cada vez más popular y controvertida.

Siguiendo a ALTER-U, la actividad de lobby puede también suponer mucho dinero: enviar regalos a los públicos objetivos, celebrar lujosos desayunos, cenas o fiestas; financiar grupos 'neutrales' para ayudar a construir relaciones con los diputados, organizar exposiciones promocionales e incluso invitar a los públicos objetivos a visitas con los gastos pagados –a oficinas, fábricas o plantas en el extranjero– pueden ayudar a promover aún más el caso que se pretende defender. También afirman que es muy habitual el fenómeno *puertas giratorias*:

A veces las consultorías que hacen lobbying tratan incluso de contratar a exeurodiputados, comisionados y funcionarios que tienen conocimiento interno y redes políticas que pueden impulsar también la influencia del lobbista. Este fenómeno es conocido como "puertas giratorias" (ALTER-EU, s.f.b)<sup>74</sup>.

---

<sup>73</sup> The EU has a lobby register and thousands of lobbyists have signed-up, providing a degree of transparency about their activities. However, the register is deeply flawed in that it is not mandatory so many lobbyists simply refuse to join. Also, too many of the entries contain inaccurate or misleading information. In this way, the current EU register is of limited value. In so many different policy areas it is big business which lobbies against public interest policy-making in favour of its own narrow, self-interest and private profits! And too many decision-makers in Brussels provide privileged access to big business lobbyists (ALTER-EU).

<sup>74</sup> Sometimes lobby firms even try to recruit former MEPs, commissioners and officials who

Desde ALTER-EU también hablan de opacidad, afirmando que la actividad de lobby funciona en Bruselas...

“en parte porque es posible operar entre las sombras y lejos del resplandor de la prensa. Más de 100 grandes empresas y consultoras de lobbying boicotean el registro voluntario del lobby de la UE, así como prácticamente todas las firmas de abogados que hacen actividad de lobby representando a sus clientes. Esto significa que no se molestan en declarar los temas en los que hacen lobbying, quién hace lobbying en nombre de quién, y cuánto se gastan en ello” (ALTER-EU, s.f.b)<sup>75</sup>.

Y por eso mismo, esta asociación concluye que de este modo, operando entre las sombras, los lobbistas pueden utilizar tácticas clandestinas, poco o nada éticas para influir en sus objetivos o sofocar fácilmente debates públicos legítimos sobre temas relevantes.

Este secretismo, según ALTER-EU, puede beneficiar también a las personas que son objetivos de los lobbies, cuando desean hacer pasar las ideas de los lobistas como propias:

“La Comisión se niega a publicar de forma proactiva listados de los grupos de presión con los que los comisionados y funcionarios se han reunido, y si bien algunos eurodiputados y partidos publican dicha información, son más bien la excepción que la regla. El lobbismo en secreto puede ayudar a quienes toman decisiones políticas a enmascarar que en realidad están aceptando propuestas de lobistas y trabajan para que estas sean in-

---

have insider know-how and political networks which can also boost lobbying influence. This phenomenon is known as the 'revolving door' (ALTER-EU, s.f.b).

<sup>75</sup> "Lobbying works in Brussels, partly because it is able to operate in the shadows, and away from the glare of publicity. More than 100 major corporations and lobby consultancies boycott the voluntary EU lobby register as well as virtually all law firms that lobby on behalf of industry clients. This means that they do not bother to declare what issues they are lobbying on, who is lobbying on their behalf, and how much they are spending" (ALTER-EU, s.f.b).

corporadas en la legislación europea como si fueran sus ideas" (ALTER-EU, s.f.b)<sup>76</sup>.

Según Transparencia Internacional, lobbying es "cualquier comunicación directa o indirecta con funcionarios públicos, tomadores de decisiones políticas o representantes con el propósito de influir en la toma de decisiones públicas, realizada por o en nombre de cualquier grupo organizado" (Mulcahy 2015, p. 6)<sup>77</sup>.

Como mencionan algunos autores, el término *lobista* ha tenido históricamente un carácter peyorativo por la imagen, que a veces puede ser simplista, de una persona que intriga y actúa desde la sombra intentando conseguir sus objetivos a través del chantaje, el soborno o la corrupción. Sin embargo, en los últimos años parece que esas connotaciones peyorativas se han ido perdiendo levemente (Wittenmberg, E., 1989).

Según Lionel Zetter, experto en relaciones públicas y relaciones institucionales y autor de varios libros sobre lobbying y gestión de campañas políticas:

Lobbying es el proceso de intentar influir en el gobierno y sus instituciones informando la agenda de políticas públicas. También es, por supuesto, el arte de la persuasión política. (...) Es el proceso de intentar informar e influir (...) no solo en la legislatura y la función pública (sino también) en las agencias ejecutivas, los legisladores, el gobierno local y los medios de comunicación (Zetter, 2008, p. 3)<sup>78</sup>.

Zetter remarca el tono peyorativo que guarda el término *lobbyist* y explica que muchos profesionales han adoptado títulos alternativos como *ejecutivo de asuntos públicos* o

---

<sup>76</sup> The Commission refuses to pro-actively publish lists of which lobbyists commissioners and officials have met and while a few MEPs and party groups do publish such information, these are the exceptions rather than the rules. Lobbying secrecy can help decision-makers to mask the fact that they have taken lobbyists' proposals and are now working to get them incorporated into EU law as their own ideas (ALTER-EU, s.f.b).

<sup>77</sup> "Any direct or indirect communication with public officials, political decision-makers or representatives for the purposes of influencing public decision-making, and carried out by or on behalf of any organised group" (Mulcahy, 2015, p. 6).

<sup>78</sup> Lobbying is the process of seeking to influence government and its institutions by informing the public policy agenda. It is also, of course, the art of political persuasion. (...) It is the process of seeking to inform and influence (...) not just the legislatura and the civil service (but also) executive agencias, regulators, local government and the media (Zetter, 2008, p.3)

*ejecutivo de relaciones gubernamentales o ejecutivo de relaciones institucionales* (Zetter, 2008, pp. 3-5).

Ante el término tabú *lobby*, poseedor, como observan los académicos de connotaciones peyorativas, es habitual que emerjan en el lenguaje diferentes sinónimos, eufemismos si se quiere. Así explicaba la European Public Affairs Consultancies' Association (EPACA), una de las asociaciones más importantes de profesionales del lobby a nivel Europeo, la cantidad de palabras con las que los diferentes agentes designan la actividad de lobby, un epígrafe que denominaban "del *lobbying* a asuntos *públicos* y *gubernamentales*".

Algunas organizaciones se sienten incómodas al etiquetar sus actividades como *lobbying*, tal y como reveló una encuesta estadounidense de organizaciones sin ánimo de lucro de EEUU<sup>79</sup>. Se preguntó a las organizaciones qué actividades realizaban para influir en las políticas: un 29% dijo que nunca hizo lobby, el 15% dijo que nunca abogó y el 12% nunca educó. Simultáneamente, el 86% respondió que sí participó en el proceso de políticas públicas.

Las connotaciones negativas asociadas con la palabra *lobbying* han llevado a la mayoría de los lobbyistas a utilizar otros términos para describir su profesión: en Europa el término más utilizado es *asuntos públicos*. Incluso la Comisión Europea ha abandonado el término *lobbying* utilizado en su Libro Verde de 2006, para utilizar *representación de intereses* en su Comunicación por la que se establece un registro voluntario en 2008 y en el Registro de Transparencia actual creado en 2011, se le conoce como "Interacción de las instituciones europeas con asociaciones ciudadanas, ONG, empresas, organizaciones comerciales y profesionales, sindicatos, think-tanks, etc. (EPACA, s.f.)<sup>80</sup>.

---

<sup>79</sup> Estudio no precisado por la fuente. Publicación recuperada de: <https://epaca.org/about-lobbying/>

<sup>80</sup> "Some organisations are uncomfortable with labelling their activities as *lobbying*, as an American survey of US non-profit organisations revealed<sup>80</sup>. Organisations were asked what activities they undertook to influence policy: 29% said they never lobbied, 15% never advocated and 12% never educated. Simultaneously, 86% answered that they did participate in the public policy process" (EPACA, s.f.).

Se utilizan diversos términos en este sentido. Cuando la actividad está relacionada con el mundo empresarial se utilizan las palabras *cabildeo* (término especialmente popular en Latinoamérica), *asuntos públicos* o *public affairs* ("*Public affairs consultant*"), o incluso *asuntos gubernamentales* o *government affairs/governmental relations*.

Del ámbito de las ONG surgen términos en inglés como *advocate*, *advocacy* o incluso *activism*, que en este trabajo traducimos como defensor, defensa y activismo. *Advocate* sin embargo, es un término que ha sido poco a poco cooptado por los lobistas profesionales de grandes empresas con ánimo de lucro. Así, por ejemplo, según Kati Tusinski Berg, the Capitol Club, una asociación profesional de lobbistas de Oregón, utiliza indistintamente los términos *advocay* y *lobbying*, describiendo su actividad como '*organization of professional advocates*' (Tusinski, 2009, p. 4). A su vez, *advocacy* es uno de los valores profesionales incluidos en el Código Ético para Miembros de PRSA, la mayor organización de profesionales de relaciones públicas del mundo (PRSA, s.f.), y Tusinski afirma que el *advocacy* es una función central dentro tanto de las relaciones públicas como del *lobbying* (Tusinski, 2009, p. 4)<sup>81</sup>.

Resulta interesante observar en la práctica la descripción de trabajo de un *consultor de asuntos públicos (lobbista)*, ese "intermediario entre la política y los negocios o intereses públicos" (Irina Michalowitz, 2019): "Public affairs consultant (lobbyist) job description", tal y como la plantea en su web la consultora Tarjet Jobs, un sitio web de búsqueda de empleo cualificado en el Reino Unido (GTI Media, s.f.):

---

The negative connotations associated with the word *lobbying* have prompted most lobbyists to use other terms to describe their profession: in Europe the most used term is *public affairs*. Even the European Commission has dropped the term *lobbying* used in its 2006 Green Paper, to become *interest representation* in its Communication establishing a voluntary Register in 2008 and in the current Transparency Register set up in 2011, it is being referred to as "European institutions interaction with citizen's associations, NGO's, business, trade and professional organizations, trade unions, think tanks, etc" (EPACA, sf)

<sup>81</sup> Kati Tusinski construye esta idea utilizando como fuentes a (Ezell, 2011), (Rybacki, 1991) y (Edgett, 2002). Así, la autora explica que Ezell considera el *lobbying* como "una o varias tácticas de *advocacy* que buscan crear una diferencia". Siguiendo a Tusinski, cita que Rybacki definen a los *advocates* como "individuos que argumentan a favor de un cambio de creencias o comportamientos" y Tusinski finaliza: "Edgett define la *advocacy* como 'el acto de representar públicamente a un individuo, organización o idea con el objetivo de persuadir al público objetivo para que miren favorablemente -o acepten el punto de vista de- el individuo, la organización o la idea'.

Tabla 3: Descripción de trabajo “Consultor de Asuntos Públicos (lobbista)”

<p>Los consultores de asuntos públicos brindan a los clientes asesoramiento político y de políticas públicas basado en información obtenida a través de contactos personales, inteligencia política y una amplia gama de fuentes.</p>
<p><b>Las responsabilidades habituales del trabajo incluyen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar, escribir y producir comunicados de prensa, artículos, folletos, boletines e informes.</li><li>• Organizar reuniones.</li><li>• Asistir a eventos como conferencias de partidos y audiencias de comités restringidos.</li><li>• Analizar las fuentes de información producidas por la Comisión Europea, departamentos gubernamentales (ONG) y think tanks.</li><li>• Proporcionar a los clientes información sobre los avances en sus ámbitos.</li><li>• Responder solicitudes de información.</li><li>• Ofrecer asesoramiento estratégico a clientes.</li><li>• Comunicarse con los organismos oficiales relevantes.</li><li>• Servir de enlace con funcionarios públicos, políticos, organismos reguladores y personal de las autoridades locales.</li></ul>
<p><b>Empleadores habituales de los lobistas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Consultoras independientes.</li><li>• Grandes firmas de relaciones públicas.</li><li>• Empresas de comunicación.</li><li>• Pequeñas consultorías especializadas.</li></ul>
<p><b>Cualificaciones y formación:</b></p> <p>Hay caminos hacia la consultoría de asuntos públicos tanto para graduados universitarios como para quienes dejan los estudios.</p> <p>Aunque cualquier disciplina es aceptable, un título relacionado con relaciones públicas, en política, gobierno, administración pública, política social, estudios de negocios, administración de empresas, idiomas o derecho puede ser particularmente útil. Muchos candidatos tienen también posgrados en política, relaciones públicas o gobierno. La previa experiencia laboral relevante es esencial.</p>

#### **Habilidades clave para los lobistas:**

- Buenas habilidades analíticas y de investigación.
- Habilidades interpersonales.
- Habilidades comunicativas.
- Competencias informáticas.
- Iniciativa.
- Diplomacia.
- Discreción.
- Entusiasmo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de TargetJobs (GTI Media, s.f.). Traducción propia.

Según un estudio que elaboró en 2013 la firma de relaciones públicas Burson-Marsteller, en el que entrevistaba a 600 políticos europeos, entre los que había euro-parlamentarios, miembros de parlamentos a nivel estatal y oficiales de instituciones europeas y gobiernos nacionales (Burson Marsteller, 2013, p. 8), el perfil profesional de los lobistas es para dos tercios de los encuestados el de miembros de asociaciones comerciales, siendo las agencias de relaciones públicas (66%) y las organizaciones profesionales (57%) los colectivos más asociados a la práctica del lobbismo. Las ONG fueron mencionadas como lobistas por más de la mitad de los encuestados (51%), siendo las empresas menos de la mitad (47%).

#### **2.2.4.3. Think tanks**

A pesar de que se asume que el origen de este tipo de grupos es predominantemente, si no únicamente, un fenómeno estadounidense, hasta el punto de que un historiador norteamericano, James A. Smith, los definió como "instituciones de planificación y asesoramiento esencialmente americanas" (Smith 1991, p. xiii)<sup>82</sup>. El término think tank fue acuñado tanto en Gran Bretaña como en Estados Unidos, durante la II Guerra Mundial, aludiendo a un lugar cerrado en el que militares y científicos se reunían para tratar asuntos estratégicos (McGann y Weaver, 2000, p. 2; Tello Benítez, 2008, p.

<sup>82</sup> "Quintessentially American planning and advisory institutions" (Smith 1991, p. xiii).



15). En Estados Unidos fue utilizado para describir la misión del Project RAND (nombre corto para Research and Development Corporation)<sup>83</sup>, "investigadores por contrato" en palabras de McGann y Weaver (2002, p. 2), institución considerada uno de los primeros think tanks de la historia, creado en 1948 por el general Henry H. Arnold (Campbell, 2004, p. 50).

Cuenta James G. McGann (2002) que los primeros *think tanks* se formaron a principios del siglo XX, son Brookings Institution (1916), Carnegie Endowment for International Peace (1910), Kiel Institute for World Economics (1914) y Royal Institute for International Affairs (1920). Según el propio McGann, y desde su punto de vista coincidente con una visión pluralista, los think tanks nacen "debido a una necesidad de información y análisis sistemático", aunque dos tercios de los laboratorios de ideas que existen hoy, si seguimos a McGann (2002: 87) se establecieron después de 1970, y a partir de 1980 hubo una mayor proliferación de los think tanks en todo el mundo, como resultado de "las fuerzas de la globalización, el fin de la Guerra Fría y la emergencia de problemas transnacionales".

A partir de 1960, según McGann y Weaver, se expandió el uso del término *think tank* para describir "otros grupos de expertos que formulaban variadas recomendaciones de políticas, incluyendo algunos institutos de investigación cuasiacadémicos, preocupados con el estudio de las relaciones internacionales y las cuestiones estratégicas" (Smith, 1991; McGann y Weaver: 2002, p. 2). Para la década de 1970, el término think tank se "aplicaba a instituciones que se centraban ya no solo en política exterior y estrategia de defensa, sino también en cuestiones actuales políticas, económicas y sociales" (McGann y Weaver, p. 2002, p. 2).

---

<sup>83</sup> Según la propia institución, la corporación RAND es "una institución sin ánimo de lucro que ayuda a mejorar la elaboración de políticas y la toma de decisiones a través de la investigación y el análisis". En el apartado "history" de su sitio web, cuentan cómo nació la organización: "la Segunda Guerra Mundial reveló la importancia de la investigación en tecnología y desarrollo para el éxito en el campo de batalla" y cómo, según la guerra tocaba a su fin, sentían que la paz no sería completa y permanente no estaba garantizada. Fue entonces cuando individuos del War Department, la Office of Scientific Research and Development y de la industria comenzaron a plantear la necesidad de una "organización privada que conectase la planificación militar con las decisiones de investigación y desarrollo". Disponible en: <https://www.rand.org/about/history/a-brief-history-of-rand.html>

Un gran número de think tanks, o al menos los más poderosos, están vinculados, desde el nacimiento de los mismos, a la ideología neoliberal. Vale la pena, hallándonos al inicio del epígrafe dedicado a este tipo de grupos de interés, detenernos por unos instantes en la historia que rodea a la creación de dos de los primeros think tanks con base europea, que fueron creados con el objetivo de promover la agenda neoliberal: el Centre International d'Études pour la Rénovation du Libéralisme y el Institute of Economic Affairs.

Tal y como explican Philip Mirowski y Dieter Plehwe en "The road from Mont Pèlerin. The Making of the Neoliberal Thought Collective", los arquitectos del colectivo de pensamiento neoliberal conectaron y combinaron cuidadosamente las esferas e instituciones clave en la carrera hacia la hegemonía, siendo estas instituciones clave la academia, los medios, la política y las empresas (2009, p. 22). Siguiendo a Mirowski y Plehwe, desde la década de 1950, una centena de think tanks de corte neoliberal coordinaron su trabajo tanto a nivel nacional como internacional. A su vez, se pusieron en marcha instituciones dedicadas a la coordinación de los think tanks (por ejemplo, las hoy inactivas Atlas Economic Research Foundation o la European Stockholm Network). A esto hay que sumar la ventaja que supone contar con una serie de valores y creencias compartidas, que hacen que los cánones de la ideología neoliberal fluyan por las esferas de influencia de todo el mundo.

Uno de los primeros think tanks de corte neoliberal fue la Foundation for Economic Education (FEE), establecida en marzo de 1946 en Irvington-on-Hudson, un suburbio rico de la ciudad de Nueva York, con la ayuda de Harold Luhnnow, consejero delegado de Volker & Co, que también ayudó a fundar el Free Market Project en la Universidad de Chicago, que dio lugar a la Chicago School of Economics. Luhnnow también colaboró posteriormente con la fundación de la Mont Pelerin Society que detallamos más abajo (Mirowski & Plehwe, 2009, p. 387).

Según cuentan Dieter Plehwe y Bernhard Walpen en el capítulo "Between network and complex organization. The making of neoliberal knowledge and hegemony" (2006), en 1938 un pequeño grupo de liberales se reunió en París, invitados por el filósofo francés Louis Rougier, para conversar acerca del libro de Walter Lippmann *The Good Society*, cuyo mensaje principal era una declaración de principios acerca de la superioridad de

la economía de mercado frente a la intervención estatal. 26 intelectuales participaron en este "primer esfuerzo para la innovación del liberalismo" (Plehwe y Walpen, 2006, pp. 30-33). Quince de esos 26 intelectuales (entre los que se encontraba el economista austriaco Friedrich August von Hayek) participarían nueve años más tarde en la fundación de la Mont Pelerin Society.

En la reunión de 1938, los participantes acuñaron un nombre para esa nueva filosofía pendiente de desarrollar, "neoliberalismo", entre una variedad de términos sugeridos, como por ejemplo, "liberalismo positivo". Otro resultado de dicha reunión fue la fundación del Centre International d'Études pour la Rénovation du Libéralisme, un think tank que no sobreviviría a la Segunda Guerra Mundial.

Nueve años más tarde, en 1947, y bajo el liderazgo del hombre de negocios suizo Albert Hunold y el de Friedrich August von Hayek, y gracias a cierto apoyo empresarial e institucional, se encontraron en Mont Pèlerin, un pueblo pequeño cercano al lago Lemán (Suiza), una serie de intelectuales de Europa y Estados Unidos seguidores de la ideología neoliberal. El grupo, que en sus orígenes incluía a 36 pensadores, se convertiría en una verdadera red mundial que superó los 1000 miembros en 2010 según el propio think tank (por cierto, de ellos, solo el 9% son mujeres).

En esa segunda reunión, se estableció la Mont Pelerin Society (MPS) bajo la inspiración del artículo de Hayek "The Intellectuals and Socialism", publicado en 1949 y en el que Hayek destacaba el rol de intelectuales, instituciones e ideas como explicación para el auge del socialismo, subrayando la influencia que poseían los intelectuales socialistas en los legisladores. Hayek subrayaba en su artículo el papel de las instituciones, redes y organizaciones, y el rol de los intelectuales como influyentes en estas. A su vez, Hayek observaba una rápida propagación de este tipo de instituciones gestadas por intelectuales, como universidades, fundaciones e instituciones. Y detectaba cómo los conocimientos generados en dichas instituciones se difundían en los medios de comunicación, definiendo como un nuevo fenómeno en la historia ese rol de los intelectuales como filtros y diseminadores del conocimiento, al tiempo que veía cómo dichos intelectuales se inclinaban hacia las ideas socialistas. A partir de este análisis, su primer objetivo era desarrollar una red de intelectuales neoliberales, para contrarrestar el, según Hayek, dominio socialista imperante entre la intelectualidad. Como

segundo objetivo Hayek planteaba el establecimiento de centros de conocimiento "antisocialistas" para atacar este "filtro socialista" del que hablaba primeramente, y así poder diseminar el "conocimiento neoliberal". Para la consecución de este segundo objetivo se crearía el think tank, que para Plehwe y Walpen era "un nuevo tipo de aparato de conocimiento de la sociedad civil" (Plehwe y Walpen, 2006, pp. 30-33).

En Londres y apenas unos años más tarde, en 1955, un hombre de negocios, Antony Fisher, fundó el Institute of Economic Affairs (IEA) con el apoyo de Friedrich August von Hayek, después de una visita a la Foundation for Economic Education en 1952. Siendo el segundo think tank creado estrictamente para promover la agenda neoliberal, el IEA desarrolló los métodos que serían clásicos de los think tanks neoliberales a partir de ese momento y ayudó a establecer más think tanks similares en otros países del mundo. Muchas de estas organizaciones fueron fundadas y gestionadas por miembros de la Sociedad Mont Pelerin. Los think tanks transformaron el neoliberalismo, según Mirowski y Plehwe, "de una filosofía intelectual a un conjunto de herramientas políticas prácticas" (2009, p. 387). La fuerza de estas redes neoliberales surge de su capacidad de articular los principios nucleares del neoliberalismo de un modo interdisciplinar, no solo en las arenas de la sociedad política, sino también en las arenas más amplias de poder de la sociedad civil también (Gramsci), y de acuerdo con Plehwe y Walpen, a pesar de los múltiples intentos de la izquierda de emular este camino, ninguna fuerza es comparable a las redes neoliberales en términos de capacidades organizativas, producción y diseminación de conocimiento en una gama amplia de asuntos públicos (Plehwe y Walpen, 2006, p. 41), siendo los think tanks de izquierdas "frecuentemente asimilados por las redes neoliberales" (Almiron, 2017, p. 4359).

Los think tanks de corte neoliberal han tenido enorme influencia en las últimas décadas no solo gracias a su asesoramiento directo a gobiernos (desde los gabinetes de Margaret Thatcher en el Reino Unido y Ronald Regan en los Estados Unidos en la década de 1980) sino también creando estados de opinión como en el caso del negacionismo del cambio climático (Almiron y Xifra, 2020). Los think tanks neoliberales también han tenido un peso decisivo, por ejemplo, en el bréxit (Lawrence et al, 2019) y en la toma de decisiones que terminaron con la salida del Reino Unido de la Unión Europea a principios de 2020.

Pero, ¿cómo definir a los think tanks? En España, la traducción del término más aceptada es quizá la de *laboratorio de ideas*, que es precisamente la expresión que recomienda la Fundación del Español Urgente (Fundéu). Según dicha institución, el anglicismo *think tank*, con el significado de "institución o grupo de expertos que se reúne para reflexionar o investigar sobre asuntos de relevancia global (defensa, política, educación, etc.)" también puede traducirse como instituto de investigación, grupo de reflexión, centro de reflexión, gabinete estratégico, centro de pensamiento o vivero de ideas (Fundéu, 2011). Por cierto, la Fundéu nos aporta una de las definiciones más acróicas del término, que según su definición haría "referencia a una institución o a un grupo de expertos que se reúne para reflexionar o investigar sobre asuntos de relevancia global, como defensa, política, educación..." (Fundéu, 2011).

Haremos una breve referencia previa al término think tank en su relación con el mundo militar. Varios términos que se estudian en las áreas de comunicación y relaciones públicas tienen origen en lo militar (otro de estos términos podría ser uno ampliamente utilizado: *target* con el que se hace referencia, usualmente, al público objetivo). El significado primigenio de la expresión inglesa *think tank*, tal y como explica Olivier Urrutia, vicepresidente del Observatory for Think Tanks (Urrutia, 2013, p. 6), se remonta probablemente al siglo XIX y hacía alusión a un tipo de contenedor, hasta que se extendió para dar significado a un vehículo de combate, a un lanzador de misiles y a una cabeza explosiva nuclear. Durante la Segunda Guerra Mundial, el término "war room" fue utilizado como referencia a asuntos relacionados con seguridad y defensa: un espacio cerrado y protegido donde expertos militares y civiles se reunían para establecer estrategias y encontrar soluciones a problemas de seguridad o de relaciones internacionales. El término *think tank*, pues, fue una deriva de ese *war room*. Hoy en día, a su vez, según Urrutia podríamos extender la metáfora y hablar de la "guerra de las ideas", donde el campo de batalla sería el "espacio intelectual" (Urrutia, 2013, p. 6).

El informe anual que elabora la Universidad de Pennsylvania correspondiente a 2018 (McGann, 2019), el llamado *Global Go to Think Tanks Index*, detalla que en 2018 había 2.219 think tanks considerados como influyentes en Europa (27,2% del total mundial); 1.972 en América del Norte (México, Canadá y EEUU) (24,2% del total mundial) de los cuales 1.872 están en Estados Unidos. El informe contabilizó 1.829 think tanks en Asia, 1.023 en América Central y del Sur, 612 en el África Subsahariana y 507 en

África del Norte y Oriente Medio. El total mundial de think tanks con influencia según este índice fue en ese año de 8.162.

Si prestamos atención a las estadísticas por país del mismo informe, de los diez países del mundo con mayor número de think tanks, cuatro son europeos: Reino Unido (321), Alemania (218), Francia (203) e Italia (114). Después estaría Suecia (90), Holanda (83), Suiza (78), Austria (74), y España figura en el número 20, con 66 think tanks contabilizados en el listado como organizaciones con suficiente influencia como para ser mencionados en el índice de la Universidad de Pennsylvania (McGann, 2019, p. 39).

Siguiendo la misma fuente, el número de think tanks en EEUU se ha duplicado (algo más) desde 1980, si bien tanto en Europa como Estados Unidos la formación de think tanks ha tenido un crecimiento menor en los últimos 12 años. Dicho informe (2019, p. 18) explica el crecimiento de los think tanks desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad por una combinación de factores entre los cuales estarían “la revolución tecnológica y de la información, el fin del monopolio informativo de los gobiernos; una creciente complejidad y naturaleza técnica de los problemas legislativos; un tamaño creciente para los gobiernos; una crisis de confianza en los gobiernos y gobernantes; globalización y el crecimiento de los actores gubernamentales y no gubernamentales; y una necesidad de contar con información puntual y concisa y un análisis preciso”.

Respecto al declive de los think tanks en los últimos años, el mismo informe lo achaca (2019, p. 18) a cuestiones como “una hostilidad creciente hacia los think tanks y ONG en muchos países que se refleja en ambientes políticos y normativos más complejos; menor financiación para la investigación de políticas públicas; tendencia a la financiación puntual de proyectos específicos en lugar de invertir en ideas e instituciones; incapacidad para adaptarse a los cambios; y una mayor competencia de las organizaciones, consultorías, bufetes de abogados y medios electrónicos”.

A la hora de teorizar sobre este tipo de coaliciones, según Núria Almiron (2016d) “es conveniente tener en cuenta todas las visiones y explicaciones de lo que son los think tanks para poder comprender no sólo el fenómeno en sí sino también su evolución” (p. 5). Los diferentes trabajos de Almiron acerca de esta temática cubren esta necesidad, pues hacen una revisión sobre las principales perspectivas desde las que se ha estu-

diado el fenómeno de los think tanks, distinguiendo entre “los marcos teóricos clásicos y los nuevos marcos teóricos” (p. 5).

Siguiendo a Núria Almiron (2016d), entre los marcos teóricos principales desde los que se han abordado el análisis de los grupos de interés, en general, y los think tanks en particular, estarían, por una parte, los marcos teóricos clásicos, que incluyen el pluralismo, el elitismo, el institucionalismo, la economía política y el marxismo. Por otra parte, estarían los nuevos marcos teóricos, que incluirían la teoría de los campos sociales y la de las coaliciones discursivas. A continuación se ofrece un resumen esquemático de las principales características representativas de estos diferentes abordajes teóricos estudiados por Almiron (2016d, pp. 5-11):

Tabla 4: Perspectivas desde las que se ha abordado el fenómeno de los think tanks

Marcos teóricos desde los que se ha abordado el fenómeno de los think tanks	
Marcos teóricos Clásicos	Nuevos marcos teóricos
<p><b>Pluralismo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Enfoque dominante en literatura anglo-americana (la más extendida).</li> <li>-Explicación más aceptada.</li> <li>-Los think tanks son “instrumentos utilizados en la esfera política, entendida como producto de la interacción dinámica entre intereses organizados”. Son “una más entre las muchas organizaciones que compiten para moldear las políticas públicas”.</li> <li>-Signo de “progreso democrático”</li> <li>-Teóricos de referencia: James McGann, David Newsom.</li> </ul>	<p><b>Campos sociales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Perspectiva de economía política crítica.</li> <li>-Enfoque puesto en los complejos entornos políticos y organizacionales en los que operan los think tanks, y en las dependencias subyacentes respecto a patrocinadores con poder</li> <li>-“Los think tanks se han convertido en principales instrumentos de vinculación de las prácticas política e intelectual. Su crecimiento ha socavado el valor del conocimiento producido de forma independiente”.</li> <li>-Los think tanks dependen de tres tipos de clientes: políticos, económicos y me-</li> </ul>

	<p>diáticos.</p> <p>-No ven sentido a definir a los think tanks por su independencia.</p> <p>-Teóricos de referencia: Thomas Medvetz (2012).</p>
<p><b>Elitismo:</b></p> <p>-“Los think tanks no son actores desinteresados dedicados al progreso del conocimiento, ni compiten en igualdad de condiciones para influir en el escenario político y en la opinión pública”.</p> <p>-Los “think tanks deben ser analizados como herramientas de poder de la clase capitalista dominante”.</p> <p>-Teóricos de referencia: C. Wright Mills (1956), William G. Domhoff (2010), Joseph Peschek, Thomas Dye, John Saloma.</p>	<p><b>Coaliciones discursivas:</b></p> <p>-Enfoque crítico desarrollado para estudiar el cambio institucional y las transformaciones estructurales más allá de límites nacionales.</p> <p>-“Las coaliciones discursivas son fuerzas sociales que actúan conjuntamente, aunque no necesariamente en interacción directa, en pos de un objetivo común” (Plehwe, 2011:130)</p> <p>-Estudiando estas fuerzas sociales, podemos analizar las redes nacionales y transnacionales, las constelaciones de actores institucionalizadas y las relaciones de poder del discurso hegemónico neoliberal en una visión general.</p> <p>-Teóricos de referencia: Dieter Plehwe (2011).</p>
<p><b>Institucionalismo:</b></p> <p>-“Aborda los think tanks centrándose en los entornos (estructuras, reglas, normas y procesos) que les influyen y moldean”.</p>	



<p>-Dentro del enfoque institucional, dos corrientes:</p> <p>a) Se centra en la historia de think tanks específicos o en la evolución y papel cambiante de los think tanks en diferentes países.</p> <p>b) Un enfoque más sistemático, que estudia la relación de los think tanks con las comunidades de elaboración de políticas.</p> <p>-“Si bien reconocen que hay poco margen para la independencia, también creen que los think tanks no siempre sirven a los intereses del capital”.</p> <p>-Teóricos de referencia: Diane Stone (1996), Thomas, (2004), Hugh Hecló, Evert Lindquist.</p>	
<p><b>Economía política crítica:</b></p> <p>-Enfoques críticos poco frecuentes pero necesarios.</p> <p>-“Es una realidad compleja, en la que no son ni títeres de donantes políticos y empresariales ni representantes de grupos de interés compitiendo en igualdad de condiciones”.</p> <p>-Teóricos de referencia: John McLevey (2014), Thomas Medvetz, Dieter Plehwe.</p>	
<p><b>Neomarxismo:</b></p>	

<p>-Esta visión “asume la centralidad de clase y del conflicto de clase en la economía política”.</p> <p>-“Los think tanks son más un producto de la consciencia de clase que de las élites políticas o de acuerdos entre estamentos sociales”.</p> <p>-Teóricos de referencia: Hartwig Pautz (2011).</p>	
---	--

Elaboración propia a partir de Almiron: 2016d y Almiron 2017b.

Definir qué es un think tank no es sencillo. Según Hart & Vromen (2008) el término es un cajón desastre en el que se incluyen acepciones variadas –los think tanks han sido descritos como un "término paraguas que significa cosas diferentes para diferentes personas" (Stone, 1996:9). Existe una clara falta de consenso en la definición de think tanks (McGann y Johnson, 2005:11). Además, para Almiron (2016d), la definición se complica, pues la literatura sobre el tema aparecida a partir de la década de 1970 se ve “monopolizada por la escuela anglo-americana”, lo que ha determinado la evolución del término, a pesar de que la realidad en Estados Unidos no es la misma que más adelante se adoptará en otros países, especialmente en Europa. A este respecto deberemos tener en cuenta, pues, que es más que probable asumir que los think tanks pueden jugar diferentes roles en diferentes ambientes y contextos sociales y políticos (Ruser, 2018, p. 48).

Núria Almiron define los think tanks en “Think tanks y neoliberalismo”, capítulo del libro *Capitalismo financiero y comunicación* (Almiron, 2016d), como “un tipo de grupos de interés que pretenden influir en las políticas públicas bien directamente bien a través de la opinión pública o los medios de comunicación” (p. 3). Para la académica son, inequívocamente, “organizaciones que participan e influyen en el proceso político a través de la producción de conocimiento” (p. 4) y se han convertido en una "mezcla compleja de conocimiento e intereses cuyo principal objetivo es influir en la opinión pública" (p. 4).

“Influir en las políticas públicas” es uno de los conceptos clave que utiliza Almiron, y que enlaza –el concepto “de políticas públicas”– con la definición de corte pluralista de James G. Mc Gann, teórico que estudia el fenómeno desde un punto de vista liberal, y director del equipo de la Universidad de Pennsylvania que elabora cada año el listado de think tanks más influyentes of *Global Go to Think Tanks Index* (GGTTI), según la cual, sin mencionar la palabra “influencia”, define a los think tanks como facilitadores, ante los legisladores y el público, de información para "la toma de decisiones informadas" sobre los asuntos de políticas públicas. Así, para Mc Gann los think tanks son:

organizaciones que generan investigación, análisis y asesoramiento sobre cuestiones nacionales e internacionales y orientados a las políticas, en un esfuerzo por permitir que los responsables de la formulación de las políticas y el público tomen decisiones informadas sobre cuestiones de políticas públicas (Mc Gann, 2007, p. 12)<sup>84</sup>.

O de forma más abreviada, en una definición planteada por el mismo autor, estos grupos serían "organizaciones independientes de investigación y análisis de políticas públicas" (McGann, 2002, p.86)<sup>85</sup>. Otra definición muy breve es la de Alexander Ruser, que los describe como "instalaciones de investigación independiente, sin ánimo de lucro, dedicadas a la investigación aplicada que se proporciona a los responsables de la toma de decisiones públicas" (Ruser, 2012, p. 331).

Para Xifra (2005) "la noción de *think tank* es resbaladiza" (p. 74). Según este autor,

Se trata de organizaciones formadas por intelectuales y analistas diversos, que reciben contratos o encargos (de organizaciones públicas o privadas) para analizar ideas y proyectos, y proponer formas de aplicación de las diferentes actividades gubernamentales y/o industriales. Es decir, los think tank están formados por intelectuales y por destacados líderes de opinión procedentes de la carrera política (Xifra, 2005, p. 74).

---

<sup>84</sup> "organisations that generate policy-oriented research, analysis, and advice on domestic and international issues in an effort to enable policymakers and the public to make informed decisions about public policy issues" (Mc Gann, 2007, p. 12).

<sup>85</sup> "independent public policy research and analysis organizations" (McGann, 2002, p. 86)

Aunque advierte que a su entender dicha definición estaría incompleta "pues carece de la fundamental dimensión mediática de estas organizaciones" (Xifra, 2005, p. 74). El autor destaca las finalidades comunicativas y estratégicas que tienen los think tanks, que, tal y como explica:

se articulan a través de la instrumentalización de las relaciones públicas en el marco de una actuación propia del marketing, donde el producto son las ideas. En otras palabras, la actividad primordial de estas organizaciones es la comercialización de las ideas, y las herramientas competentes son las técnicas de las relaciones públicas, sin despreciar (...) el uso de las relaciones públicas desde una perspectiva estructural y estratégica, alejada de la mera comercialización (Xifra, 2005, p. 84).

Para Smith *think tank* es un término impreciso que se refiere a una amplia gama, cada vez más diversa, de grupos de investigación de carácter privado (Smith, 1991, pp. xiii-xiv).

McGann y Weaver afirman que todos los think tanks tienen en común que son "sin ánimo de lucro, independientes del Estado y dedicados a transformar los problemas legislativos en políticas públicas apropiadas" (McGann y Weaver, 2000, p.4). Sin embargo, tal y como citan en el mismo volumen, Diane Stone y Mark Garnett argumentan que "la noción de que un think tank requiere independencia o autonomía del Estado y de los intereses privados para poder pensar de manera libre es una predilección que no se traduce bien a otras culturas", ante lo que los primeros autores añaden que "reconocen que la autonomía es un término relativo más que absoluto, y que la definición operacional de los think tanks difiere de región en región" (McGann y Weaver, 2000, p. 5).

Continuando con McGann, las principales funciones de los think tanks son las siguientes (McGann, 2002, p.88):

- Llevar a cabo investigaciones y análisis sobre políticas;
- Proporcionar asesoramiento sobre cuestiones políticas inmediatas;
- Evaluar programas gubernamentales;
- Interpretar políticas para medios electrónicos e impresos, facilitando así la

comprensión y el apoyo de iniciativas políticas;

- Facilitar la construcción de redes temáticas que involucren a un conjunto diverso de actores políticos que se unan sobre una base ad hoc alrededor de un problema o cuestión político particular;
- Proporcionar personal clave para el gobierno.

Tal y como explica Ruser en su libro *Climate Politics and the Impact of Think Tanks*, definir un conjunto de actividades o hacer un listado de las características organizativas que pueden tener los think tanks no es suficiente para comprender lo que hacen los think tanks, para explicar sus idiosincrasias y, sobre todo, si pueden influir y cómo en la formulación de políticas públicas (2018, p. 45). Es necesario prestar también atención al contexto, a "las fuerzas y condiciones que modelan sus prácticas" (Medvetz, 2012, p. 35), como explicaremos algo más adelante cuando nos adentremos en la teoría de campos.

Para Marta Tello (Tello Benítez, 2008), la principal diferencia entre lobbies y think tanks es que los think tanks son instituciones que investigan, y mediante sus publicaciones generan pensamiento y promueven el debate, haciendo llegar sus recomendaciones a las instituciones. Según esta misma autora:

[P]roponen y sugieren ideas que pueden ayudar en la toma de decisiones de las esferas políticas. El fin último de todo este tipo de instituciones consiste en ayudar a mejorar una sociedad y por tanto, la vida de todos los ciudadanos. Por el contrario, el lobby tiene intereses concretos que van más allá del beneficio de una sociedad, ya que se mueven para conseguir unos intereses personales o empresariales (p. 25).

Sin embargo, según el Corporate Europe Observatory, los think tanks se han convertido también en actores clave en Bruselas, y a su vez persiguen intereses concretos que en ocasiones están alineados con intereses concretos de ciertas industrias y que de hecho los think tanks pueden servir para camuflar dichos intereses empresariales, bajo una apariencia de independencia:

Los think tanks también se convirtieron en actores influyentes en la burbuja de Bruselas. Algunos proporcionan un canal cómodo y aparentemente "independen-

diente" para ayudar a sus patrocinadores corporativos con su lobbying, lo que hace que la etiqueta "think tank" sea vulnerable al abuso. Ofreciendo un barniz de objetividad y apertura al debate, puede funcionar como una pulcra tapadera para los intereses corporativos. Los think tanks también pueden desempeñar un papel importante en la construcción ideológica de agendas políticas que sirvan a sus patrocinadores corporativos, por ejemplo, la reducción de los tipos impositivos corporativos, o recortes en gasto social. También brindan a sus miembros y seguidores la oportunidad de establecer contactos a muchos niveles, incluidos los encuentros formales entre lobbistas y funcionarios de la Comisión (Corporate Europe Observatory, 2017, p.11)<sup>86</sup>.

Se trata de una visión enfocada desde la perspectiva elitista, según la cual "estas organizaciones no son ni actores desinteresados dedicados al progreso del conocimiento ni actores que compitan en igualdad de condiciones para influir en el escenario político y la opinión pública" (Almiron, 2016d, pp. 5-6).

Para Almiron, "desde la teoría política se argumenta que los think tanks tienen capacidad para marcar la diferencia en mayor o menor grado en los procesos de políticas públicas y de formación de la opinión pública" (2016d, p. 3), tanto a través de la opinión pública como a través de los medios de comunicación, y por ello es importante estudiar los procesos comunicativos de este tipo de grupos desde un punto de vista crítico.

Siguiendo a la misma autora, "los think tanks han sido definidos por igual como institutos o centros de estudios de políticas públicas, como generadores de conocimiento y como *advocacy groups* o grupos de influencia o interés" (Almiron, 2016d, p. 4). La profesora afirma que es posible encontrar todos estos componentes en distinta medida en todos los think tanks.

---

<sup>86</sup> "Think tanks have also become influential Brussels bubble players. Some provide a convenient and seemingly 'independent' channel to assist their corporate sponsors with their lobbying, which makes the 'think tank' label vulnerable to abuse. Offering a veneer of objectivity and openness to debate, it can function as a neat cover for corporate interests. Think tanks can also play an important role in the ideological construction of political agendas that serve their corporate backers, e.g. the lowering of corporate tax rates, or cuts on social spending. They also give members and followers the opportunity to network on many levels, including informal encounters between lobbyists and Commission officials". (Corporate Europe Observatory, 2017, p.11)

Desde la perspectiva elitista han emanado una serie de teorías útiles para el estudio de los grupos de interés en general y los think tanks en particular. Destacan el institucionalismo, la economía política y el neomarxismo, ya abordados en un epígrafe anterior. A su vez, inspiradas en estos últimos enfoques, a partir de principios del siglo XXI aparecen una serie de contribuciones que enriquecen el estudio de los grupos de interés. Dos de los nuevos marcos teóricos son la teoría de los campos y la teoría de las coaliciones discursivas.

La teoría de los campos es un nuevo paradigma de análisis que elabora Thomas Medvetz a partir de su trabajo *Think tanks in America* (2012). Medvetz incorpora al estudio de los grupos de interés, o más concretamente en su caso de los think tanks, la perspectiva sociológica, histórica, política, económica y de relación con los medios de comunicación. Para ello, Medvetz ancla su teoría en el trabajo de Pierre Bourdieu. Medvetz evita para la definición de think tank el establecimiento de tipologías estrictas, que dejen fuera del análisis el contexto en el que se enmarca cada uno de los grupos. En su lugar, propone un modelo inspirado en los campos de poder y capitales sociales de Bourdieu (1986), entendiendo que los think tanks son instituciones de límites borrosos, que hacen equilibrios entre una amplia gama de intereses pertenecientes a cuatro campos (académico, político, medios de comunicación y económico), y que se va inclinando hacia diferentes objetivos y recursos (poder político, presencia en medios, activos económicos y credenciales académicos), encontrándose siempre en algún punto entre ser un centro de investigación, un grupo de activistas, una agencia de medios, un grupo de interés, sin conformarse nunca como uno de ellos en concreto. Así, para Medvetz, los think tanks no son algo que pueda enclaustrarse en un único nicho, sino que se trata de actores que se mueven entre campos y capitales, haciendo sus fronteras difusas.

Así, según Medvetz, los think tanks dependen de cuatro esferas: las tres primeras son los clientes políticos –conceden acceso político–, económicos –apoyo financiero– y mediáticos –visibilidad pública–. La cuarta esfera sería la del mundo académico. Almiron explica que "el argumento central de Medvetz es que los think tanks se han convertido en los principales instrumentos para vincular la práctica política y la práctica intelectual en la vida estadounidense" (2016d, p. 7). Una gran cantidad de las organizaciones tiene fuertes vínculos académicos, pero, tal y como aclara Almiron "su compromiso con la objetividad y el rigor académico es dudoso debido a las constantes servidumbres políticas y económicas que también mantienen" (2016d, p. 8), por lo que

no tendría sentido definir a los think tanks en función de su independencia, pero a la vez, Medvezt también reconoce que "esas mismas condiciones que limitan la libertad de los think tanks también funcionan como variables que otorgan flexibilidad y poder".

La teoría de las coaliciones discursivas ha sido aplicada por Dieter Plehwe (2011) a los think tanks. Plehwe define las coaliciones discursivas como "fuerzas sociales que actúan conjuntamente, aunque no necesariamente en directa interacción, en pos de un objetivo común" (Plehwe, 2011, p. 130. Citado en Almiron (2016d, p. 8)). Así, Plehwe, consigue estudiar "el cambio institucional y las transformaciones estructurales más allá de los límites nacionales" (Almiron: 2016d, p. 8), "identificando y midiendo las redes nacionales e internacionales, las constelaciones de actores institucionalizados y las relaciones de poder de la coalición discursiva neoliberal hegemónica". Esto implica adoptar "un punto de vista sociológico, que no aísle a las organizaciones de las 'circunstancias sociales relevantes' (Plehwe, 2011, p. 131) a cada momento" (Almiron 2016d, p. 8).

El papel de los think tanks dentro de las estrategias de lobby es altamente relevante, y no ha parado de crecer en importancia desde mediados del siglo XX junto con sus impactos en una serie de ámbitos, como muestra el trabajo de Núria Almiron (IJOC) para tres grandes áreas –concretamente el discurso negacionista del cambio climático; el discurso de la austeridad y el discurso especista– en las que los think tanks están promoviendo la desigualdad, ayudando a la creación de consentimiento en los medios y en la opinión pública, de un modo que beneficia sobre todo a las élites.

Existe un amplio consenso en la capacidad de influencia de los think tanks (McGann y Weaver, 200, p. 5; Stone 2004, p. 1). Según Almiron "hoy en día la relevancia, capacidad de influencia e impacto de los think tanks está fuera de discusión. La cuestión no es si son influyentes o no, sino cuán influyentes son, a través de qué canales, en qué áreas y con qué objetivos e intereses" (2016d, p. 12). Sabemos, siguiendo a Almiron, que "los responsables de elaborar políticas y las élites financieras cooperan a nivel internacional, compartiendo un amplio consenso en sus decisiones y demostrando que sus objetivos y sus narrativas son consistentes en todo el mundo" (Almiron 2017b, p. 4358)<sup>87</sup>. De ello la autora concluye que "los think tanks conservadores y orientados a la

---

<sup>87</sup> "Today, we know that policy makers and financial elites cooperate internationally, sharing a broad consensus in their choices and demonstrating that their agenda and storylines are consistent worldwide" (Almiron 2017b, pp. 4358)



industria tienen más capacidad para construir coaliciones discursivas y promover procesos de creación de discurso a nivel global que las organizaciones progresistas o los creadores de conocimiento sin ánimo de lucro" (Almiron 2017b, p. 4363)<sup>88</sup> y que "se han convertido en actores de comunicación políticos líderes con un impacto digno de estudiar en política, opinión pública y en los medios de comunicación" (Almiron 2017b, p. 4364)<sup>89</sup>.

Núria Almiron destaca el componente comunicativo de los think tanks, y por ello la importancia de estudiarlos desde el prisma de la comunicación, aunque, tal y como explica la autora, el análisis de este tipo de actores "estuvo circunscrito mucho tiempo a los ámbitos de las teorías políticas y de políticas públicas", siendo incorporado más tarde al ámbito de estudio de las relaciones públicas, aunque no para ser estudiado de un modo crítico, sino al contrario, para "formar a lobistas o expertos influyentes" (2016d p. 12). Para Almiron, sin embargo, los think tanks son "uno de los principales actores de la comunicación en el espacio público en la mayoría de democracias liberales y merecen, por tanto, ser abordados como tales". La autora afirma que "la comunicación constituye tanto una herramienta como una finalidad en sí misma para los think tanks" (2016d, p. 12), del mismo modo que cualquier actor que pretenda influir en otro. La misma autora cita a Weidenbaum (2012), expresidente del consejo de asesores económicos de Ronald Reagan e íntimamente familiarizado con las políticas de Washington, que definía las principales funciones de los think tanks con un claro componente comunicativo para los cinco mayores think tanks de la capital de Estados Unidos:

1. Investigar y analizar los temas de interés público.
2. Encargar investigaciones y crear redes de investigadores.
3. Difundir los resultados de su trabajo.
4. Celebrar conferencias, seminarios y otros encuentros de trabajo.
5. Proporcionar formación y educación

---

<sup>88</sup> "business- oriented think tanks have a greater ability to build network coalitions and promote successful global discourse creation processes than progressive or non-profit-oriented knowledge organizations" (Almiron 2017b, p. 4363)

<sup>89</sup> "they have become leading political communication actors with a worthy-of-study impact on policies, public opinion, and media" (Almiron 2017b, p. 4364)

Para William Wallace, las funciones principales que tienen en común este tipo de institutos están también muy relacionadas con el ámbito comunicativo, pero siempre acotadas por la idea de influir:

1. Análisis intelectual de cuestiones de políticas, utilizando enfoques de disciplinas como historia, ciencias sociales, ley, o incluso matemáticas, aplicadas a cuestiones relevantes para los gobiernos.
2. Preocupación por las ideas y conceptos que subyacen a la política; elaborar un examen y un cuestionamiento del sentido común que da forma a la formulación cotidiana de políticas;
3. Recopilación y clasificación de información relevante para la política, desde la investigación detallada a la provisión de informes de prensa y documentos en los que otras partes puedan basarse;
4. Una perspectiva más puesta en el largo plazo y abierta a los responsables de formulación de políticas, atendiendo a las tendencias más que a los sucesos inmediatos;
5. Un grado de desapego tanto del gobierno como del debate político partidista inmediato;
6. Un grado de involucración en el gobierno –ya sea tratando de influir en él de forma indirecta a través de publicaciones y a través de impacto en el debate político como de forma directa, en conversaciones con ministros o funcionarios;
7. Un compromiso con la información a audiencias más amplias: a través de la publicación, reuniones y conversaciones que involucren a un grupo más amplio y más diverso que solo el gobierno o la comunidad académica (Wallace 1994, pp. 142-143).

Como se puede observar en los puntos de los dos listados citados anteriores, la palabra "influir" es un término clave. Por otra parte, los cometidos de los think tanks quedan muy ligados al ámbito comunicativo: "difundir", "celebrar encuentros", "proporcionar educación", "informar"... Los think tanks, explica Almiron, "dedican un esfuerzo considerable a la diseminación de ideas a través de publicaciones de diversa índole", tanto de forma directa como indirecta, a través de impactos privados o públicos mediante revistas académicas, publicaciones divulgativas, informes, páginas web, redes sociales, presentaciones a actores políticos, medios de comunicación...

En cuanto a los tipos de think tanks, R. Kent Weaver, académico estadounidense identificó y distinguió en un primer momento tres categorías: "universidades sin estudiantes"; "organizaciones de investigación por contrato" y "*advocacy tanks*" (Weaver, 1989). La primera categoría describe grandes instituciones con plantillas amplias, que trabajan en estudios prolongados. La segunda, atienden a las agencias gubernamentales o a instituciones privadas, elaborando investigaciones por encargo. La última categoría proporcionada por Weaver son los *advocacy tanks*, que combinan, según Andrew Denham y Mark Garnett (1998, p. 11) una política fuerte, una visión partidista o ideológica combinada con una visión agresiva de *ventas* en un intento de influir en los debates públicos de la actualidad. Denham y Garnett añaden que "es más habitual que los *advocacy tanks* den un "giro" distintivo a una investigación ya existente, en lugar de realizar una investigación original". Esto hace, según los autores, que sea difícil de distinguir a este tipo de think tanks de los grupos de presión, "pues su motivación primaria es tratar de lograr un cambio de políticas" (Denham y Garnett, 1998, p. 12).

Posteriormente, McGann elaboraría una categorización más compleja que incluye las categorías formuladas por Weaver, a las que añade: editorial, empresa de políticas, y think tank del Estado. En su categoría académica, que sería equivalente a la universidad sin estudiantes de Weaver, McGann distingue entre aquellos think tanks con agendas diversas y especializadas (McGann, p. 1995).

Y más recientemente, en 2002, para McGann (2002, p. 88) los think tanks pueden clasificarse como sigue:

- Afiliados a un partido político.
- Dependientes del Gobierno.
- Cuasi gubernamentales (financiación gubernamental pero formalmente independientes)
- Autónomos e independientes.
- Universitarios.

Por su parte, Diane Stone distingue entre instituciones de la "vieja guardia" y "nuevas instituciones partidistas" [partisan]. En todo caso, Weaver reconocía que los compartimentos no son estancos, ya que "existen tensiones inherentes en los tres modelos

principales" (Weaver, 1989:563), y McGann y Weaver reconocían que "la mayor parte de los think tanks pueden ser comprendidos como variaciones de uno o más de cuatro tipos básicos: académicos, investigadores por contrato, *advocay tanks* y think tanks de partidos (McGann y Weaver, 2000, p. 7).

## **2.2.5. Ética y deontología**

### **2.2.5.1. *Interés general versus intereses particulares***

Hoy en día se considera como un elemento esencial de las democracias modernas el hecho de que el gobierno escuche y tenga en cuenta la información y las propuestas provenientes de los actores económicos y sociales a la hora de elaborar o modificar leyes (Koutroubas, 2011, p. 140).

Las expresiones *interés general*, *interés colectivo*, *interés social* o *interés público* también identificados con términos como *el procomún*, *res pública* etc. son expresiones que se suelen utilizar como sinónimos a pie de calle y se identifican en el imaginario público con "el bien común de la sociedad".

El concepto *interés público* apareció dentro de toda una corriente filosófica que desembocaría en la Revolución Francesa, sustituyendo a la noción del *bien común*, que contenía connotaciones morales y religiosas. Desde el principio aparece vinculado a dos definiciones confrontadas: la que define el interés general como la suma de los intereses particulares, y la que considera que el interés general es una misión encomendada al Estado, que debe anteponer el interés general a los intereses individuales (Franch, 2009, pp. 406-408).

En la práctica, siguiendo a Franch (2009), "el interés general es el que justifica toda la actuación administrativa y representa a la vez un límite a la misma" y el intento por conciliar ambas teorías "es lo que orienta a los gobiernos hacia políticas más liberales o más intervencionistas". En lo que aplica al presente trabajo, se entiende la figura de los lobbies como aquellos grupos que sirven a intereses puramente económicos.

### **2.2.5.2. *Ética: la deontología en el sector***

Tal y como explicaba Transparencia Internacional en su informe de 2015 *Lobbying in Europe* (Mulcahy 2015, p. 9) en general, en toda Europa, se da un bajo nivel de transparencia en lo que respecta a la actividad de lobby. Ni los profesionales del lobbying ni los trabajadores públicos están sujetos a regulaciones éticas obligatorias claras, repo-

sando la deontología, por el momento, sobre todo en la autorregulación, que depende sobre todo de la voluntariedad y de la buena fe.

Existe un gran número de códigos de conducta en Europa. A nivel oficial, la mayor parte de países tienen implementado un código o más (a nivel de estado, pero también a nivel de comunidad, provincia o incluso ayuntamiento). Y a nivel autorregulatorio, todas las asociaciones profesionales de lobbistas apuestan por la autorregulación, por lo que también han codificado sus manuales de buenas prácticas.

Tanto la Unión Europea como la OCDE han establecido sus respectivos códigos de conducta. En el caso de la UE, el código de conducta fue publicado en el anexo 3 del Acuerdo interinstitucional de 2014 sobre el registro de transparencia (Acuerdo Interinstitucional (UE), de 19 de septiembre de 2014, relativo al Registro de transparencia sobre organizaciones y personas que trabajan por cuenta propia que participan en la elaboración y aplicación de las políticas de la Unión Europea). En él se establecían las normas aplicables a todos los inscritos, así como los principios que rigen las reglas de comportamiento en las relaciones con las instituciones de la Unión Europea. Incluye cláusulas sobre los detalles identificativos que deben proporcionar y otros dictados éticos básicos. Asimismo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), publicó "The 10 Principles for Transparency and Integrity in Lobbying", disponibles en el informe "Transparency and Integrity in Lobbying" (OECD, 2013, pp. 3-6).

Además, todas las asociaciones profesionales europeas cuentan con sus propios códigos de conducta. La European Public Affairs Consultancies Association (EPACA) cuenta con un código de conducta (EPACA, 2017) desde el 16 de marzo de 2017 (EPACA, 16 marzo 2017) y la Society of European Affairs Professionals desde 1997, aunque el que figura en su web en la actualidad se publicó en 2016 (SEAP, 2016). A SEAP pertenece, por cierto, la placa dispuesta justo a la entrada del Parlamento Europeo, que es una muestra grabada en mármol, según Ruffin, de "la amistad entre los lobbies y los diputados. ¡Directamente bajo las ventanas de la Asamblea! (Ruffin, 2014, pp.11-25)<sup>90</sup> y en la que se puede leer: "Es a través de discursos, debates y votos que las grandes cuestiones deben resolverse, con determinación, paciencia y dedica-

---

<sup>90</sup> "L'amitié entre les lobbies et les députés. Directement sous les fenêtres de l'Assemblée!" (Ruffin, 2014, pp.11-25)

ción. Inaugurada el 6 de diciembre de 2001, por Nicole Fontaine, presidenta del Parlamento Europeo<sup>91</sup>. En medio de la placa está el logo de SEAP: "SEAP. Society of european affairs professionnals. Incorporating felpa. Fédération européenne du lobbying et public affairs". La existencia de una placa oficial que representa a los lobbistas frente al Parlamento es una muestra de su integración en el día a día de esta institución y es esta endogamia entre agentes representantes de los intereses públicos y privados lo que denuncian autores como Ruffin. Según CEO en Lobby Planet:

cuando el comisario estonio Siim Kallas propuso la iniciativa de "abrir la caja negra" de los lobbies y aumentar la transparencia en el oscuro mundo del lobby, la SEAP reaccionó de forma muy virulenta, haciendo hincapié en mantener el carácter voluntario de cualquier norma que afectara a los lobbies (CEO, 2017, p. 71).

Los códigos de conducta normalmente son voluntarios, y tal y como explica Transparencia Internacional en ocasiones son laxos en su desarrollo pues carecen de necesarios detalles y mecanismos de denuncia. Se echan a faltar, además, en muchos países documentos del estilo dedicados a los funcionarios públicos. En palabras de Suzanne Mulcahy en su informe Lobbying in Europe para Transparencia Internacional:

Los códigos de conducta que están en vigor suelen estar incompletos y no proporcionan una guía de comportamiento suficiente sobre cómo lidiar con los grupos de presión de terceros. Existen problemas particulares en torno a la gestión de conflictos de intereses, incluida la divulgación periódica de intereses. Aunque la mayoría de los estados tienen algunas regulaciones respecto a las puertas giratorias que requieren de un periodo de "enfriamiento" antes de que los exfuncionarios puedan hacer lobby a sus excolegas, solo un país, Eslovenia, ha instituido una para los legisladores e incluso para ese caso no se aplica correctamente en la práctica. No se encontró que ninguno de los 19 países evaluados tuviera un monitoreo y aplicación efectivos de las disposiciones de puertas giratorias. En términos de orientación ética básica para los lobbistas, solo un país (Austria) tiene un código de conducta mandatorio y se-

---

<sup>91</sup> "C'est par les discours, les débats et les votes que doivent se résoudre les grandes questions, avec détermination, patience et dévouement. Inaugurée le 6 décembre 2001, par Nicole Fontaine, présidente du Parlement européen" (Placa de SEAP en la entrada del Parlamento Europeo).

gún la Ley de Regulación de Lobbying (2015) recientemente adoptada por Irlanda, un legislador está autorizado a emitir el mismo; algunos otros tienen disposiciones voluntarias (Mulcahy, 2015, p.9)<sup>92</sup>.

El Corporate Europe Observatory (CEO) también es muy crítico con la falta de transparencia de los códigos en funcionamiento para los lobistas en Bruselas, incluyendo el Transparency Register y los mecanismos que la Comisión Europea tiene en marcha para hacer seguimiento de reuniones y contactos entre lobistas y oficiales políticos:

la transparencia auténtica sigue siendo un sueño lejano. (...) El registro (...) contiene entradas incompletas e injustificables. (...) [En cuanto a] la serie de normas sobre las reuniones de los lobbies en la Comisión, introducida en 2014, (...) la norma es para menos de 300 personas, lo que deja a los 30.000 oficiales restantes libres para encontrarse con tantos lobistas como quieran, con muy poco miedo al escrutinio. Es especialmente problemático que los llamados *oficiales de despacho* no estén cubiertos por las normas, pues suelen ser los que elaboran los borradores iniciales de las leyes (Corporate Europe Observatory, 2017, p.18).

### **2.2.5.3. Lobbies y think tanks: su rol en la sociedad**

Según Mulcahy para Transparencia Internacional respecto al papel de los lobbies en una sociedad democrática:

El lobbying es una parte integral de una democracia sana, estrechamente relacionado con valores universales como la libertad de expresión y el derecho

---

<sup>92</sup> The codes of conduct that are in place are frequently incomplete and do not provide sufficient behavioural guidance on how to deal with lobbying third parties. Particular problems are present around conflicts of interest management, including the periodic disclosure of interests. Although the majority of states have some revolving door regulations requiring a 'cooling-off' period before former public officials can lobby their former colleagues, only one country, Slovenia, has instituted one for the legislators and even in this case it is not properly applied in practice. None of the 19 countries assessed was found to have effective monitoring and enforcement of the revolving door provisions. In terms of core ethical guidance for lobbyists, only one country (Austria) has a mandatory code of conduct and under Ireland's recently adopted Regulation of Lobbying Act (2015) a regulator is authorised to issue the same; a few others have voluntary provisions (Mulcahy, 2015, p.9).



a realizar peticiones al gobierno. Permite que varios grupos de interés presenten sus visiones sobre decisiones públicas que puedan llegar a afectarlos. También tiene el potencial de mejorar la calidad de la toma de decisiones al proporcionar canales para la aportación de conocimientos expertos sobre cuestiones cada vez más técnicas a los legisladores y los responsables de la toma de decisiones (Mulcahy, 2015, p.6)<sup>93</sup>.

Al hilo de esta concepción del lobby, Transparencia Internacional cita un estudio que elaboró en 2013 la firma de relaciones públicas Burson-Marsteller (Burson Marsteller, 2013: 63), en el que se encuestó a 600 europarlamentarios. De estos 600 encuestados, el 89% estaba de acuerdo o fuertemente de acuerdo con la frase “el lobbying ético y transparente ayuda al desarrollo de políticas” (Burson Marsteller, 2013, p. 63)<sup>94</sup>.

Por tanto, y en línea con la postura defendida por los teóricos pluralistas, siempre que se cuente con la transparencia y la ética necesarias, en teoría el lobbismo es una actividad que propiciaría una mayor representación en democracia. Sin embargo, parece que en la práctica es muy difícil o imposible asegurar una representación igualitaria a los diferentes grupos, pues la capacidad de influencia de cada organización depende en gran parte de su financiación, que es desigual. A este respecto, cabe recordar las recomendaciones de la Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation en su publicación titulada *What is the problem with corporate lobbying?* (ALTER-EU) donde se ofrece un resumen de las posibles soluciones al problema de la excesiva influencia de los lobbies:

- Un registro de transparencia obligatorio que requeriría que todos los lobistas de la UE se registren.
- Medidas de transparencia proactivas en las que los responsables de la toma de decisiones de la UE se nieguen a reunirse con grupos de presión no registrados y también la publicación de listas en

---

<sup>93</sup> Lobbying is an integral part of a healthy democracy, closely related to universal values such as freedom of speech and the right to petition of government. It allows for various interest groups to present their views on public decisions that may come to affect them. It also has the potential to enhance the quality of decision-making by providing channels for the input of expertise on increasingly technical issues to legislators and decision-makers (Mulcahy, 2015, p.6)

<sup>94</sup> “ethical and transparent lobbying helps policy development” (Burson Marsteller, 2013, p. 63).

internet de todas las reuniones celebradas con los grupos de presión.

- Que la Comisión deje de otorgar a los grupos de lobistas de las grandes empresas un acceso privilegiado y la influencia en la formulación de políticas a través de sus grupos asesores, normalmente denominados *grupos de expertos*.
- Implementación del *derecho a saber* de la ciudadanía, garantizando que los documentos y la información de la UE sean publicados de forma proactiva y estén disponibles para todos (no solo para los lobistas corporativos).
- Introducción de normas más estrictas para impedir que los responsables de la toma de decisiones en la UE se unan a grupos de presión o grandes empresas comerciales al dejar la oficina.
- Introducción de reglas de conflicto de intereses más estrictas para los responsables europeos de la toma de decisiones para evitar que se acerquen demasiado a los lobistas (ALTER-EU, s.f.b)<sup>95</sup>.

## **2.2.6. Marco regulatorio de la actividad de lobby**

### **2.2.6.1 Aproximación general**

La Unión Europea (UE) es una comunidad política compuesta por 28 Estados miembros y establecida con la entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea (TUE) el 1

---

<sup>95</sup> -a mandatory transparency register which would require all EU lobbyists to sign-up  
-pro-active transparency measures where EU decision-makers refuse to meet with unregistered lobbyists and also publish online lists of all meetings held with lobbyists  
-the Commission stops granting big business lobby groups privileged access and influence to policy-making via its advisory groups, formally called expert groups  
-implementation of citizens' 'right to know' by ensuring that EU documents and information are pro-actively published and available to all (not just to corporate lobbyists)  
-introduction of tougher rules to stop EU decision-makers from joining lobby firms or big business when they leave office  
-introduction of tougher conflicts of interest rules for EU decision-makers to prevent them from getting too close to lobbyists

de noviembre de 1993. Tiene su origen en la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA) creada tras la Segunda Guerra Mundial para incentivar los intercambios económicos. No es un Estado federal como los Estados Unidos de América, pues sus miembros son naciones soberanas independientes. Tampoco se trata de una organización intergubernamental a la manera de las Naciones Unidas, pues los Estados miembros ponen en común parte de su soberanía, tomando decisiones conjuntas a través de instituciones compartidas (Comisión Europea, 2014).

Las siete instituciones principales de la Unión Europea se encuentran repartidas en cuatro ciudades diferentes: Bruselas, Frankfurt, Luxemburgo y Estrasburgo. Aunque la Unión Europea nunca ha declarado una capital oficial, la ciudad de Bruselas, se considera, de hecho, capital de la UE, pues muchas de las instituciones clave de la Unión (Consejo, Comisión Europea, Parlamento) tienen su sede en la ciudad, lo que hace que Bruselas se haya convertido en el lugar donde se firma la mayor parte de la legislación y las políticas comunitarias.

Esta concentración de poder ha hecho que todos aquellos individuos o agrupaciones que quieran influir en la toma de decisiones acudan a la ciudad. Así, entre 15.000 y 30.000 profesionales (Corporate Europe Observatory, 2017, p.3) representan intereses en Bruselas, conviviendo en los cuatro kilómetros cuadrados que ocupa el Barrio Europeo (entre la avenida de las Artes y el Parque del Cincuentenario) con los miles de funcionarios y representantes políticos (aunque como veremos, las presiones también tienen lugar en Luxemburgo o Estrasburgo como sedes del Parlamento).

#### ***2.2.6.2. Principales instituciones europeas a las que se hace lobby***

Las principales instituciones europeas que son objeto de lobby son la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo y el Consejo de la Unión Europea. Adicionalmente, los grupos de presión también hacen lobby a los distintos gobiernos nacionales. Otras instituciones importantes de la Unión Europea son el Tribunal de Justicia, el Tribunal de Cuentas y el Banco Central Europeo.

## **a) La Comisión Europea<sup>96</sup>**

La Comisión Europea es el órgano ejecutivo de la Unión Europea; la entidad encargada de elaborar las propuestas legislativas y de aplicar las decisiones del Parlamento y el Consejo de la UE.

Por Comisión Europea se entienden los 28 Comisarios designados por los Estados miembros de la Unión, pero en su sentido amplio, la Comisión emplea a unas 32.546 personas (entre oficiales, investigadores, legisladores y traductores. Tiene su sede oficial en la capital belga desde 1997. La mayoría del personal trabaja en Bruselas (aunque 2.000 empleados se reparten entre Luxemburgo y otros lugares de Europa) (Comisión Europea, s.f.).

Los edificios de la Comisión están situados principalmente en el Barrio Europeo de Bruselas, en las inmediaciones de la glorieta de Schuman, sobre todo en Rue de la Loi (la sede de la Comisión está en el número 200, en el Centro Berlaymont, el edificio en forma de X), Rue Beliard y Avenue de Beaulieu. En la sede central está el Presidente, los comisarios y el personal de los gabinetes.

La Comisión tiene como funciones las siguientes:

- 1) Elaborar nuevas normas y reglamentos (que después presentan al Parlamento Europeo y al Consejo de Ministros para someterlas a debate).
- 2) Administrar las políticas y actividades de la UE.
- 3) Garantizar que las normas adoptadas por el Consejo y el Parlamento se apliquen de manera correcta y uniforme en todos los Estados miembros (realizado de forma conjunta con el Tribunal de Justicia).
- 4) Representar a la UE en contextos internacionales.

Los funcionarios trabajan en departamentos denominados Direcciones Generales (DG). Cada Dirección se encarga de un área específica, por ejemplo, agri-

---

<sup>96</sup> Web oficial de la Comisión: [https://ec.europa.eu/commission/index\\_es](https://ec.europa.eu/commission/index_es)

cultura (AGRI)<sup>97</sup>, presupuesto (BUDG), Acción por el Clima (CLIMA), Competencia (COMP), Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA), Asuntos económicos y financieros (ECFIN), Medio ambiente (ENV), Salud y Seguridad Alimentaria (SANTE), Comercio (TRADE), etc. y está bajo la responsabilidad directa de un Comisario o Comisaria, asistido por unos gabinetes (Comisión Europea, s.f.).<sup>98</sup>

Los funcionarios, en colaboración con cada Comisaria/o y su gabinete, elaboran las propuestas de las nuevas normas. El colegio de Comisarios (uno por cada país de la UE) se reúne una vez a la semana (los miércoles en Bruselas). El Comisario responsable de cada política presenta el punto correspondiente del orden del día y el Colegio toma una decisión.

Los miembros de la Comisión, debido a la complejidad y el nivel de especialización técnica de los diferentes asuntos que abordan, y a la rapidez relativa en la toma de decisiones de la UE, están acostumbrados a interactuar directamente con los lobbistas, obteniendo información de los diferentes grupos de interés para construir sus propuestas. Por ejemplo, Coen y Richardson (2009, p. 8) citan a Koepl (2000), que encuestó a los 373 responsables de unidad en la Comisión y que afirmó que el 67% de los funcionarios consideraban que los lobistas eran necesarios e iniciaban contacto con ellos.

## **b) El Parlamento Europeo<sup>99</sup>**

El Parlamento es la única institución europea elegida por sufragio directo (los 751 eurodiputados son elegidos por los votantes de los 28 Estados europeos, calculados en unos 500 millones de habitantes). El Parlamento tiene sede doble, en Bruselas y Estrasburgo, aunque la base principal es la primera, en un edificio de la Plaza de Luxemburgo.

---

<sup>97</sup> Dirección General 'AGRI': Agricultura y Desarrollo Rural. Información disponible en: [https://ec.europa.eu/info/departments/agriculture-and-rural-development\\_es](https://ec.europa.eu/info/departments/agriculture-and-rural-development_es)

<sup>98</sup> Se han citado como ejemplos las Direcciones que pueden ser más relevantes para la presente investigación. Ver lista completa de las Direcciones Generales en: [https://ec.europa.eu/info/departments\\_es](https://ec.europa.eu/info/departments_es)

<sup>99</sup> Web oficial del Parlamento: <http://www.europarl.europa.eu/portal/es>

Está formado por 751 Eurodiputados de 8 grupos políticos; 24 Comisiones, 44 Delegaciones y por su Presidente (actualmente David María Sassoli),

El Parlamento actúa como colegislador (junto con el Consejo), adoptando y modificando las propuestas legislativas y los presupuestos de la UE. Desempeña un papel esencial en la elección del presidente de la Comisión Europea (elige al presidente y aprueba el nombramiento de la Comisión y puede obligarla a dimitir). Puede aprobar, modificar y en ocasiones también bloquear las propuestas hechas por la Comisión.

Anteriormente sus poderes estaban limitados, pero progresivamente y mediante los diferentes Tratados europeos (sobre todo Maastricht y Amsterdam), fue adquiriendo más poder en la misma medida en la que se iba convirtiendo cada vez más objetivo de los lobbistas. Su competencia presupuestaria (aunque compartida con el Consejo) es muy importante teniendo en cuenta que quien asigna los fondos tiene el poder de fijar las prioridades políticas.

Es en la Rue Wiertz, frente al edificio Spinelli del Parlamento, en el que está el símbolo de la industria del lobby, plantado por la SEAP y anteriormente referenciado en el presente documento.

### **c) El Consejo Europeo<sup>100</sup>**

El Consejo Europeo (European Council, no confundir con el Consejo de Europa) representa a los Estados miembros. Está encabezado por un presidente (actualmente es Charles Michel) y compuesto por los jefes de Estado y de Gobierno nacionales, así como el presidente de la Comisión. En las reuniones del Consejo Europeo o cumbres se reúnen los dirigentes nacionales y europeos, con la función de definir la agenda y las principales prioridades de la UE. No es una institución legislativa. Su sede está en Bruselas.

### **d) El Consejo de la Unión Europea<sup>101</sup>**

---

<sup>100</sup> Web oficial del Consejo Europeo: <http://www.consilium.europa.eu/es/european-council/>

<sup>101</sup> Web oficial del Consejo de la Unión Europea: <http://www.consilium.europa.eu/es/home/>

También llamado Consejo de Ministros o Consilium, representa a los Gobiernos de los Estados miembros. La Presidencia del Consejo es ejercida de manera rotativa (por turnos de 6 meses). Su función es adoptar la legislación europea y coordinar las políticas de la Unión Europea. Sus miembros son los ministros de cada país, dependiendo del tema a tratar. Consejo tiene su sede en el edificio Justus Lipsius en Rue de la Loi núm. 75 de Bruselas.

### **e) Gobiernos Nacionales**

Son la base de la Unión Europea y uno de los tres objetivos más importantes para los lobbistas, junto con los miembros del Parlamento y de la Comisión.

A principios de 2019, 28 son los países miembros de la Unión Europea (mientras Reino Unido siga siendo miembro de pleno derecho de la Unión, antes del Brexit)<sup>102</sup>.

Los 28 estados son los que siguen, en orden de antigüedad: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Dinamarca, Irlanda, Reino Unido, Grecia, España, Portugal, Austria, Finlandia, Suecia, República Checa, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Bulgaria, Rumanía y Croacia.

En 1958 se formó la Unión con 6 países: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y Países Bajos.

En 1973 entraron tres países: Dinamarca, Irlanda y Reino Unido.

En 1981 se incorporó Grecia.

En 1986 se anexionaron España y Portugal.

En 1995 entraron Austria, Finlandia y Suecia.

En 2004 se incorporaron República Checa, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta y Polonia.

---

<sup>102</sup> Información actualizada en la web: [https://europa.eu/european-union/about-eu/countries\\_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/countries_es)

En 2007 se adhirieron Bulgaria y Rumanía.

En 2013 tuvo lugar la última adhesión hasta la fecha: Croacia.

#### **f) El Tribunal de Justicia<sup>103</sup>**

Es el tribunal destinado a los asuntos relacionados con la legislación de la UE. Su función es garantizar que la legislación de la UE se interprete y aplique por igual en todos los Estados miembros. Está compuesto por el Tribunal de Justicia (un juez de cada país miembro y 11 abogados generales) y el Tribunal General (formado por 47 jueces; 56 a partir de 2019: 2 por cada país de la UE). Su sede está en Luxemburgo.

#### **g) El Tribunal de Cuentas<sup>104</sup>**

Institución auditora externa de las finanzas de la UE. Tiene como funciones mejorar la gestión financiera de la Unión y comprobar que los fondos de la UE se perciben y utilizan de forma correcta. Está formado por un miembro de cada país de la UE. Su sede está en Luxemburgo.

#### **h) Banco Central Europeo<sup>105</sup>**

Gestiona la moneda única europea, el euro y aplica la política económica y monetaria de la UE. Su función es mantener el poder adquisitivo del euro y la estabilidad de los precios en la zona euro. Está formado por el Presidente y el Vicepresidente del BCE y los gobernadores de los bancos centrales nacionales de todos los países de la UE. Su sede está en Fráncfort (Alemania).

En pocas palabras y de un modo muy simplificado, el Consejo Europeo (líderes nacionales y europeos) establece las prioridades generales, pero no tiene poder para aprobar leyes. Tres son las instituciones principales que elaboran las leyes europeas en un formato multinivel: los diputados del Parlamento Europeo (elegidos por sufragio direc-

---

<sup>103</sup> Web oficial del Tribunal de Justicia: [https://curia.europa.eu/jcms/jcms/j\\_6/es/](https://curia.europa.eu/jcms/jcms/j_6/es/)

<sup>104</sup> Web oficial del Tribunal de Cuentas: <http://www.eca.europa.eu/es/Pages/ecadefault.aspx>

<sup>105</sup> Web oficial del Banco Central Europeo: <http://www.ecb.europa.eu/home/languagepolicy/html/index.es.html>



to) representan a los ciudadanos europeos; la Comisión Europea (miembros nombrados por gobiernos nacionales), que promueve los intereses de la UE en su conjunto, y los gobiernos de cada uno de los Estados miembros, que defienden los intereses de sus Estados a través del Consejo de la Unión Europea. Estas tres instituciones elaboran las políticas y las leyes que se aplican en toda la Unión Europea mediante el *procedimiento legislativo ordinario*<sup>106</sup>: 1) la Comisión propone nuevas leyes. 2) el Parlamento y el Consejo las adoptan 3) la Comisión y los Estados miembros aplican la legislación 4) la Comisión vela por el correcto cumplimiento de la ley.

François Ruffin (2014) explica de un modo más crítico los mecanismos de la formulación de leyes o como él lo denomina, la *fabricación del consenso*:

1. Un informe oficial, más bien confidencial, es redactado directamente por los financieros;
2. Un técnico, si no un tecnócrata, no elegido, aquí el presidente de la Comisión “toma las directrices principales”;
3. Los políticos “validan esta hoja de ruta” conscientes o no de ser los portavoces de las finanzas;
4. Los mismos jefes de Estado europeos apoyan “esta hoja de ruta a nivel del G20” a escala internacional (Ruffin, 2014, p. 45).

El sistema de los grupos de interés es un entorno cambiante, y también complejo, como reflejo de la estructura pluriinstitucional y multinivel de la Unión Europea. Los grupos de interés y los lobistas han estado activos en la política europea desde la creación de la Unión Europea, aunque dichos grupos han ido evolucionando en tipología, tamaño y clase en los últimos 20 años según Coen y Richardson (2009). Ante una institución de varios niveles y con diferentes instituciones, los lobbies tienen múltiples oportunidades y diferentes puntos con los que construir una agenda de actuaciones, aplicando un tipo de comunicación a cada tipo de público objetivo, que variará según con qué funcionario de qué institución (a nivel de su propio país o de Europa) esté tra-

---

<sup>106</sup> Ver más sobre el procedimiento legislativo ordinario en la web del Parlamento: <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/es/20150201PVL00004/Poderes-legislativos>

tando en cada momento. En el caso de Bruselas, según Pierre Bardon y Thierry Libaert (2012, p. 92)

Las puertas de entrada más utilizadas para hacer lobbying en Bruselas son:

- Los diputados y sus ayudantes;
- Las comisiones parlamentarias y las comisiones asesoras y de expertos;
- Los grupos políticos;
- Los ponentes;
- Los coordinadores.

Actualmente, según la Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation (ALTER-EU, s.f.b), las instituciones europeas más susceptibles de ser influidas por lobbistas serían las siguientes:

**La Comisión:** "La Comisión es a menudo el centro de atención clave de los grupos de presión, ya que es la única organización de la UE que puede iniciar propuestas legislativas y ha ganado competencia en cada vez más áreas políticas en el marco del Tratado de Lisboa" (ALTER-EU, s.f.b)<sup>107</sup>.

**El Parlamento:** "El Parlamento también está sujeto a una gran cantidad de lobbying, generalmente cuando considera propuestas legislativas sobre temas de interés clave para los lobbistas: control del tabaco, protección de datos, etiquetado de alimentos, etc." (ALTER-EU, s.f.b)<sup>108</sup>.

**El Consejo:** "El Consejo Europeo (que consta de los estados miembros de la UE) también es cada vez más el centro de atención para los lobbistas. Esto puede ser difícil de rastrear, ya que gran parte del lobbying puede ocurrir a nivel nacional, es decir, el Reino Unido y la industria financiera o el gobierno alemán y los fabricantes de automóviles. Los procesos de toma de decisiones de la UE que otorgan a cada estado

---

<sup>107</sup> "The Commission is often the key focus of lobbying as it is the only EU organisation which can initiate legislative proposals and has gained competency in more and more policy areas under the Lisbon treaty" (ALTER-EU, s.f.b).

<sup>108</sup> "The Parliament is also subject to a lot of lobbying, usually when it considers legislative proposals on issues of key interest to lobbyists: tobacco control, data privacy, food labelling etc" (ALTER-EU, s.f.b).

miembro un veto significan que puede dar sus frutos presionar a nivel nacional para rechazar propuestas específicas de la UE". Además, "las agencias europeas que regulan medicamentos, alimentos, productos químicos y otras áreas importantes que pueden afectar a nuestra vida diaria están sujetas también a lobbying e incluso infiltración de intereses de los lobbies. Las formas de trabajo de las agencias incluyen "paneles de expertos" que brindan abundantes oportunidades para expertos con vínculos a la industria para asesorar sobre ciertos temas" (ALTER-EU, s.f.b)<sup>109</sup>.

### **2.2.6.3. Regulación de la actividad de lobby en las instituciones europeas**

En el plano internacional, Estados Unidos y el Reino Unido son los países que tienen más tradición en la actividad de lobby y por ello es lógico que también sean los países, en principio, más avanzados en su legislación.

Mientras la Unión Europea aún no había iniciado trámites respecto a la legislación de los lobbies y grupos de interés, ya en 1995 Estados Unidos aprobó la "Lobbying Disclosure Act"<sup>110</sup>, más tarde actualizada mediante la "Honest Leadership and Open Government Act"<sup>111</sup>. Al mismo tiempo, existe a su vez la "Lobbying Disclosure, Office of the Clerk"<sup>112</sup>, oficina encargada de facilitar el registro de las empresas dedicadas al cabildeo.

Respecto a Europa, Bruselas es, después de Washington, el segundo centro mundial de poder político donde trabajan más grupos de presión. Según la organización inde-

---

<sup>109</sup> The European Council (which consists of the EU member states) is also increasingly the focus of lobbyists. This can be difficult to track as much of the lobbying may happen at the national level ie. the UK and the financial industry or the German government and car manufacturers. EU decision-making processes which give each member state a veto means that it can pay-off to lobby at the national level to reject specific EU proposals" (ALTER-EU, s.f.b).

Además, "the European agencies which regulate medicines, foodstuffs, chemicals and other important areas which can affect our daily lives are also subject to lobbying, and even infiltration by lobby interests. The agencies' ways of working include 'expert panels' which provide plenty of opportunities for experts with links to industry to advise on certain topics" (ALTER-EU, s.f.b).

<sup>110</sup> Disponible en: <https://lobbyingdisclosure.house.gov/lda.html>

<sup>111</sup> Disponible en: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-110publ81/html/PLAW-110publ81.htm>

<sup>112</sup> Más información en: <https://lobbyingdisclosure.house.gov/index.html>

pendiente Corporate Europe Observatory, unos 30.000 lobbies trabajan en la Comisión y el Parlamento<sup>113</sup>.

Con el fin de incrementar la transparencia de la actividad de lobby, en 2011 se puso en marcha el *Registro de Transparencia*<sup>114</sup>, que pretende ofrecer información sobre los grupos de interés que hacen lobby al Parlamento Europeo y la Comisión Europea, que gestionan el registro conjuntamente. El objetivo es dar información sobre quién hace lobby, con qué intereses y el presupuesto que se destina a cada fin.

No ha sido simple llegar a implantar dicho Registro como realidad. El Registro tiene su embrión en un documento (Comunicación 93/C 63/02 de la Comisión del 5 de marzo de 1993, titulada Un diálogo abierto y estructurado entre la Comisión y los grupos de interés)<sup>115</sup>, que da lugar en 2005 a su vez a otra comunicación: "Propuesta de iniciativa europea de transparencia"<sup>116</sup>, que tras iniciativas, libros verdes<sup>117</sup>, consultas y acuerdos, deriva en la creación del Registro de grupos de interés de la Comisión Europea, que legitimaba los grupos de interés como "necesarios", invitando a inscribirse al mismo "a todos los representantes de los grupos de interés dedicados a influenciar los procesos de formulación de políticas y de toma de decisiones de las instituciones europeas"<sup>118</sup>.

---

<sup>113</sup> Ver: <http://corporateeurope.org/>

<sup>114</sup> Ver registro en: <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=es>

<sup>115</sup> Ver Diario Oficial de las Comunidades Europeas, C63, año 36, del 5 de marzo de 1993: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/TXT/?uri=OJ:C:1993:063:TOC>

<sup>116</sup> Ver Memorandum a la Comisión disponible en: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/2/2005/EN/2-2005-1300-EN-5-0.Pdf>

<sup>117</sup> Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/TXT/?uri=CELEX:52006DC0194>

<sup>118</sup> La Comisión Europea ha puesto hoy en marcha su registro en línea de representantes de los grupos de interés. Se invita a inscribirse a todos los representantes de los grupos de interés dedicados a influenciar los procesos de formulación de políticas y de toma de decisiones de las instituciones europeas. Al inscribirse, se les pedirá que revelen cierta información para aumentar la transparencia de las relaciones entre los grupos de presión y la Comisión. Mediante un comunicado de prensa ha informado de ello. La nota decía así:

“Los grupos de presión son necesarios y su importancia va en aumento, de modo que su reglamentación es algo inevitable. Me complace que la profesión esté de acuerdo y que haya manifestado que está dispuesta a proteger su propia reputación, ayudándonos a mantener la legitimidad de nuestra interacción. Al inscribirse ahora en el registro de la Comisión, los representantes de los grupos de interés de buena fe tienen una oportunidad única de demostrar

El registro creado en 2011 sustituyó al establecido en 2008, en el que figuraban ya 4000 organizaciones, y obliga a facilitar más información que en el registro anterior y a comprometerse a cumplir el código de conducta común. Este Código de Conducta, que entra en vigor el 1 de enero de 2012, regula entre otras cuestiones la relación de los eurodiputados con personas ajenas a la Eurocámara, buscando evitar conflictos de interés. En la práctica, se regula la aceptación de obsequios y el fenómeno de *puertas giratorias* que consiste en la contratación de ex cargos públicos por parte de grupos de interés. El Registro de Transparencia de 2011 incorpora, además, un mecanismo para presentar denuncias, así como las medidas que deben aplicarse en el caso de incumplimiento de conducta<sup>119</sup>.

Según el Informe anual de 2016 sobre el funcionamiento del Registro de transparencia, más de la mitad del total (10911) de las organizaciones inscritas pertenecían a empresas y agrupaciones profesionales y comerciales (5492), seguidas por las ONG, que suponen un cuarto del total de registrados (2793).

---

su compromiso en la práctica" dijo el Vicepresidente de la Comisión, Siim Kallas (Comisión Europea, 23 de junio de 2008).

Las organizaciones que se inscriban en el registro tendrán que indicar quiénes son, cuáles son sus objetivos y misiones, y en qué ámbitos estratégicos están particularmente interesadas. Además, pueden describir sus principales actividades de representación de los grupos de interés, así como sus actividades de creación de redes. Quienes se inscriban también tendrán que revelar información financiera, para que quede claro cuál es la fuerza motriz que impulsa las actividades de los grupos de presión. Las organizaciones que realicen estas actividades en nombre de terceros tendrán que indicar los nombres de sus clientes.

Al inscribirse, los representantes de los grupos de interés deberán suscribir un código de conducta adoptado por la Comisión Europea, que establece los principios generales (tales como sinceridad, honradez e integridad) por lo que deberán guiarse las actividades de los representantes de los grupos de interés cuando se relacionen con la Comisión Europea. El código también formula siete normas claras de comportamiento que se espera sean respetadas por los representantes de los grupos de interés.

El Comisario Kallas añadió: «La Comisión ha propuesto crear un registro conjunto para las instituciones de la UE, y se congratula de que el Parlamento Europeo apoye la idea proponiendo un grupo de trabajo conjunto para crear dicho registro lo antes posible. La Comisión participará ahora constructivamente en este trabajo» (Comisión Europea, 23 de junio de 2008).

<sup>119</sup> Disponible en:

[http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/staticPage/displayStaticPage.do?locale=es&reference=CODE\\_OF\\_CONDUCT](http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/staticPage/displayStaticPage.do?locale=es&reference=CODE_OF_CONDUCT)

En 2012 se pone en marcha el Portal de transparencia<sup>120</sup> de la Comisión Europea, con la finalidad de "servir de ventanilla única para abrir al público la toma de decisiones de la Comisión" (Comisión Europea, 2012).

En noviembre de 2014, el vicepresidente de la Comisión Europea, Frans Timmermans, prohíbe que los comisarios se reúnan con lobbies no registrados. Es parte de la Iniciativa de la Transparencia<sup>121</sup> (Comisión Europea, 2014b), cuya aprobación suponía, entre otras medidas, la publicación de todos los encuentros que mantuvieran con lobbistas y grupos de presión los miembros del Ejecutivo Comunitario.

En 2015 se pone en marcha una nueva versión del Registro de transparencia, y en 2016 se presenta una "Propuesta de Acuerdo interinstitucional sobre un Registro de Transparencia obligatorio" (Comisión Europea, 2016).

En el registro, la Comisión Europea organiza las diferentes categorías de actores extra-institucionales/grupos de interés/lobistas como sigue:

I- Consultorías profesionales, bufetes de abogados y consultores que trabajan por cuenta propia. II- Grupos de presión dentro de las empresas y asociaciones comerciales, empresariales o profesionales. III- Organizaciones no gubernamentales. IV- Grupos de reflexión, instituciones académicas y de investigación. V- Organizaciones que representan a las iglesias y a las comunidades religiosas. VI- Organizaciones que representan a autoridades locales, regionales y municipales, otros organismos públicos o mixtos, etc. (Unión Europea, s.f.).

Las actividades que cubre el Registro incluyen: "*lobbying, representación de intereses y defensa*". Abarca todas las actividades dirigidas a influir –de forma directa o indirecta– en la formulación de políticas, la implementación de políticas y la toma de decisiones en las instituciones de la UE, sin importar dónde se lleven a cabo o qué canal o método de comunicación se utilice. El énfasis parece estar más en qué se hace que en quién se es.

---

<sup>120</sup> Sitio web en: [https://ec.europa.eu/info/about-european-union/principles-and-values/transparency\\_en](https://ec.europa.eu/info/about-european-union/principles-and-values/transparency_en)

<sup>121</sup> Nota de prensa: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEX-14-1962\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEX-14-1962_en.htm)

En junio de 2017 se aprueban las negociaciones sobre el registro que incluyen la obligatoriedad del mismo, con lo que se espera que próximamente se apruebe dicha obligatoriedad (Parlamento Europeo, 2017).

Este registro ha recibido numerosas críticas, principalmente porque no se ha establecido como un registro obligatorio. Este carácter opcional de inscribirse o no en el registro plantea dudas sobre su utilidad. En Estados Unidos, por ejemplo, sí es obligatorio facilitar todos los datos que se solicitan, y hacerlo de forma correcta. Mientras tanto, en el registro dispuesto por la Unión Europea no lo es. Tampoco existe una figura que se encargue de revisar el contenido que las entidades vuelcan en él, con lo que se dan numerosas inexactitudes, pues cada institución tiene en cuenta las premisas de diferente forma.

Margarida Silva, de ALTER-EU denunciaba estos hechos de la siguiente manera en 2019 en una nota de prensa:

el sistema de transparencia sigue siendo voluntario y está lleno de lagunas. La incapacidad de la Comisión, el Parlamento y el Consejo para ponerse de acuerdo sobre una forma de abordar esto es un miserable fracaso político" (ALTER-EU 2019)<sup>122</sup>.

#### **2.2.6.4. Regulación de la actividad de lobby en España**

En el caso de España, hay una serie de artículos en la Constitución que tienen relación con la actividad de lobby. Así, en parte, dicha actividad se rige por el artículo 77 de la Constitución Española que permite las peticiones colectivas (art. 77 C.E.). Este artículo, proyectado inicialmente para peticiones colectivas de ciudadanos organizados, hace de paraguas para los distintos lobbies, que se acogen a la constitución para llevar a cabo su actividad profesional.

---

<sup>122</sup> "the transparency system is still voluntary and full of loopholes. The inability of Commission, Parliament and Council to agree on a way to tackle this is a miserable political failure" (ALTER-EU 2019).

A su vez, el artículo 9.2 de la Constitución española establece que "corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social" (art. 9.2. C.E.).

Con idéntico propósito, el derecho a la participación en la vida pública viene igualmente reflejado en el art. 23 de la Constitución, que habilita a los ciudadanos a participar en los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes (art. 23. C.E.).

Aunque el Congreso ha dado el primer paso para regular específicamente la actividad de lobbying, aún no hay ley específica para la actividad. La única disposición indirecta de los grupos de presión se encuentra en la legislación penal ordinaria que tipifica el tráfico de influencias. Artículos 428, 429 y 430 del Capítulo VI del Título XIX del Código Penal.

Por *tráfico de influencias*, según el artículo 428 del Código Penal, se entiende lo siguiente:

"El funcionario público o autoridad que influyere en otro funcionario o autoridad prevaleciendo del ejercicio de las facultades a su cargo o de cualquier otra situación derivada de su relación personal o jerárquica con éste o con otro funcionario o autoridad para conseguir una resolución que le pueda generar directa o indirectamente un beneficio económico para sí o para un tercero" (Gimbernat, 1997).

Según Ramón Tijeras,

de acuerdo con esta definición legal, cualquier alto cargo de la Administración que prestara oídos a las peticiones realizadas por uno de esos grupos de presión llamado *lobby* estaría incurriendo en un presunto delito de tráfico de influencias (...) Pese a las reivindicaciones de los estudiosos y *lobbistas* más importantes, creo que no está bien delimitada aún la frontera entre el tráfico de influencias, el *lobby* profesional y lo que han desarrollado algunos de los personajes más relevantes de la política y la economía española bordeando la legalidad en los últimos años (Tijeras, 2018, p.6).



A nivel autonómico, son varias las comunidades que han comenzado a implantar sus propios registros de grupos de interés a nivel autonómico. Podemos destacar por su carácter innovador los de las comunidades autónomas de Cataluña (Vigente desde 2015 y con más de 2200 inscritos<sup>123</sup>) y Aragón.

En marzo de 2016, la CNMC (Comisión Nacional de Mercados y la Competencia) creó, basándose en el artículo 37 de la Ley 3/2013, (norma de creación de la CNMC) el primer registro de lobistas o grupos de presión de España en un organismo público, llamado Registro de Grupos de Interés (RGI) (CNMC, s.f.a). A la manera del registro europeo, los objetivos eran conocer qué intereses son defendidos, quién los defiende, ante quién y con qué medios.

El registro incluye empresas o federaciones empresariales (ej. FIAB: Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas), asociaciones de consumidores (ej. OCU), patronales y plataformas colaborativas (ej. Blablacar), despachos de abogados, consultoras y profesionales autónomos.

El registro es "de carácter voluntario, público y gratuito y se pueden inscribir las empresas, asociaciones, plataformas, redes, consultorías y despachos profesionales, grupos de análisis e instituciones académicas que lo deseen a cambio de comprometerse a respetar un Decálogo ético" (CNMC, s.f.b) elaborado por la institución. Este Decálogo obliga a las entidades registradas a actuar con transparencia en sus relaciones con la CNMC. Entre sus diez puntos destacan: "No poner al personal de la CNMC en ninguna situación que pueda generar un conflicto de intereses", "no incitar, por ningún medio, a los empleados públicos de la CNMC a infringir la ley o las reglas de comportamiento..." y "no hacer uso abusivo del alta para darse publicidad, ni dar a entender que el hecho de figurar en el Registro les confiere una situación o privilegio especial ante los poderes públicos". El objetivo de esta iniciativa pretende, según la CNMC, "dar un paso más en materia de Buen Gobierno y Transparencia, trasladando a nuestra actuación las buenas prácticas que ya son habituales en otros países y en la Comisión Europea, que es nuestro marco de referencia" (CNMC, s.f.b).

---

<sup>123</sup> Ver: [http://justicia.gencat.cat/ca/ambits/grups\\_interes/consulta\\_grups\\_interes/index.html](http://justicia.gencat.cat/ca/ambits/grups_interes/consulta_grups_interes/index.html)

La realidad es que, a día 25 de julio de 2017, solo tres empresas del IBEX 35 (Telefónica, Red Eléctrica y Cellnex) se habían registrado en este listado, y tampoco se habían inscrito las principales auditoras y consultoras. En algunos casos, dichas empresas están inscritas únicamente a través de sus patronales o federaciones. Este tipo de empresas sí, en cambio, están inscritas en el registro Bruselas.

Tras varios intentos de regular las funciones de los grupos de interés (varias desde la Constitución de 1978), en 2017 continúan los pasos para la regulación, en el marco de la *Proposición de Ley Integral de Lucha contra la Corrupción y Protección de los Denunciantes* de 2016. Se trata de una medida en la línea del último informe del Grupo de Estados contra la Corrupción (Greco). También la Comisión Europea criticó en febrero de 2017 la "falta de regulación [en España] de los grupos de interés" (Comisión Europea, 2017c, p. 67) en su informe sobre desequilibrios de la economía española, recordando que venía haciendo esta crítica desde hace tiempo. Según la agencia, en el registro de la CNMC, lo más parecido a la iniciativa comunitaria que existe en España, "las principales empresas del país están infrarrepresentadas" (Comisión Europea, 2017c, p. 67).

El proyecto de ley, que está pendiente de aprobación, establece la creación de un registro único en el Parlamento, también con la inclusión, de nuevo a la manera europea, de un código ético.

En el caso concreto de Madrid, el acuerdo para poner en marcha el registro de lobbies del Ayuntamiento de Madrid se aprobó en junio de 2017, iniciando un plazo de seis meses para activarlo a finales de 2017, "contemplado en la Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, aprobada el 27 de julio de 2016 por el Pleno y que regula en su capítulo VI un registro de lobbies" como informó Manuela Carmena a los medios en junio de 2017. Las líneas básicas que regulan el registro de lobbies se debatieron con la sociedad civil presencialmente y a través de la web de Decide Madrid, la página de participación ciudadana del Ayuntamiento de Madrid<sup>124</sup>.

En cuanto a Cataluña, desde febrero de 2017, la comunidad cuenta con un registro de grupos de interés.

---

<sup>124</sup> Ver: <https://decide.madrid.es/proceso/registro-de-lobbies>

En Castilla la Mancha, Asturias y Aragón también trabajan en la regulación de los lobbies.

#### **2.2.6.5. Resto de países de la Unión Europea**

Según Emiliano Alonso Pelegrín (2017), Reino Unido, Francia, Austria, Alemania, Holanda Eslovenia, Polonia y Lituania son los países europeos que en 2018 tienen en vigor los modelos más avanzados en cuando a la regulación de la actividad de los grupos de interés. Mientras tanto, Italia, Croacia y Rumanía carecen de leyes vinculantes, pero disponen de regulaciones voluntarias y códigos de conducta con respecto a los lobbies. Por último, siguiendo a Alonso, "el 'lobby' está por ahora en un completo limbo legal y regulatorio en Bélgica, Bulgaria, Dinamarca, Estonia, Grecia, Chipre, Luxemburgo, Hungría, Malta y Portugal" (Pelegrín, 2017).

En el caso de Italia existen similitudes con España, ya que no cuenta con una regulación estatal pero sus regiones de Molise y Toscana si que disponen de ella.

#### **2.2.7.6. Iniciativas y entidades que buscan una mayor transparencia**

Existen una serie de organizaciones no gubernamentales y organismos de control interesados en propiciar una verdadera transparencia de las relaciones de los grupos de interés y los representantes de las instituciones. Gran parte de ellas surgen de los movimientos sociales relacionados con el ecologismo y constituyen en si mismas grupos de interés, que intentan ejercer influencia para que los lobbies estén sometidos a una mayor regulación y control. Algunas de las que están presentes a nivel europeo son las siguientes:

- El **Corporate Europe Observatory (CEO)**<sup>125</sup> es, según la descripción en su sitio web, un grupo de investigación y campañas que trabaja para difundir y desafiar el acceso privilegiado y la influencia disfrutada por las empresas y sus grupos de lobby en la elaboración de legislación en Europa<sup>126</sup>.

---

<sup>125</sup> Ver sitio web en: <http://corporateeurope.org/>

<sup>126</sup> "is a research and campaign group working to expose and challenge the privileged access and influence enjoyed by corporations and their lobby groups in EU policy making".

- **Friends of the Earth Europe**<sup>127</sup> es, según su sitio web, "la red ambiental de base más grande de Europa, que une a más de 30 organizaciones nacionales con miles de grupos locales"<sup>128</sup>.  
Promueven cuestiones ambientales de sostenibilidad, y buscan aumentar la participación democrática y la toma democrática de decisiones. Una de sus áreas de trabajo es la transparencia de los lobbies.
- **LobbyControl**<sup>129</sup> es una ONG alemana que se dedica a denunciar la influencia de los grupos de presión en este país desde hace más de diez años.
- **LobbyFacts**<sup>130</sup> es una iniciativa del Corporate Europe Observatory, Amigos de la Tierra Europa y LobbyControl, cuyo objetivo consiste en averiguar qué significa toda la información publicada por la Unión Europea a raíz de la publicación del registro de Transparencia y la Iniciativa de Transparencia impulsada por el vicepresidente de la Comisión Europea, Frans Timmermans, y filtrar la información, dado el ingente volumen de datos disponible en archivos PDF y en cientos de diferentes sitios web.
- **Transparencia Internacional**<sup>131</sup>: Trabajan desde 1993 persiguiendo un mundo en el que el gobierno, las empresas, la sociedad civil y las vidas de las personas estén libres de corrupción. Están presentes en más de 100 países.
- **Integrity Watch**<sup>132</sup>: iniciativa promovida por Transparencia Internacional.  
<http://www.integritywatch.eu/>
- **Transparify**<sup>133</sup>: Proporciona una clasificación de la transparencia financiera de los think tanks más importantes del mundo.
- **VSF Justicia Alimentaria Global**<sup>134</sup>: Es una asociación "formada por personas que creemos en la necesidad de cambiar el sistema agroalimentario global, que oprime y expulsa a las comunidades rurales, y destruye el medio ambiente", cuya base está en España pero desarrolla su trabajo en diferentes áreas de

---

<sup>127</sup> Ver sitio web de Amigos de la Tierra en: <http://www.foeeurope.org/about>

<sup>128</sup> "the largest grassroots environmental network in Europe, uniting more than 30 national organisations with thousands of local groups".

<sup>129</sup> Ver sitio web de LobbyControl en: <https://www.lobbycontrol.de/initiative/>

<sup>130</sup> Ver sitio web de la iniciativa en: <https://lobbyfacts.eu/>

<sup>131</sup> Ver más en su sitio web: <https://www.transparency.org/whoweare/organisation/>

<sup>132</sup> Ver: <http://www.integritywatch.eu/>

<sup>133</sup> Ver sitio web de la iniciativa: <http://www.transparify.org>

<sup>134</sup> Más información en su sitio web: <http://justiciaalimentaria.org/quienes-somos>

todo el mundo.

### **2.2.7. La comunicación estratégica del sector alimentario**

En primer lugar, cabe definir a qué nos referimos cuando hacemos alusión a la expresión *Sector alimentario* o *industria alimentaria*. En la presente investigación, para ambas expresiones hacemos referencia, siguiendo a Marion Nestle, a las empresas que producen, procesan, fabrican y sirven alimentos, bebidas y suplementos dietéticos. En un sentido más amplio, el término abarca toda la tipología de empresas involucradas en la producción y el consumo de alimentos y bebidas: productores y procesadores de cultivos alimentarios y animales (*agribusiness*); empresas que fabrican y venden fertilizantes, pesticidas, semillas y piensos; aquellos que proveen la maquinaria, la mano de obra, las propiedades inmobiliarias y los servicios financieros a los agricultores, así como los que transportan, almacenan, distribuyen, exportan, procesan y comercializan los alimentos una vez que salen de la granja. También se incluyen el sector de servicios de alimentos -carritos de comidas, máquinas expendedoras, restaurantes, bares, establecimientos de comida rápida, escuelas, hospitales, prisiones y lugares de trabajo-, así como los proveedores asociados de equipamientos y materiales de servicio (Nestle, 2002, p. 11).

Como afirma Nestle (2002), en los países desarrollados del hemisferio Norte, es posible adquirir una variedad casi ilimitada de alimentos, proporcionados por la industria alimentaria. Es tanta la variedad a elegir, y es tanta la cantidad que consumimos (la mayor parte de la población puede adquirir más alimentos de los que necesita para vivir), que la competencia está asegurada dentro de los productores de alimentos. Nuestro consumo (y por ende nuestro gasto) en productos alimentarios es limitado, y elegir un alimento, o una marca, supone no elegir otros; así las empresas de la industria tienen que competir por cada euro que los consumidores gastamos en comida (pp. 1-21).

La supervivencia de cada empresa en esta industria depende como mínimo de dos factores: por una parte, convencer a las personas que ya son consumidoras para que consuman más cantidad de los productos que ellos comercializan (aquí entraría la necesidad de aumentar el número de posibles consumidores, por ejemplo a través de hacer que las personas sean consumidoras desde que son lo más jóvenes posible).

Por otra parte, convencer a los consumidores para que consuman el producto que ellos fabrican en lugar que el de su competencia. Además, también necesitan un clima político y de regulación que les permita operar en los mercados (y cuantos más mercados compongan su marco de actuación, será mejor en términos de rentabilidad). Marion Nestle va más allá y dice que es necesaria una atmósfera de "confusión pública":

Para vender alimentos en una economía de abundantes opciones alimentarias, las empresas deben preocuparse por esos otros determinantes mucho más que por el valor nutricional de sus productos, a menos que el contenido de nutrientes ayude a atraer a los compradores. Por lo tanto, los imperativos de la industria alimentaria se refieren principalmente a cuatro factores: sabor, coste, conveniencia y confusión pública (Nestle, 2002, pp. 17-18)<sup>135</sup>.

Hablando en términos generales, entre las estrategias amplias de comunicación estarían el ampliar sus públicos objetivos a los de edad infantil, como ya se ha mencionado, y por otra parte también el abrir sus productos a "minorías étnicas" o al mercado internacional. Además, recientemente, y sobre todo en países ricos como Estados Unidos,

han adoptado una nueva estrategia: aumentar el tamaño de las porciones de comida. La publicidad, los nuevos productos y las porciones más grandes contribuyen a un entorno alimentario que promueve comer más, no menos (Nestlé, 2002, p. 21)<sup>136</sup>.

La captación de todos estos públicos objetivos se hace a través de la comunicación y el marketing: la publicidad es la cara más visible de esta comunicación. Para hacernos una idea de la magnitud de la inversión, podemos decir que solo en España, en 2016, el sector de la alimentación gastó en 328,9 millones de euros (Infoadex, 2017); este

---

<sup>135</sup> "To sell food in an economy of abundant food choices, companies must worry about those other determinants much more than about the nutritional value of their products-unless the nutrient content helps to entice buyers. Thus the food industry's marketing imperatives principally concern four factors: taste, cost, convenience, and public confusion" (Nestle, 2002, pp.17-18)

<sup>136</sup> "they have embraced a new strategy: increasing the sizes of food portions. Advertising, new products, and larger portions all contribute to a food environment that promotes eating more, not less" (Nestle, 2002, p.21)

sector está por delante de la inversión publicitaria en deportes o turismo, por ejemplo. En nuestro país, Nestlé y Unilever (aún marcas como Flora o Frigo entre muchas otras) son las dos empresas del sector que aparecen en la clasificación de Infoadex.

Por otra parte, también es reseñable que, según un estudio realizado por la OCU entre enero y abril de 2012, un 61% de los anuncios de bebidas y alimentos están dirigidos al público infantil (OCU, 7 de febrero de 2017).

Además de la publicidad también son utilizadas las herramientas de relaciones públicas para crear un clima idóneo en el que poder operar con la máxima rentabilidad, y en definitiva para convencer a gobiernos, profesionales/académicos de la nutrición y medios de comunicación, y a su público objetivo último, las y los consumidores, de que sus productos merecen la pena ser producidos (consumidos, bien por que son saludables o como mínimo porque no son dañinos para la salud, o porque los negocios que los producen activan la economía, crean puestos de trabajo, etc.).

En todo caso, y como explica Marion Nestle, la práctica totalidad de las acciones promocionales y de difusión implementadas por las empresas de la industria alimentaria son legales y muy parecidas a los trabajos de promoción de cualquier otra gran industria (y pone como ejemplo la industria del tabaco), tanto en el uso de la publicidad como en las relaciones públicas a la hora de influir en los expertos y en el gobierno. También hay que tener presente que las empresas que se dedican a producir y vender alimentos no son asociaciones u ONG de la salud; por tanto la nutrición solo es un factor en el imaginario de estas empresas en tanto que pueda ayudar a vender alimentos. Nestle (2002, p.2)

La población obtiene información sobre pautas dietarias saludables en gran medida a través de los medios de comunicación: Internet, televisión, periódicos y revistas, radio... Este tipo de medios obtienen su información a través de fuentes diversas, pero principalmente suelen consultar a organismos oficiales, artículos o publicaciones científicas, expertos (que pueden o no estar patrocinados por la industria), o directamente de la industria y sus campañas de comunicación, o de representantes de esta.

Cuando Marion Nestle habla de "confusión" como parte de las herramientas que utilizan diferentes industrias, entre ellas la de alimentación y también la del tabaco, se

refiere a que la industria alimentaria es una gran beneficiaria de la confusión que a veces reina a la hora de informarse respecto a las pautas nutricionales saludables. Establece una analogía con las campañas de la industria del tabaco, y al igual que dicha industria se beneficia de las "dudas" respecto a cómo de insalubre es fumar, para Nestle la industria alimentaria se beneficia de que existan pseudoverdades en el imaginario de la población como que "lo importante es comer de todo" o "mantener un equilibrio y una variedad" o "no existen alimentos "buenos" excepto cuando son los alimentos que ellos venden; no existen alimentos "malos" (y especialmente no los que ellos venden) y que todos los alimentos (especialmente los suyos) pueden ser incorporados en dietas saludables con "moderación", por lo que no existirían motivos para que desde las instituciones se emitan mensajes de restringir ninguno de los productos que se comercializan, a pesar de que en algunos casos se sabe que son tóxicos, sino, en todo caso, llamadas a la moderación (Nestle, 2002, p.21).

Esta autora, además, concreta que esta confusión es generada, normalmente, cuando se producen conflictos respecto al equilibrio entre las necesidades de la población y las necesidades de la industria, y como consecuencia de la difusión de una variedad de estudios supuestamente científicos para apoyar uno u otro punto de vista. Las pautas nutricionales oficiales no dejan de ser "compromisos políticos entre lo que la ciencia nos dice que es bueno con respecto a la nutrición y lo que es bueno para la industria de la alimentación" (Nestle, 2002, pp. 30-32).

A pesar de que la mayor parte de la población considera que elegimos los alimentos y bebidas que consumimos por motivos de gusto personal, practicidad y coste, y solemos negar que podamos estar siendo persuadidas por la publicidad u otras prácticas de marketing (Nestle 2002, p. 2), en realidad, cada día, cada persona toma una media de 226 decisiones con respecto a la comida en general, siendo 59 de ellas con respecto al tipo de comida que comer (Jarret: 2007). Es difícilmente argumentable, pues, que todas y cada una de estas decisiones estén basadas en una lógica informada. La industria invierte por ello importantes presupuestos en publicidad y promoción. Destinan también dinero a la investigación de la efectividad de estas campañas, y según Marion Nestle se trata de un dinero bien invertido, pues confirma que cuando se promueven los productos indicando ciertas ventajas nutricionales, como que contienen calcio añadido, o fibra, o que no tienen colesterol o grasa, las ventas de los mismos productos



aumentan respecto a si no se promocionan dichas características nutricionales (Nestle, 2002, pp. 21-22).

Como parte de las herramientas para conseguir ese objetivo de vender más, vender a más personas y de tener un clima positivo que permita desarrollar sus negocios, la industria alimentaria, del mismo modo que otras industrias, invierte en la acción de hacer lobby. Como dice Nestle:

Menos ambiguo es el papel de las interacciones monetarias entre los lobbistas y los funcionarios del gobierno. Una de las formas más inquietantes en que los lobbistas ejercen influencia sobre las decisiones federales es gastando dinero y, en la medida en la que se pueda determinar, mucho. A pesar de los requisitos de reportar la información, es difícil saber con precisión cuánto dinero gastan los lobbistas en los funcionarios federales. Una gran cantidad de lobbying se lleva a cabo en áreas grises de transacciones sociales que no se pueden revelar, como cenas, recepciones, reuniones, juegos de golf, fiestas de cumpleaños y bodas. (...) Las donaciones se clasifican convenientemente en dos categorías de dinero: *duro* y *blando* (...) ¿Las contribuciones de campaña, los viajes y los regalos compran influencia corporativa sobre las decisiones gubernamentales? Muchas pruebas sugieren que sí, y de forma proporcional a las cantidades gastadas (Nestle, 2002, pp. 102-107)<sup>137</sup>.

Otra de las formas de lograr esa atmósfera beneficiosa para operar es, según Nestle, "cooptando a los profesionales de la nutrición".

Los esfuerzos de las empresas de alimentos para influir en el asesoramiento dietético al público y para establecer una imagen de sus productos como nutritivos se extienden mucho más allá del lobbying en el Congreso y las agen-

---

<sup>137</sup> "Less ambiguous is the role of money interactions between lobbyists and government officials. One of the most unsettling ways in which lobbyists exert influence over federal decisions is by spending money and, insofar as can be determined, lots of it. Despite reporting requirements, it is difficult to find out precisely how much money lobbyists spend on federal officials. A great deal of lobbying takes place in unreportable gray areas of social transaction, such as dinner parties, receptions, meetings, golf games, birthday parties and weddings. (...) Donations are conveniently classified into two categories of money: *hard* and *soft* (...) Do campaign contributions, trips, and presents buy corporate influence over government decisions? Much evidence suggests that they do, and in proportion to the amounts spent" (Nestle, 2002, pp.102-107).

cias gubernamentales. Van directos al corazón de la nutrición como profesión. De hecho, la cooptación de expertos, especialmente académicos, es una estrategia corporativa explícita. Una guía de tales estrategias explica que esta táctica en particular "se realiza de forma más eficaz identificando a los principales expertos... y contratándoles como consultores o asesores, u otorgándoles becas de investigación y cosas por el estilo. Esta actividad requiere un mínimo de delicadeza; no debe ser demasiado descarado, ya que los propios expertos no deben reconocer que han perdido su objetividad y libertad de acción. Como mínimo, un programa de este tipo reduce la amenaza de que los principales expertos estarán disponibles para testificar o escribir en contra de los intereses de las empresas reguladas (...) Las empresas alimentarias aplican esta estrategia para involucrar a los nutricionistas como aliados de diversas formas, algunas evidentes pero otras menos. De manera rutinaria, brindan información y fondos a departamentos académicos, institutos de investigación y sociedades profesionales, y apoyan reuniones, conferencias, revistas y otras actividades similares. La mayoría de los profesionales de la nutrición dependen de ese apoyo, y algunos lo buscan activamente. (...) Muchos – quizás la mayoría– de mis colegas creemos sinceramente que la única forma de mejorar la dieta de los estadounidenses es trabajar con la industria para producir alimentos más nutritivos (Nestle, 2002, p. 111)<sup>138</sup>.

Otra de las inversiones más habituales es el patrocinio en los ámbitos de la educación y la investigación; quizá estas prácticas sean más conocidas en la industria farmacéutica, pero se dan del mismo modo en la industria alimentaria. La industria invierte dine-

---

<sup>138</sup> "The efforts of food companies to influence dietary advice to the public and to establish an image of their products as nutritious extend well beyond lobbying Congress and government agencies. They go right to the heart of nutrition as a profession. Indeed, co-opting experts - especially academic experts- is an explicit corporate strategy. A guide to such strategies explains that this particular tactic "is most effectively done by identifying the leading experts... and hiring them as consultants or advisors, or giving them research grants and the like. This activity requires a modicum of finesse; it must not be too blatant, for the experts themselves must not recognize that they have lost their objectivity and freedom of action. At a minimum, a program of this kind reduces the threat that the leading experts will be available to testify or write against the interest of the regulated firms (...) Food companies apply this strategy to engage nutritionists as allies in various ways, some evident but some less so. They routinely provide information and funds to academic departments, research institutes, and professional societies, and they support meetings, conferences, journals, and other such activities. Most nutrition professionals depend on such support, and some actively seek it. (...) Many -perhaps most- of my colleagues sincerely believe that the only way to improve the diet of Americans is to work with industry to produce more nutritious food" (Nestle, 2002, p.111).

ro en este tipo de investigaciones a través de varios frentes: periódicos, revistas y suplementos, que tienen una producción cara; patrocinio de conferencias (aparecen en los programas, ofrecen gentilezas como "pausas café" o "almuerzos" por los que se les da las gracias; proveen de bolsos, carpetas, bolígrafos, pagan viajes de ponentes, etc....); becas de investigación y financiación de estudios e incluso "compra" de departamentos académicos completos (Nestle, 2002, p. 112). Las empresas de la industria de la alimentación patrocinan continuamente las actividades de asociaciones profesionales de nutrición o relacionadas con la nutrición, y los académicos del mundo de la nutrición se relacionan de forma rutinaria con empresas de alimentación. Según Nestle (2002, p. 112) "un estudio británico concluyó que 158 de los 246 miembros de comités nacionales sobre nutrición y políticas alimentarias recibía patrocinio o realizaba labores de consultoría de empresas de alimentación". Ciertamente, este tipo de relaciones entre industria y academia generan enormes dudas sobre la capacidad de los expertos para proporcionar opiniones completamente independientes en materia de dieta y salud (Nestle, 2002, p. 112).

A los esfuerzos de los lobbistas tradicionales se han sumado los think tanks, las redes transnacionales y las coaliciones, y por supuesto lo han hecho también en la industria agroalimentaria.

La formulación de políticas públicas de hoy en día, así como el discurso mediático, están fuertemente influidas por la investigación científica, debido a una creciente complejidad en las temáticas tratadas. Todas las políticas públicas presentes demandan justificaciones científicas de cada vez más nivel, del mismo modo que los medios de comunicación.

Tal y como explica Nuria Almirón en su capítulo "The Political Economy behind the Oppression of Other Animals. Interest and Influence" (Almiron, Cole and Freeman, eds. perteneciente al libro "Critical Animal and Media Studies", 2016), esta dependencia en fuentes científicas conlleva problemas, como los demostrados en las estrategias adoptadas por los negacionistas del cambio climático, y años atrás, del mismo modo con los negacionistas de la problemática sanitaria relacionada con la industria del tabaco.

Durante años, las investigaciones científicas que hacían referencia a las consecuencias nefastas para la salud de fumar, así como de las causas antropogénicas del ca-

lentamiento global, formuladas por una amplia mayoría de científicas, fueron neutralizadas por las "denominadas pruebas científicas manufacturadas por unos pocos científicos, pagados por las industrias del tabaco y de los combustibles, y retransmitidos por los medios de comunicación de masas" (Oreskes & Conway, 2010; Boykoff, 2011, citados en Almiron, 2016)".

La industria agroalimentaria, tan conectada a la industria tabacalera como a las causas del calentamiento global, es muy consciente de esta necesidad de corpus científico para justificar sus actividades, y por ello ha invertido mucho en ello.

En todo el mundo, todos los negocios bajo el paraguas de la industria agroalimentaria están representados por una asociación o federación, y por una firma de lobby, cuyo objetivo es tanto influir en la formulación de políticas públicas, como promover la imagen entre los consumidores, profesionales y los medios que posibilite un funcionamiento óptimo de sus negocios.

Tal y como explica Almiron, los negocios que dependen de la explotación de los animales no humanos, debido a su poder, son los sectores más representados por el lobbying dentro de la industria agroalimentaria. De este modo, cada vez que una política o político trata de informar a la población de alguna problemática sanitaria de ciertos productos de origen animal, las firmas defensoras de estos negocios alzan la voz para impedirlo.

Por ejemplo, los productores de maíz, obtuvieron un éxito sin precedentes cuando tras la II Guerra Mundial hicieron que el gobierno de los Estados Unidos promoviese un mayor consumo (y producción, por ende) de carne (Nibert, 2013), como solución al maíz sobrante tras la posguerra. Desde entonces, el maíz, anteriormente utilizado directamente como alimento para humanos, se produce principalmente para consumo de los no humanos, a pesar de que muchos de ellos no están preparados genéticamente para una digestión adecuada de este cereal.

Los think tanks son difíciles de definir porque están en medio de los intereses privados y la financiación pública, con límites difíciles de resolver entre lobbistas profesionales, actores culturales, mediáticos y académicos.

Está ampliamente demostrado que las grandes industrias han utilizado los institutos de investigación y políticas para conseguir influencia, haciendo pasar algunos de los think tanks por fuentes fiables de experiencia científica para los políticos y los medios, siendo los think tanks una de las formas más exitosas de cooptar expertos más efectiva (Almiron 2016d).

Y precisamente esta ha sido la estrategia de los think tanks con respecto a la agroindustria: cooptar expertos, sobre todo procedentes de la academia, para realizar campañas de ideologización (como las mencionadas anteriormente respecto al consumo de huevos, carne y hamburguesas).

No todas las investigaciones producidas por los think tanks son parciales, pero muy a menudo la investigación financiada supone la prueba fiable que cada vez más demandan los políticos y los medios.

Las compañías y lobbies de la agroindustria están relacionados con numerosos think tanks, pero dos ejemplos son especialmente controvertidos con respecto a la relación a la elaboración de "ciencia" fundada y promovida por industrias. El primero es el International Life Sciences Institute (ILSI), un think tank fundado en Washington (EEUU) en 1978. Este think tank tiene ramas en los centros lobbísticos más poderosos de todo el mundo, incluido Bruselas.

El ILSI está financiado principalmente por compañías farmacéuticas, alimentarias y químicas, y es con diferencia el think tank con un presupuesto más elevado (20 millones de dólares según su informe anual de 2013). Todas las empresas grandes de la agroindustria están incluidas entre sus más de 400 miembros, junto con los productores de pesticidas, fertilizantes y semillas. De estas empresas, realmente solo una docena de firmas son influyentes (Nestlé y Danone entre estas últimas).

Además, el ILSI también cuenta con científicos independientes e investigación imparcial, pero esto no impide que la actuación de personas que ocupan posiciones elevadas en el think tank haya sido muy controvertida.

En Europa existe otro think tank con un perfil también controvertido: el European Food Information Council (EUFIC). Cuenta con un presupuesto comparativamente menor, de

algo más de dos millones de euros en 2013, pero esto no hace que sea menos activa en comunicar "información basada en ciencia para inspirar y empoderar elecciones de vida y alimentación más saludables y más sostenibles" (EUFIC, s.f.)<sup>139</sup>. Tras este think tank europeo están las principales industrias relacionadas con la producción y procesamiento de carne, leche y huevos.

Las diferentes industrias financian, de forma rutinaria, actividades educativas y de investigación para apoyar sus negocios. El sector lácteo es uno de los más activos en Europa (con campañas como Milk Nutritious by Nature; Milk, a Force of Nature; el European School Milk Program, etc.).

En su capítulo anteriormente mencionado, Almiron muestra cómo esta industria es especialmente buena estableciendo coaliciones discursivas para influir en la sociedad, y explica cómo un examen minucioso del nexo de intereses de la industria alimentaria proporciona una serie de constelaciones y coaliciones de actores transnacionales para la formulación de políticas, y la influencia en los medios de comunicación y la opinión pública. La creación y mantenimiento de estas redes son tan importantes como la propia actividad de lobbying, a la hora de asegurar la influencia deseada (Almiron, 2016d).

Además de EUFIC, en Europa, Copa-Cogeca, FoodDrink y Celcaa son las tres organizaciones de mayor envergadura que representan a la industria agroalimentaria.

Tal y como explica Almiron en el mismo capítulo, han trabajado juntas durante mucho tiempo y representan la coalición agroalimentaria más grande del mundo. Copa-Cogeca hace lobby en representación de los agricultores y cooperativas nacionales de la Unión Europea. Celcaa es la organización paraguas para el comercio. FoodDrink Europe es una red de lobby que comprende 25 federaciones nacionales relacionadas con la alimentación, 25 asociaciones del sector de la Unión Europea y 18 empresas de bebidas y alimentación.

Para estas tres entidades es muy importante apostar por una tendencia a la baja en regulación, y en poner el énfasis en un mayor crecimiento industrial, científico y tecnológico y en la necesidad de influir en el público sobre cuestiones nutricionales, que

---

<sup>139</sup> "science-based information to inspire and empower healthier and more sustainable food and lifestyle choices" (EUFIC, s.f.).

ellos llaman educación. Así, como desarrolla Núria Almiron, son muy eficaces haciendo coaliciones discursivas para influir en la formulación de políticas, en la información distribuida por los medios de masas y, en definitiva, en la sociedad, y lo hacen a través de financiación de estudios en instituciones académicas de todo tipo, la difusión de ideas a través de expertos y datos científicos a los gobiernos, medios de comunicación, y la elaboración de programas educativos.

### **2.3. Los estudios críticos sobre animales y comunicación**

Según Almiron, Cole y Freeman en la introducción del volumen que da nombre al subcampo de Estudios Críticos sobre Animales y Comunicación (CAMS por sus siglas en inglés (2016) (Almiron, Cole, Freeman, 2016), esta especialidad se trata de una fusión entre los Estudios Críticos Animales (ECA o CAS por sus siglas en inglés) y los Estudios Críticos de Medios (ECM, CMS por sus siglas en inglés). Enlaza las principales perspectivas de CMS –la teoría crítica, los estudios culturales críticos de la representación mediática y la política económica crítica de la comunicación– con el enfoque de CAS, que considera una amplia gama de cuestiones que incluyen desde las circunstancias y el tratamiento de los otros animales hasta el activismo, la economía política, la comprensión holística de las opresiones y el anticapitalismo con una crítica de la dominación ideológica y el compromiso con la justicia social.

Los CAMS aportan un punto de vista interseccional, pues su objetivo es conectar la crítica del capitalismo que hacen la economía política y los estudios culturales con una visión expandida de la justicia social y el igualitarismo. Lo hacen mediante el estudio de las intersecciones con el especismo y otros sistemas de discriminación y opresión, al hacer una relectura de los estudios críticos de medios desde un punto de vista no antropocéntrico.

Aunque los CAMS son un nuevo campo emergente, ya hay disponibles un buen número de trabajos. Los primeros autores que han incluido medios o comunicación en los enfoques de estudios críticos animales abordaron la representación de los otros animales en el arte, el cine y la cultura visual (Baker, 1993; Lippit, 2000; Wolfe, 2003; Daston & Mitman, 2005; Weil, 2012). Los volúmenes que probablemente son los precedentes más directos de los CAMS mostraban una intensa preocupación con el papel desempeñado por el uso del lenguaje de los medios de masas en la legitimación y

ocultación de la opresión (Adams, 1990, 2003; Dunayer, 2001). Más recientemente se han publicado otros trabajos con un enfoque de CAMS centrados más en los medios audiovisuales y los animales *salvajes*: por ejemplo los trabajos: *Watching Wildlife* (2006) de Cynthia Chris; *Creaturely Poetics: Animality and Vulnerability in Literature and Film* de Anat Pick (2011); *An Introduction to Animals in Visual Culture* de Randy Malamud (2012) y *Screening Nature: Cinema Beyond the Human* de Anat Pick y Guinevere Narraway (2013).

Posteriormente han aparecido trabajos innovadores, dirigidos a estudiar los medios y la comunicación en su conjunto desde una perspectiva CAS, en particular *Popular Media and Animals* de Claire Molloy (2011), *Perspectives on Human-animal Communication. Internatural Communication* de Emily Plec (2013), *Framing Farming: Communication Strategies for Animal Rights* de Carrie P. Freeman (2014), y el ya mencionado *Critical Animal and Media Studies* (2016) de Almiron, Cole y Freeman.

### **2.3.1. Los estudios críticos de comunicación**

Los estudios críticos de comunicación y medios se caracterizan, principalmente, por una “postura moral” que se centra en analizar cómo la comunicación y los medios contribuyen a la dominación y a la desigualdad en las sociedades capitalistas, tal y como explican Núria Almiron, Matthew Cole y Carrie P. Freeman en su artículo *Critical animal and media studies: Expanding the understanding of oppression in communication research* (2018, p. 2). En dicho enfoque, se presta también atención al marco económico, político, social y cultural en el que se enmarca la comunicación, pues este marco influye y es influido a la vez por los medios de comunicación y la misma comunicación.

Siguiendo a los mismos autores, hay un consenso académico respecto al inicio de los estudios críticos de comunicación, marcado por los teóricos de la Escuela de Frankfurt en las décadas de 1930 y 1940. Dentro de los llamados estudios críticos de comunicación están incluidos la teoría crítica la economía política y los estudios culturales, y tienen en común “una actitud escéptica, un enfoque humanístico, una evaluación política y un compromiso con la justicia social” (Ott and Mack, 2014, p. 14, citado en Almiron et al 2018, p. 3) y su preocupación por determinar a qué poderes sirven los medios y cómo los intereses defendidos contribuyen a la dominación, a la explotación o a rela-



ciones simétricas de poder (Ott and Mack, 2014, p. 15, citado en Almiron et al 2018, p. 2).

### **2.3.1.1. Principales perspectivas**

Las principales perspectivas dentro de los estudios críticos de comunicación son la teoría crítica, la economía política y los estudios culturales.

Con respecto a la primera, según Christian Fuchs la noción de *teoría crítica* cuenta con un significado general y otro específico:

La teoría crítica como término general significa teorías que son críticas con el capitalismo y la dominación. La teoría crítica como término más específico significa el trabajo de la escuela de Frankfurt, y particularmente de Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Jürgen Habermas y Herbert Marcuse (Fuchs 2011, p. 17)<sup>140</sup>.

Siguiendo al mismo autor, la teoría crítica como término específico comenzó con el trabajo de Karl Marx. Según Fuchs, para Horkheimer y sus colegas, la teoría crítica era una especie de eufemismo o “camuflaje” que en realidad quería decir “teoría Marxista” (2011, p.17) que utilizaban en su exilio estadounidense al escapar de los nazis y en la que entran una amplia gama de teorías que comparten una visión crítica de la sociedad y de las ciencias humanas.

Por otro lado, los académicos dedicados a la economía política de la comunicación, según Nùria Almiron en su publicación “Beyond Anthropocentrism: Critical Animal Studies and the Political Economy of Communication” (2016), se centran en las relaciones estructurales de poder dentro del capitalismo, o en el autor citado por Almiron, Vincent Mosco, en las “relaciones de poder que constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación” (2009, p. 2, citado en Almi-

---

<sup>140</sup> "Critical theory as a general term means theories that are critical of capitalism and domination. Critical theory as a more specific term means the work of the Frankfurt school, and particularly of Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Jürgen Habermas and Herbert Marcuse" (Fuchs 2011, p. 17).

ron, 2016, p. 2).

Finalmente, a pesar de que el mismo Stuart Hall escribió que los “estudios culturales no es una cosa y nunca ha sido una cosa” (1990a, p. 11) y que, del mismo modo que las anteriores disciplinas académicas, son cajones diversos que se refieren a temáticas variadas y que suponen diferentes posturas y trayectorias en contextos específicos, los estudios culturales tienen en común, “un compromiso de examinar las prácticas culturales desde el punto de vista de su relación con las relaciones de poder” (Tonny Bennett citado por Lawrence Grossberg et al. 1992, p. 3). Los estudios culturales surgen en la década de 1950 (Hall, 1980) y conforman una disciplina de “análisis cultural” que se enfoca en las dinámicas políticas de cultura contemporánea y sus conflictos, y de cómo se relacionan estas con los sistemas de poder.

### ***2.3.1.2. La gran laguna en los estudios críticos de comunicación***

Las tres disciplinas mencionadas dentro de los estudios críticos de comunicación tienen en común algo más: la reproducción de un prejuicio que también comparten con las ciencias sociales y las humanidades en general. Se trata del posicionamiento de los humanos en el centro de la acción, el significado, el valor y el conocimiento (Almiron, 2016, p. 56). Así, los estudios críticos de comunicación dejan fuera, a lo largo de todo su recorrido histórico, a los otros animales, no los consideran sujetos activos de las consecuencias del proceso comunicativo de los humanos, a pesar de que las vivencias de los otros animales están enormemente influidas por las narrativas creadas por los humanos y por el impacto de sus tecnologías de la comunicación.

Tal y como explican Núria Almiron, Matthew Cole y Carrie P. Freeman en su artículo denominado “Critical animal and media studies: Expanding the understanding of oppression in communication research”, debido a una visión estrecha acerca de lo que compone “lo social”, los estudios críticos de comunicación han dejado fuera de su lente uno de los componentes de dominación y opresión más importantes: el de la naturaleza y los animales no humanos (Almiron, Cole, Freeman, 2016).

Esta gran laguna de la investigación crítica en comunicación contrasta con la ética animal, el análisis del antropocentrismo especista o *anthropatriarchy* y la construcción

de la categoría el otro en el antropocentrismo. Los tres puntos se desarrollan a continuación.

#### **a. La ética animal**

Hay muchas aproximaciones filosóficas diferentes que nos indican que tenemos que tener en cuenta a los animales no humanos en nuestros análisis éticos y morales. Para presentar este epígrafe nos basaremos principalmente en diferentes publicaciones de Óscar Horta, Doctor en Filosofía por la Universidad de Santiago de Compostela, donde es profesor de Filosofía Moral y Política, que proporciona una explicación sencilla de la ética partiendo de la moral. Así, según el profesor Horta, la moral sería “un conjunto de indicaciones referentes a lo que hemos y lo que no hemos de hacer” (2018, p. 6) y, a su vez, la ética es “un análisis crítico de las morales, que mediante argumentos y clarificaciones nos lleva a concluir en qué medida son aceptables o no”. Es decir, la moral sería una serie de prescripciones asociadas a los fines que debemos buscar, mientras que la ética es un análisis y una propuesta práctica referente a cómo deberíamos actuar, diferente según la teoría ética que se trate. Las teorías éticas más comunes hoy en día, según Horta, son la consecuencialista, la deontológica y las éticas del carácter (2018, p. 6).

Dentro de las éticas consecuencialistas, el utilitarismo (“hay que actuar de la manera que haga que ocurra lo que es mejor, Horta, 2018, p. 6) es la más extendida con respecto a cómo debemos tratar al resto de animales. El utilitarismo sostiene que “hay que hacer aquello que suponga la mayor cantidad posible de felicidad y menos sufrimiento” (Horta, 2018, p. 7) o “la máxima satisfacción posible de la suma de los intereses que puedan tener los distintos individuos”. Según Horta, este tipo de teoría, para cumplir realmente su propósito, debe tener en cuenta los intereses de todos los animales, no solo los humanos. Un ejemplo de defensor de esta teoría sería Peter Singer.

La ética deontológica, también denominada ética de los derechos, se presenta en términos de respeto “para que los individuos puedan satisfacer determinados intereses” (Horta, 2018, p. 8). Según Horta el máximo exponente de esta teoría sería Tom Regan, cuya tesis parte del principio de que todos los seres dotados de valor inherente tienen que ser respetados como poseedores de derechos, y un derecho solo puede ser vulnerable cuando entra en conflicto con otros derechos de peso más notable.

También Richard Ryder (quien acuñó el término *especismo*) defendió que nuestras obligaciones hacia todos los animales se entienden en términos de derechos, teniendo en cuenta las capacidades de sufrir y de disfrutar.

Las éticas del carácter, por su lado, son variadas. Una de las principales es la ética de la virtud. Inspirada en la ética aristotélica, según Horta esta ética propone que la autorrealización de los humanos debe ser conseguida de forma “virtuosa”, que sería el tipo de comportamientos según los cuales “nuestra autorrealización implica también nuestra autorrealización como agentes morales, y esto solo puede ser conseguido en la medida en que respetemos al resto” (Horta, 2018, p. 10). Una segunda ética del carácter destacada es la ética del cuidado. Aquí Horta habla de la teoría del cuidado del movimiento feminista aplicada a la consideración moral de los animales. Las distintas variaciones de esta teoría “enfatan el papel de los sentimientos morales, y critican su desatención por los autores que han abordado la cuestión desde enfoques racionalistas” (Horta, 2018, p. 10).

Otras éticas relevantes de defensa de los animales son el igualitarismo y el consecuencialismo negativo. El igualitarismo defiende como deseable una situación en la que se dé un reparto equitativo de aquello que resulta valioso. Según Horta, “conforme a este planteamiento, la existencia de diferencias en la situación en la que se encuentren humanos y no humanos será aún más objetable de lo que lo podrá ser conforme a otros planteamientos (...) y, de hecho, la lucha contra el uso de animales no humanos adquiere prioridad, en la medida en que estos se encuentran en una situación más desfavorable que los seres humanos” (Horta, 2018, p. 11). Como autoras que han abordado la ética según esta perspectiva menciona a Ingmar Persson, Nils Holtug y Catia Faria. Por otro lado, el consecuencialismo negativo prima el reducir el sufrimiento por encima de dar prioridad a causar bienestar positivo. Como representantes de esta visión Horta menciona a Lukas Gloor y Adriano Mannino.

Desde las anteriores perspectivas éticas se adoptan distintos posicionamientos con respecto a la defensa de los otros animales. Para Horta los posicionamientos más importantes adoptados históricamente—así como vigentes, pues hoy en día se siguen manteniendo— son la ética animal, la defensa animal, la liberación animal, el abolicionismo, los derechos de los animales, la igualdad animal y el antiespecismo.

- **Ética animal:** “En un sentido técnico, este término se usa para nombrar el campo de estudio en ética que trata sobre la consideración moral de los animales. En un sentido (...) más amplio, se usa para nombrar tanto el estudio de esta cuestión como otras relacionadas (como la sintiencia animal, el estudio de la situación de los animales no humanos o el de las estrategias eficaces para su defensa). En otro sentido más general, puede usarse el término ética animal para nombrar la posición favorable a dar consideración moral a los animales no humanos” (Horta, 2018, pp. 16-17).

En este punto vale la pena hacer referencia la cuestión de la sintiencia animal. Sintiencia es, según el diccionario de Cambridge, la “cualidad de ser capaz de experimentar sentimientos” como felicidad, alegría, dolor y sufrimiento. El concepto de sintiencia es importante porque aporta una base para los movimientos de defensa de los otros animales. De acuerdo con la declaración de conciencia de Cambridge redactada por Philip Low y editada por varias autoras y autores (“Cambridge Declaration on Consciousness”, 2012), todos los organismos que poseen estructuras y procesos neuronales especializados son sintientes.

Según Ian J.H.Duncan, que ofrece una breve historia del concepto de sintiencia en su artículo de 2006 “The changing concept of animal sentience”, la idea de sintiencia, al menos en mamíferos y pájaros fue aceptada por personas laicas en el Renacimiento (personas como Leonardo da Vinci, Thomas More, Montaigne, Shakespeare y otros) y antes de esta época la sintiencia en estos animales fue reconocida por algunos filósofos. Jeremy Bentham, reformista social inglés, fue quien escribió “La cuestión no es, ¿pueden razonar? ni ¿pueden hablar? sino: ¿pueden sufrir?” (Bentham, 1823)<sup>141</sup>.

Hacia finales del siglo XIX científicos y filósofos desarrollaron un concepto de sintiencia más sofisticado. A finales del siglo XX hubo un aumento del interés por la sintiencia animal, y los científicos que estudiaban el bienestar de los animales comprendieron que los problemas de bienestar pueden ser abordados por cómo sienten los animales. En 1975, Donald R. Griffin presentó un artículo en la International Ethology Conference en Parma, Italia, y publicó un libro sobre el tema un año después, *The Question of Animal Awareness* (Griffin, 1976). Desde entonces, la sintiencia animal se convirtió en

---

<sup>141</sup> “The question is not, Can they reason? nor, Can they talk? but, Can they suffer”.

un tema importante en sí mismo. Una década antes, y partiendo del libro de Ruth Harrison "Animal Machines" (Harrison, 1964) y la publicación como respuesta ante las denuncias de Harrison por parte del gobierno británico "Brambell Report" (Command Paper 2836, 1965), se asumió que el bienestar de los animales debería estar conectado con la respuesta fisiológica de estrés por parte de los animales, otorgando relevancia al hecho de que los animales pudiesen sentir dicho estrés.

Gary L. Francione, entre otros, han basado sus teorías en la sintiencia de los animales. Francione declara que todos los seres sintientes, humanos o no humanos, tienen el derecho básico de no ser tratados como propiedad de nadie (Francione, 1995).

- **Defensa animal:** Este término, poco preciso, se utiliza para demostrar una postura activa a favor de la consideración moral de los otros animales en general.
- **Liberación animal:** Correspondería con la lucha por conseguir el fin de la opresión de los animales no humanos, siendo *liberación* un término que Horta propone análogo con el de *abolición* o *lucha por la abolición* del uso de los otros animales. Según Horta, habría un problema de imprecisión, debido a que habría personas para las que el mero uso de los otros animales no sería merecedor del término *opresión*.
- **Abolicionismo:** Según Horta, este es un término que desambiguaría el de *liberación animal*. Y por abolicionismo entiende "bien la posición o la filosofía a favor de la abolición del uso de animales, o bien el movimiento o lucha para conseguir esta" (Horta, 2018, p. 18). El problema que percibe Óscar Horta en este término sería nuevamente de imprecisión, dado que el término *abolicionista* se ha venido a usar en los últimos años para nombrar la posición que busca el fin del uso de otros animales sin utilizar como estrategia la regulación de determinados usos de los animales. Por lo que Horta entiende que podría establecerse que haya personas que se consideren abolicionistas en el sentido de "abolir el uso de los otros animales" pero no en la no utilización de la estrategia concreta de regular determinados usos, lo cual, en su opinión, crearía confusión.
- **Derechos animales:** Según Horta, el término *derechos* correspondería con las

“prerrogativas legales para poder hacer algo o protecciones legales para que no se nos hagan ciertas cosas negativas o sí se nos hagan cosas que nos son positivas”. Para Horta, se asume que “quien es titular de derechos no puede ser utilizado como una propiedad”, por lo que en el sentido estricto del término no se podría hablar de “derecho a una matanza indolora o a una crianza en régimen abierto”. También asume que este término debería aplicarse en su sentido positivo: “los derechos incluyen también el derecho a que se hagan cosas a favor de quienes los posean, como sucede en el caso del derecho a la asistencia sanitaria (...) supone que también debemos actuar a su favor cuando lo necesitan”. Horta aprovecha para desambiguar el término: “pensar que es sinónimo de protección legal no es acertado (...) Una regulación del modo en que los animales son usados no implica el reconocimiento de derecho alguno a estos, sino una limitación en el modo en que puedan ser empleados”. Otra desambiguación que Horta recalca es que no toda búsqueda de protección de los derechos de los otros animales pasaría por una estrategia legal y por ende abolicionista, sino que debería ampliarse a la búsqueda de la opinión pública favorable.

- **Igualdad animal:** Según Horta, “el término *igualdad animal* implica que los intereses de todos los animales han de ser plena y equitativamente considerados (...) es hablar del rechazo de toda discriminación arbitraria que impida la consideración igualitaria de los intereses de todos los animales con la capacidad de sufrir y disfrutar” (Horta, 2018, p. 19). A su vez, este planteamiento iría más allá: “Si nos encontramos en una situación en la que debemos elegir entre satisfacer los intereses de un animal no humano o los de un animal humano y los del primero son de un carácter más básico o tienen un mayor peso, es especista optar por dar prioridad a los del segundo. Y lo es aún en el caso de que con ello no se dé una utilización del animal, ni haya una vulneración de sus derechos”. (Horta, 2018, p. 20).
- **Antiespecismo:** Para Horta, este término tendría una aplicación similar al de *igualdad animal*, aunque su significado se enfocaría más en los motivos por los cuales los animales no humanos son discriminados, es decir, por razón de ser de especies diferentes a la humana.

## **b. El antropocentrismo especista**

Siguiendo con Oscar Horta, se pueden resumir en cuatro los argumentos en contra de la consideración ética de los otros animales:

(1) Defensas puramente definicionales del antropocentrismo moral. Esto es, las posiciones que sostienen que los intereses de los humanos tienen prioridad porque sí. O sea, aquellas que prescinden de dar argumentos para justificar una posición antropocéntrica, asumiendo esta como punto de partida por definición.

(2) Posiciones que apelan a criterios cuya posesión no puede ser comprobada. Esto es, las que dicen que los humanos cuentan más por algún motivo imposible de verificar o mostrar como falso, como la posesión de un alma o un cierto “estatuto ontológico”.

(3) Posiciones que apelan a capacidades cuya posesión es susceptible de ser comprobada. Por ejemplo: capacidades intelectuales, lingüísticas, o las ligadas a la capacidad de asumir responsabilidades.

(4) Posiciones que apelan a las relaciones existentes entre los agentes morales y aquellos susceptibles de ser considerables moralmente. Por ejemplo, la existencia de un vínculo emocional o de posibilidades de interacción entre todos los humanos, o el hecho de que los humanos estamos en una situación de poder sobre los demás animales (Horta, 2018, pp. 12-13).

De estas posiciones, a continuación desarrollaremos la señalada en primer lugar: el antropocentrismo moral, por ser la más extendida. El antropocentrismo moral es la ideología subyacente que apoya el sistema capitalista actual de opresión hacia los demás animales. Impulsado por la literatura Kantiana, que pone el énfasis en disociar al animal humano de todos los demás, el antropocentrismo proporciona una base para las ideas y las prácticas de la excepcionalidad y dominio humanos mediante una dicotomía rígida y cargada de valores, que se basa en un binarismo construido: el de animales humanos como categoría separada y supuestamente antípoda a la de los animales no humanos.



Giorgio Agamben explica el mecanismo simbólico en que se sustenta el pensamiento contemporáneo sobre los otros animales, lo que él denomina la *máquina antropológica*, una “máquina o dispositivo para producir el reconocimiento de lo humano” (Agamben 2004, p.26). El funcionamiento de la máquina antropológica –cuya lógica abarcaría casi todos los discursos filosóficos sobre los animales– postula el surgimiento de los seres humanos plenamente constituidos fuera del orden de la naturaleza. Lo hace tratando de determinar y aislar los aspectos supuestamente “animales” de los seres humanos para aislar la esencia del “verdadero humano” que no sería compartida por ningún otro ser. En este proceso de aislar lo humano de lo no humano, se logra a la vez articular nuevas barreras, dentro de los propios seres humanos, mediante la identificación de algunos grupos humanos –y el alejamiento de otros– con lo animal.

El antropocentrismo (creencia en la excepcionalidad humana frente al resto de animales, manifiesta en capacidades supuestamente exclusivamente humanas como el lenguaje, el habla, los símbolos, el raciocinio, la cultura, la risa, la ética, la experiencia de la muerte, la vergüenza, culpa, etc.) y el capitalismo facilitan marcos ideológicos para las normas y las relaciones sociales, que se articulan a través de jerarquías rígidas basadas en la normalización de la dominación y la explotación de los otros animales para cubrir lo que hoy en día es un constructo que se ha venido en llamar las “necesidades” humanas.

La explotación por parte de los humanos de los otros animales en granjas y otros lugares está motivada básicamente por intereses económicos (Almiron, 2016). Esta práctica se ve legitimada por medio de la ideología antropocéntrica –ideología en tanto que es un sistema de creencias y prácticas compartidas que legitiman un orden establecido (Nibert, 2002, p.8)– y dentro de esta por el sistema vigente de creencias “carnista” (Joy, 2010), que construye la idea de que ciertas especies de otros animales o sus fluidos son “comestibles” o “utilizables”, y por lo tanto, se les puede matar o explotar como medios de producción.

Concretamente para el caso de la industria láctea, que ocupa el presente estudio, la consideración moral actual que los humanos dan a los bóvidos garantiza la superioridad jerárquica absoluta a los humanos y sitúa a los bóvidos como subordinados, es decir que sus identidades han sido construidas en tanto que seres explotables y objeti-

ficables para beneficio de los humanos, de modo que su existencia está esencialmente destinada, bajo el punto de vista de la lógica antropocéntrica, a suministrar alimento a los humanos y cubrir otros nichos de consumo humano (Adams, 1997).

Esta concepción de la vaca se define a través de la idea que el profesor Horta mencionaba en tercer lugar (“Posiciones que apelan a capacidades cuya posesión es susceptible de ser comprobada”), por la cual se parte de que los bóvidos carecen de ciertos atributos humanos que hacen que este último pertenezca a una categoría excepcional respecto al resto de animales. Esto pasa por alto la individualidad de la vaca, su capacidad de autonomía e interés en vivir. Como resultado, las vacas son comúnmente descritas a través de los “productos” en los que convertimos sus cuerpos y sus fluidos (Adams, 1997). Esta objetificación de los bóvidos como “máquinas de producir leche” se deriva necesariamente de los binarismos animal-humano (este en clara consonancia con el antropocentrismo) y sujeto-objeto, que posibilitan la objetificación práctica de los otros animales, o en este caso particular, las vacas, viéndonos, como humanos, superiores a ellas.

### **c) La construcción de la categoría *el otro* en el antropocentrismo**

Finalmente es importante atender a cómo se produce la construcción de la alteridad con respecto a los animales no humanos para contrarrestar la citada laguna de los estudios críticos en comunicación.

En este sentido, las investigadoras ecofeministas han edificado un importante corpus de investigación que explica la objetificación de los animales explotados en granjas. En el se hace énfasis en los puntos en común de la construcción social del género y la construcción de otras categorías sociales, para mostrar cómo la construcción social de las mujeres se encuentra conectada culturalmente con los otros animales y con la naturaleza –de forma conceptual, simbólica y lingüística– (Tong, 2009, p. 237). Ello es así en un mundo en el que las creencias básicas, valores, actitudes y presupuestos sobre este y sus habitantes han sido modeladas por un marco conceptual patriarcal opresivo, cuyo objetivo es explicar, justificar y mantener relaciones de dominación y subordinación en general, y la dominación de los hombres hacia las mujeres en particular (Warren, 2000).

La idea antropocéntrica del *homo sapiens* (en latín *hombre sabio*) como ser superior busca justificar la dominación por parte de los humanos de todo el resto de formas de vida, etiquetando al mundo natural –con la excepción humana– y al resto de animales como objetos subordinados al humano, en una jerarquía de opresiones a su vez que Jason Wyckoff define como la “teoría de las opresiones vinculadas” [Linked Oppressions Thesis en el original en inglés]. Según esta teoría, la opresión de las mujeres y la opresión de los otros animales están relacionadas de forma “causal, material, normativa y conceptual (Wyckoff, 2014, p. 2). Esta relación ha sido empíricamente comprobada en un estudio llevado a cabo por Ashley Allcorn y Shirley M. Ogletree (2018), que examinaron la relación entre actitudes hacia los roles de género y hacia los otros animales y concluyeron que las justificaciones hacia el consumo de carne de otros animales estaban relacionadas de forma positiva con actitudes sexistas así como una visión tradicional de los roles de género y negativamente relacionadas con actitudes de superación de los roles de género, mientras que las actitudes vinculadas en pro de los otros animales mostraban actitudes opuestas a los roles de género.

La ideología que define a los humanos como una especie superior a otros animales está directamente relacionada con la jerarquización social intrahumana, pues la idea de “civilización” se basa en separar lo humano de lo animal (Deckha, 2008, pp. 251-253) mediante un constructo imaginado del mismo modo que otras categorías sociales de diferencia –como vimos anteriormente a través de Agamben. La opresión, por tanto, se extiende sobre las barreras de las especies debido a los mecanismos compartidos de exclusión y ordenamiento social a través de, por ejemplo, los estereotipos. Los conceptos comunes por los que se anuncia la leche de vaca como “pureza”, “nutrición”, “confort”, “hogar”, “familia”, “cuidados” y “maternal” viene a describir atributos típicamente ligados a la identidad femenina, que han sido utilizados para justificar a su vez la opresión de las mujeres (Adams, 1995; Gaard, 2013; Otomo, 2015), a su vez basada en la deshumanización.

Lorna Stevens, Matthew Kearney y Pauline Maclaran publicaron en 2013 una investigación en la que analizaban anuncios de la industria láctea con imágenes antropomorfizadas de vacas, con el fin de comprobar cómo trabajan este tipo de imágenes para reforzar ideologías sexistas. En su investigación destacan la significación de las vacas como “símbolo cultural ambivalente de la naturaleza y de lo femenino” (Stevens et al,

2013, p. 2), exploran el contexto histórico del uso de vacas en publicidad, y, desde una perspectiva ecofeminista, critican la ideología masculinista dominante y desafían el pensamiento binarista que vincula de forma negativa a las mujeres con la naturaleza. En su investigación, encuentran con frecuencia anuncios en los que las vacas son representadas en un formato humano, y concluyen que a través de esa representación se evita que el espectador perciba las vacas como oprimidas, mientras que al mismo tiempo subraya sus diferencias con los humanos (Stevens et al., 2013, pp. 9,10). Por medio de la humanización de las vacas, se consigue, por una parte lanzar el mensaje de cercanía a los humanos y por tanto sugerir que las vacas “comparten” de buena gana sus supuestos abundantes fluidos con los humanos. Stevens, Kearny y Maclaran concluyen que este tipo de campañas publicitarias tienen como efecto la normalización de la dominación humana sobre la naturaleza, la objetificación y feminización de las vacas y la intensificación de nuestra desconexión con respecto a los otros animales. En palabras de las autoras: “disconnection from nature, the monstrous feminine, and mastering ‘the Other’” (Stevens et al, 2013, p. 14). Lo que nos vuelve a llevar al binarismo antropocéntrico, basado en el concepto de “el otro”. Esta estrategia, al mismo tiempo que fomenta la “otredad” y nos desconecta de las vacas, también las desconecta con respecto al trabajo que llevan a cabo, aunque las desconecta al mismo tiempo de su capacidad de autonomía al visibilizarlas solo llevando a cabo actividades útiles para el proceso productivo (pasto, ordeño), desde una perspectiva “desde arriba”, posicionando a los otros animales en una categoría teórica uniforme (Hribal, 2007).

La eliminación de la capacidad de autonomía y de la individualidad es clave para la justificación de la existencia del proceso productivo asociado a la explotación y matanza de los otros animales, y el binarismo humano/animal que deriva en la opresión de los otros animales, así como la objetificación implícita de los otros animales, posibilitan y refuerzan el capitalismo (Twine, 2012). Esta teoría se ve complementada por lo escrito por David Nibert respecto a las lógicas de poder, que se encuentran insertas en lo cotidiano, arraigadas en el control estatal y en el sistema económico, de forma que la estructura de opresión resulta invisibilizada, con lo cual la opresión o dominación se percibe como “normal” (Nibert, 2002; 2003).

En 2005, Erika Cudworth, basándose en las ideas de *diferencia* y *opresión* acuña el término *anthroparchy* en su obra *Developing Ecofeminist Theory: The Complexity of Difference*. Algo más tarde, en 2011, ofrece la siguiente definición de *anthroparchy*:

Un sistema social, un conjunto complejo y relativamente estable de relaciones jerárquicas en las que la "naturaleza" está dominada por formaciones de organización social que privilegian lo humano (2011, p. 67)<sup>142</sup>.

El concepto hace referencia a sistemas de dominación social complejos en los que los animales no humanos y la naturaleza se ven subordinados y dominados por los seres humanos, aportando una explicación sobre la dominación interespecie (Cudworth, 2005, p. 8). El concepto *anthroparchy* se desarrolla a través de un análisis a gran escala de la complejidad social y un enfoque multisistémico crítico que muestra la complejidad y la jerarquización de la diferencia. El concepto puede ser utilizado también para situar la industria láctea en un nexo de producción industrial capitalista, domesticación, estructuras de poder político, violencia sistémica y humanismo exclusivista, al afirmar que la explotación de las vacas se encuentra dentro de otras esferas de dominación más amplias que intersectan. Cudworth también comparte que la explotación de animales en granjas está vinculada con las esferas humanas de opresión, y que es inseparable de una visión desde una perspectiva de género, lo que situaría la explotación de las vacas en un contexto más amplio de la economía política y de la dominación de la naturaleza.

### **2.3.2. Los estudios críticos animales**

Los estudios críticos animales (CAS por sus siglas en inglés) constituyen una disciplina académica relativamente joven, nacida a principios del siglo XXI, pero inspirada por los movimientos sociales críticos nacidos durante las décadas de 1960 y 1970 y entroncada con las líneas de pensamiento elaboradas a lo largo de la historia por los movimientos y filosofías pioneras en la defensa de los animales.

---

<sup>142</sup> "A social system, a complex and relatively stable set of hierarchical relationships in which 'nature' is dominated through formations of social organization which privilege the human" (Cudworth, 2011, p.67).

### **2.3.2.1. Introducción: historia y definición**

Los estudios críticos animales (CAS por sus siglas en inglés) no han entrado en los currículos académicos hasta muy recientemente y todavía de forma muy tímida. Sin embargo, la ética animal, rama de la filosofía que precede a los CAS, no es una cuestión novedosa. Tal y como se menciona en la introducción del presente volumen, como ejemplos de las primeras personas que abordaron, cada una a su manera, las cuestiones de la ética animal, se suele indicar que de forma general, algunas de las grandes religiones y filosofías orientales como el Jainismo, el Budismo y el Induismo fueron ya precursoras de recomendar cierta amabilidad hacia el resto de animales, y más en particular, se pueden mencionar los nombres de individuos cuyas vidas se remontan a épocas anteriores a la presente, como es el caso de Zoroastro (+-1250 ANE), Pitágoras de Samos (569-475 ANE), Empédocles de Agrigento (495-444 ANE), Aolonio de Tiana (15-100), Plutarco (45-127), Tito Flavio Clemente (150-¿217), Tertuliano (160-220), Plotino (¿204-280), Porfirio (233-305), Leonardo da Vinci (1452-1519), John Locke (1632-1704), Arthur Schopenhauer (1788-1860), Anna Bonus Kingsford (1846-1888) o Henry Stephens Salt (1851-1939), preocupados por el tratamiento que los humanos ofrecemos a los otros animales y por nuestra relación con ellos.

Una de las primeras propuestas modernas que argumenta la necesidad de un cambio de actitud hacia los otros animales fue el manifiesto *Moral Inquiries on the Situation of Man and of Brutes*, del británico Lewis Gompertz (1824), 160 páginas que Peter Singer reeditó en forma de libro en 1992. Gompertz fue un pionero activista por los animales, fundador de la Sociedad para la Prevención de la Crueldad hacia los Animales (SPCA por sus siglas en inglés) que posteriormente se convertiría en la RSPCA, cuando le agregan el calificativo “real”. Lewis Gompertz también escribió *Fragments in Defence of Animals* (1852). Fue comparado con Leonardo y Pitágoras por sus habilidades e invenciones, varias de ellas destinadas a disminuir el sufrimiento de los animales, entre las que se encuentran por ejemplo sus aportes para optimizar los velocípedos, como se denominaba a las bicicletas en su tiempo. Sus ideas a este respecto contribuyeron a un nuevo auge en el uso de la bicicleta, en contraposición a los medios de

transporte propulsados por la fuerza motriz de caballos u otros animales no humanos, que se encontraban en apogeo en esa época.

Otro de los primeros hitos del movimiento de defensa animal de nuestra era se dio en la década de 1870, en torno a la cuestión de la vivisección. Anna Bonus Kingsford, oriunda también del Reino Unido, activista contra la vivisección y la experimentación con otros animales, fue una figura importante en aquellos días. Defensora también de los derechos de las mujeres, además fue pionera por ser una de las primeras mujeres inglesas en obtener una licenciatura en medicina, y la primera en graduarse sin experimentar en ningún animal mientras cursaba sus estudios en París (estaba prohibido para las mujeres estudiar medicina en Inglaterra en esa época).

Se suele afirmar que la campaña de Kingsford contra la vivisección contribuyó a la aprobación de la Ley de Crueldad contra los Animales de 1876 en el Reino Unido. En 1877 fundó la Food Reform Society, y se dedicó a viajar dentro del Reino Unido y también fuera, en países cercanos, para hablar a favor del vegetarianismo y en contra de la experimentación animal. Su tesis de fin de carrera, *L'Alimentation Végétale de l'Homme*, publicada en inglés como *The Perfect Way in Diet* (1881) habla de los beneficios de una dieta vegetariana.

Más de una década más tarde, en 1891, Henry Salt, escritor británico, vegetariano y contrario también a la vivisección, así como activista de causas progresistas como la búsqueda de alternativas a la prisión y la reforma de la educación, creó en Inglaterra la Humanitarian League, cuya idea principal era proclamar un principio de humanidad, subrayando los esfuerzos de las sociedades vegetarianas, antivivisección, pacifistas, por la reforma penal, etc. mostrando que todos esos esfuerzos que parecían desconectados estaban, en realidad, “inspirados por un lazo común de hermandad y de empatía universal”, lo que en palabras de Anthony J. Nocella II, John Sorenson, Kim Socha y Atsuko Matsuoka en la introducción de *Defining Critical Animal Studies* (2014, p. XIX) es un “important historical precedent for intersectionality”.

En el manifiesto de inicio de la Humanitarian League, Salt indicaba que

se hará mucho bien con solo dejar constancia de una protesta sistemática y consistente contra las numerosas barbaridades de la civilización: las crueldades infligidas por los hombres, en nombre de la ley, la autoridad y el hábito tradicional, y el trato aún más atroz de los animales inferiores, con el propósito de "deporte", "ciencia", "moda" y la gratificación de un apetito por alimentos no naturales (Salt, 1891)<sup>143144</sup>.

En 1894, Henry Salt escribiría su obra *Animals' Rights Considered in Relation to Moral Progress*. Salt fue reconocido por el filósofo australiano Peter Singer como precursor de su libro *Animal Liberation* (Singer, 1975), en el que Singer cita a Salt en varias ocasiones.

Un poco más adelante, ya a mediados del siglo XX, otro de los antecedentes de los CAS que podríamos mencionar es la obra de la también británica Ruth Harrison (1920-2000). Cuáquera, vegetariana y objetora de conciencia pacifista (será casi una constante esta "interseccionalidad" de diferentes luchas que confluía en las primeras personas que promulgaban el vegetarianismo, que no solo abogaban por un respeto hacia los otros animales, sino que muy a menudo conjugaban esta idea con otras como el pacifismo y el feminismo), su libro *Animal Machines* (1964), expuso la realidad de las granjas intensivas de gallos, gallinas y vacas en un momento en el que dicha información no estaba al alcance de cualquiera. Todo indica que Harrison fue la inspiración para la aprobación en 1976 de la European Convention for the Protection of Animals Kept for Farming Purposes (Estrasburgo, 1976)<sup>145</sup>.

---

<sup>143</sup> Información encontrada en el archivo de la web <http://www.henrysalt.co.uk/humanitarian-league/>

<sup>144</sup> much good will be done by the mere placing on record of a systematic and consistent protest against the numerous barbarisms of civilisation — the cruelties inflicted by men, in the name of law, authority, and traditional habit, and the still more atrocious treatment of the lower animals, for the purpose of 'sport', 'science', 'fashion', and the gratification of an appetite for unnatural food (Salt, 1891).

<sup>145</sup> Más información sobre la convención en este enlace: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/087> y en este otro:



Un año después de la publicación del libro de Ruth Harrison, la también activista británica Brigid Antonia Brophy publicó un artículo a página completa para el periódico *Sunday Times* titulado “The Rights of Animals” (1965). Esta publicación fue la inspiración para la elaboración de la antología *Animals, Men and Morals: An Inquiry into the Maltreatment of Non-Humans* (Godlovitch R.; Godlovitch, S.; Harris, J., 1971), en la que se incluyó también el mismo artículo. Brophy, quien participaba en campañas por reformas sociales, era también pacifista y feminista. El artículo del *Sunday Times* fue mencionado por Richard D. Ryder como impulsor de la formación del movimiento por los derechos animales en Inglaterra. Asimismo, la antología en la que se inscribe fue reseñada por Peter Singer en 1973 en *The New York Review of Books*<sup>146</sup> y en su libro *Animal Liberation*, en el apartado “Further Reading”, donde califica al volumen como “a path-breaking collection of articles” (1975, p. 251).

El citado libro de Ruth Harrison también inspiró la obra de Singer, *Animal Liberation* (1975), el volumen que suele servir de punto clave para datar el inicio del movimiento moderno por los derechos de los animales no humanos. Aún así, merece la pena mencionar que un poco antes de que Singer publicase *Animal Liberation*, en los últimos años de la década de 1960, comenzó la actividad de un grupo de estudiantes de posgrado de filosofía de la universidad de Oxford, conocidos como el Oxford Group, entre cuyos miembros estaban Roslind Godlovitch, Stanley Godlovitch, John Harris, David Wood, Michael Peters, Andrew Linzey y Richard D. Ryder.

Algunos de los miembros del Oxford Group publicarían la antología antes mencionada *Animals, Men and Moral* (Godlovitch, R.; Godlovitch S.; Harris, J., 1974) y en 1979 *Animals' Rights - a Symposium*. De entre todos ellos, Ryder acuñó en 1970 el término especismo para describir la asignación de valor a unos seres u otros en base a su pertenencia a una especie particular. El término especismo se

---

[https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/animals/docs/aw\\_european\\_convention\\_protection\\_animals\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/animals/docs/aw_european_convention_protection_animals_en.pdf)

<sup>146</sup> Singer utilizó por primera vez el concepto “liberación animal” en su reseña del libro en *The New York Review of Books* (1973), comentando además de la obra que *Animals, Men and Morals* es un “manifiesto para el movimiento de Liberación Animal”.

ha consolidado hoy en día y es utilizado actualmente por activistas por los derechos animales como paralelismo de otras opresiones como el racismo o el sexismo.

Estas obras constituyen los principales antecedentes modernos del movimiento, si bien es la obra de Singer en 1975 la que, como se ha dicho, se considera punto de partida para el movimiento moderno de los derechos animales por la enorme influencia que ejerció y ejerce todavía.

Desde entonces, un número creciente de autoras y autores han seguido profundizando en los conceptos de ética animal, especismo, liberación animal y derechos animales, como Adams (1990), Spiegel (1996), Young (2003), Dunayer (2004), Bekkof (2005), Horta (2010), Joy (2010), Gruen (2011), Donaldson y Kymlicka (2011), Nibert (2013) y Desaulniers (2015), entre muchísimas otras. Hasta el punto de que a mediados de la década de 2000 surge una nueva perspectiva académica, los Critical Animal Studies o Estudios Críticos Animales (CAS). Enraizado en “la teoría crítica, el anarquismo, la ecopedagogía y la justicia social, argumenta a favor de un enfoque interdisciplinario y multidisciplinario interseccional y multimovimiento para un campo de estudio de liberación total, animando departamentos especiales, grados y programas” (Nocella et al, 2014, Pág. Xxii)<sup>147</sup>. El término Critical Animal Studies surge del Center on Animal Liberation Affairs (CALA), cofundado por Anthony J. Nocella II y Steve Best y renombrado Institute for Critical Animal Studies (ICAS) en 2016:

El término Estudios Críticos Animales (CAS por sus siglas en inglés) surgió a partir de una gran cantidad de diálogos electrónicos realizados por una docena de académicos y activistas por los derechos de los animales y la liberación de todo el mundo a principios de abril de 2007. A finales de abril de 2007 Anthony J. Nocella II, Steve Best y Richard Kahn decidieron cambiar el nombre de CALA a Institute for Critical Animal Studies (ICAS) y el 30 de abril de 2007 se lanzó la web

---

<sup>147</sup> “critical theory, anarchism, ecopedagogy, and social justice, argues for an interdisciplinary and multidisciplinary interseccional and multi-movement approach for a total liberation field of study, ecouraging specialized departments, degrees, and programs”.

[www.criticalanimalstudies.org](http://www.criticalanimalstudies.org) (ICAS, s.f.)<sup>148</sup>.

Una de las primeras incorporaciones al currículum universitario de la perspectiva CAS se dio en la Universidad de Brock (Canadá) donde, en colaboración con el grupo activista Niagara Action for Animals, se integró esta especialidad dentro del departamento de Sociología de esta institución académica (Nocella et al, 2014, p. xxiii).

CAS es un campo de conocimiento interdisciplinar y científico que vincula la teoría académica con la práctica activista, que tiene sus raíces en la ética y en las relaciones entre humanos y entre estos y el resto de animales, y que se encuentra firmemente enraizado en la interseccionalidad de las luchas emancipatorias, a la vez que une a académicos y estudiantes de una diversa variedad de disciplinas junto con activistas sociales de diferentes motivaciones.

### **Definiciones de Critical Animal Studies**

Según el ICAS, la perspectiva de los Critical Animal Studies puede definirse como sigue:

Enraizado en la liberación animal. CAS es un campo radical e interdisciplinario dedicado a establecer un movimiento holístico de liberación total para los humanos, los animales no humanos y la Tierra. CAS está comprometido con una política interseccional, de la teoría a la acción, en solidaridad con los movimientos para abolir todos los sistemas de dominación (Nocella II et al, 2014, p. xxvi)<sup>149</sup>.

---

<sup>148</sup> "The term Critical Animal Studies (CAS) emerged out of a great deal of e-dialogue by about a dozen animal rights/liberation scholars and activists around the world in the beginning of April 2007. At the end of April 2007 Anthony J. Nocella II, Steve Best, and Richard Kahn, decided to change the name of CALA to the Institute for Critical Animal Studies (ICAS) and on April 30, 2007 [www.criticalanimalstudies.org](http://www.criticalanimalstudies.org) was launched publicly"<sup>148</sup>.

<sup>149</sup> "[R]ooted in animal liberation. CAS is a radical, interdisciplinary field dedicated to establishing a holistic total liberation movement for humans, nonhuman animals, and the Earth. CAS is engaged in an intersectional, theory-to-action politics, in solidarity with movements to abolish all systems of domination" (Nocella II et al, 2014, p. xxvi)

En palabras de uno de los cofundadores del CALA, Steve Best, “CAS busca abolir no solo la explotación animal, sino la explotación de los humanos y del mundo natural” (Best, 2009, p. 44)<sup>150</sup>.

Helena Pedersen, cuyo libro *Animals in Schools: Processes and Strategies in Human-Animal Education* (2010) es el primer volumen que habla explícitamente de CAS, redacta la siguiente definición de este campo de conocimiento:

El de los Estudios Críticos Animales es un campo de investigación que se ocupa de cuestiones relacionadas con la explotación y liberación de animales; la inclusión de los animales en una lucha emancipatoria más amplia; el especismo; y los principios y prácticas de defensa de los animales, protección animal y las políticas relacionadas con los humanos (Pedersen, 2010, p. 2)<sup>151</sup>.

### **Los 10 principios de los Critical Animal Studies**

En 2007, Steven Best, Anthony J. Nocella II, Richard Kahn, Carol Gigliotti y Lisa Kemmerer redactaron los “Ten Principles of Critical Animal Studies”, que fueron publicados en el *Journal of the Critical Animals Studies* (2007) y de nuevo, siete años más tarde, en la introducción del libro *Defining Critical Animal Studies* editado por Anthony J. Nocella II, John Sorenson, Kim Socha y Atsuko Matsuoka (2014, p. xxvii). Mediante esta serie de fundamentos se pone el énfasis en la parte “crítica” de los estudios, y se busca la diferencia con otro tipo de estudios también relacionados con los animales, así como con otras tendencias activistas. Tal y como se publicaron en 2014, los CAS:

1. Persigue investigación y escritura colaborativas e interdisciplinarias elaboradas de un modo rico y completo que incluyan perspectivas típicamente ignoradas por los estudios animales, como por ejemplo la economía política.

---

<sup>150</sup> “CAS seeks to abolish not only animal exploitation, but also the exploitation of humans and the natural world” (Best, 2009, p. 44).

<sup>151</sup> “Critical animal studies is a field of research dealing with issues related to the exploitation and liberation of animals; the inclusion of animals in a broader emancipatory struggle; speciesism; and the principles and practices of animal advocacy, animal protection, and human-related policies” (Pedersen, 2010, p. 2).

2. Rechaza el análisis académico pseudoobjetivo al aclarar explícitamente sus valores normativos y compromisos políticos, como por ejemplo que no hay ilusiones positivistas acerca de que la teoría es desinteresada o que la escritura o la investigación son apolíticas. Apoya la comprensión y subjetividad experiencial.

3. Evita puntos de vista académicos estrechos y la posición debilitante de la teoría por la teoría, para vincular la teoría a la práctica, el análisis con la política y la academia con la comunidad.

4. Avanza en una comprensión integral de los aspectos comunes de las opresiones, de modo que el especismo, el sexismo, el racismo, el capacitismo, el estatismo, el clasismo, el militarismo y otras ideologías e instituciones jerárquicas se consideran parte de un sistema de dominación global más amplio e interconectado.

5. Rechaza las posiciones apolíticas, conservadoras y liberales con el fin de promover una política anticapitalista y, de forma más general, radical y antijerárquica. Esta orientación busca dismantelar todas las estructuras de explotación, dominación, opresión, tortura, matanza y poder en favor de la descentralización y democratización de la sociedad en todos los niveles y sobre una base global.

6. Rechaza las políticas reformistas, de tema único, basadas en la nación, legislativas o estrictamente de interés animal, a favor de una política de alianzas y de solidaridad con otras luchas contra la opresión y la jerarquía.

7. Defiende una política de liberación total que comprenda la necesidad de, y la inseparabilidad de la liberación de los seres humanos, los animales no humanos y la Tierra y la libertad para todos en una lucha integral, aunque diversa; citando a Martin Luther King Jr.: "La injusticia en cualquier lugar es una amenaza para la justicia en todas partes".

8. Deconstruye y reconstruye las oposiciones binarias socialmente construidas entre los animales humanos y no humanos, un movimiento básico para

los estudios animales generales, pero también busca iluminar las dicotomías relacionadas entre cultura y naturaleza, civilización y naturaleza salvaje y otras jerarquías de dominación, para enfatizar los límites históricos impuestos a la humanidad, los animales no humanos, las normas culturales/políticas y la liberación de la naturaleza como parte de un proyecto transformador que busca trascender estos límites hacia una mayor libertad, paz y armonía ecológica.

9. Apoya abiertamente y examina las políticas y estrategias controvertidas y radicales utilizadas en toda clase de movimientos de justicia social, como aquellas que involucran sabotajes económicos, desde boicots hasta la acción directa con el objetivo de la paz.

10. Busca crear oportunidades para un diálogo crítico constructivo sobre temas relevantes para los Estudios Críticos Animales a través de una amplia gama de grupos académicos, ciudadanos y activistas de base, personal de las organizaciones políticas y de servicios sociales, personas de los sectores privado, público y sin ánimo de lucro. A través –y solo a través– de nuevos paradigmas de la ecopedagogía, la construcción de puentes con otros movimientos sociales, y una política de alianza solidaria, es posible construir las nuevas formas de conciencia, conocimiento e instituciones sociales que son necesarias para disolver la sociedad jerárquica que ha esclavizado a este planeta durante los últimos diez mil años (Nocella II et al, 2014, p. xxvii)<sup>152</sup>.

---

<sup>152</sup> "1. Pursues interdisciplinary collaborative writing and research in a rich and comprehensive manner that includes perspectives typically ignored by animal studies such as political economy. 2. Rejects pseudo-objective academic analysis by explicitly clarifying its normative values and political commitments, such that there are no positivist illusions whatsoever that theory is disinterested or writing and research is nonpolitical. To support experiential understanding and subjectivity. 3. Eschews narrow academic viewpoints and the debilitating theory-for-theory's sake position in order to link theory to practice, analysis to politics, and the academy to the community. 4. Advances a holistic understanding of the commonality of oppressions, such that speciesism, sexism, racism, ableism, statism, classism, militarism and other hierarchical ideologies and institutions are viewed as parts of a larger, interlocking, global system of domination. 5. Rejects apolitical, conservative, and liberal positions in order to advance an anti-capitalist, and, more generally, a radical anti-hierarchical politics. This orientation seeks to dismantle all structures of exploitation, domination, oppression, torture,

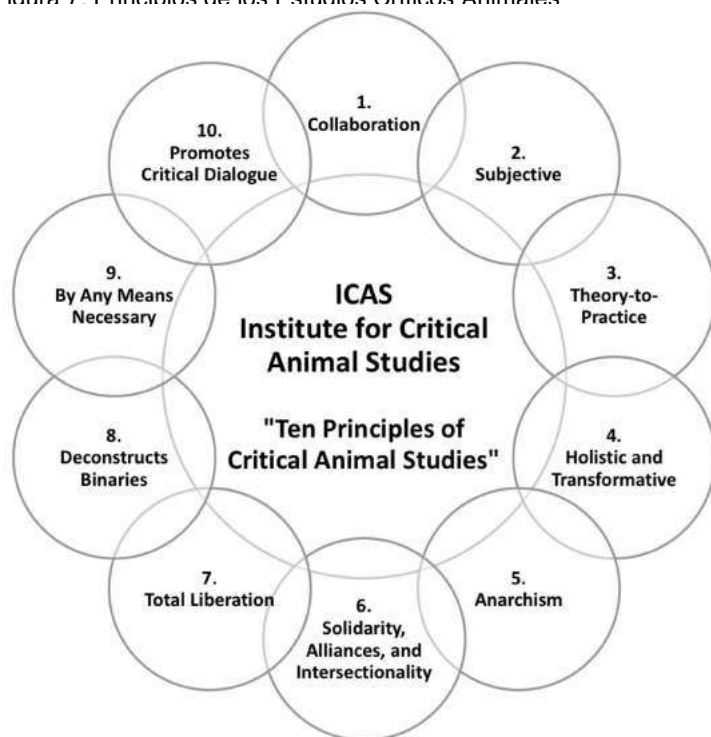
Estos principios podrían resumirse en las siguientes ideas clave, que también pueden visualizarse en la siguiente imagen: interdisciplinariedad; subjetividad frente a la pseudo-objetividad; un enfoque que va de la teoría a la práctica; interseccionalidad de las opresiones (diferentes formas de opresión tienen raíces comunes); enfoque contra las jerarquías y visión anticapitalista; solidaridad con otras luchas emancipatorias; rechazo al reformismo simplificador; liberación total (humana, no humana y de la Tierra); deconstrucción de los binarismos socialmente contruidos; políticas “radicales” en tanto que apoyan tácticas como el sabotaje económico y la acción directa; búsqueda de un diálogo crítico.

De todos los principios básicos del CAS, algunos son de especial relevancia para el caso de estudio de la presente investigación y se comentan a continuación en mayor profundidad.

---

killing, and power in favor of decentralizing and democratizing society at all levels and on a global basis. 6. Rejects reformist, single-issue, nation-based, legislative, strictly animal interest politics in favor of alliance politics and solidarity with other struggles against oppression and hierarchy. 7. Champions a politics of total liberation which grasps the need for, and the inseparability of, human, nonhuman animal, and Earth liberation and freedom for all in one comprehensive, though diverse, struggle; to quote Martin Luther King Jr.: “*Injustice anywhere is a threat to justice everywhere*”. 8. Deconstructs and reconstructs the socially constructed binary oppositions between human and nonhuman animals, a move basic to mainstream animal studies, but also looks to illuminate related dichotomies between culture and nature, civilization and wilderness and other dominator hierarchies to emphasize the historical limits placed upon humanity, nonhuman animals, cultural/political norms, and the liberation of nature as part of a transformative project that seeks to transcend these limits towards greater freedom, peace, and ecological harmony. 9. Openly supports and examines controversial radical politics and strategies used in all kinds of social justice movements, such as those that involve economic sabotage from boycotts to direct action toward the goal of peace. 10. Seeks to create openings for constructive critical dialogue on issues relevant to Critical Animal across a wide-range of academic groups; citizens and grassroots activists; the staffs of policy and social service organizations; and people in private, public, and non-profit sectors. Through –and only through –new paradigms of ecopedagogy, bridge-building with other social movements, and a solidarity-based alliance politics, is it possible to build the new forms of consciousness, knowledge, social institutions that are necessary to dissolve the hierarchical society that has enslaved this planet for the last ten thousand years” (Nocella II et al, 2014, p. xxvii).

Figura 7: Principios de los Estudios Críticos Animales



Fuente: ICAS. Disponible en: <http://www.criticalanimalstudies.org/about/>

### **2.3.2.2. Interseccionalidad - Políticas de liberación total**

Todas las personas activistas que se mencionaron en el epígrafe anterior, precursoras de la ética animal y por lo tanto también de los CAS, tienen en sus planteamientos éticos varios elementos en común. Entre ellos, que sus preocupaciones éticas se extienden a todos los animales, humanos y no humanos, y que no solo hacían campaña en contra de la vivisección y a favor del vegetarianismo, sino que también se movilizaban por otras causas sociales progresistas que afectaban más bien a los humanos: el feminismo, la educación, las prisiones, el trabajo...

La interseccionalidad es un concepto muy relevante para el análisis feminista. Surge al incorporar como elemento crucial las contribuciones de los estudios feministas negros a la teoría feminista. Poner de manifiesto la interconexión entre las diferencias dentro de grupos y sus relaciones con las estructuras de poder más amplias no solo supuso una enorme contribución a la investigación de género, sino que supuso un antes y un después en el estudio de las relaciones de poder en general. La interseccionalidad puede servir para relacionar conceptos teóricos que, en un principio, pueden parecer



independientes unos de otros, al igual que puede integrar perspectivas marginalizadas (Davis, 2008, pág. 48). Como contribución teórica relativamente nueva, que obtuvo una especial consideración en los enfoques interdisciplinarios, la interseccionalidad está en constante proceso de evolución.

Si se habla de *interseccionalidad* es necesario mencionar en primera instancia a Kimberlé Williams Crenshaw. Crenshaw, académica estadounidense especializada en teoría crítica y profesora de derecho en las universidades de UCLA y Columbia, formuló académicamente el término en 1989, en su artículo “Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics”, aunque el concepto se venía utilizando desde casi dos décadas atrás.

Para definir la interseccionalidad de las opresiones, Kimberlé W. Crenshaw parte del problema y limitación que provocaba el hecho que las categorías “raza” y “género” se consideraran hasta ese momento como mutuamente excluyentes. Por el contrario, Crenshaw evidencia, tanto desde el punto de su experiencia como de su análisis, las diferentes formas en las que la raza y el género interactúan para conformar las múltiples dimensiones de las experiencias de las mujeres negras. La autora demostró que las mujeres negras se ven discriminadas tanto por ser mujeres como por ser negras y que ambas opresiones están interconectadas y esa intersección de racismo y sexismo opera en formas que no pueden ser analizadas holísticamente observando por separado las dimensiones de raza y sexo de las experiencias de dichas mujeres. Por lo tanto, según Kimberlé, existen por un lado diferentes categorías, ya sean sociales, biológicas, culturales u otras –como el género, la clase, la etnia, la procedencia, la capacidad, la orientación sexual, etc.– y, por otro, ejes identitarios que interaccionan con las anteriores categorías en múltiples y simultáneos niveles. Esta interacción explica, en parte, el funcionamiento de la injusticia social sistemática y las desigualdades sociales.

Según la teoría de Crenshaw, así, las diferentes opresiones sociales, como el sexismo, el racismo, la homofobia o el capacitismo y otros, no actúan de forma independiente. Estas formas de opresión estarían interrelacionadas, en un sistema de opresiones reflejado en diferentes formas de exclusión. Según la teoría interseccional, las opre-

siones debido al género y a la raza no solo se superponen, sino que se influyen mutuamente. Las primeras académicas, como Crenshaw, que abordaron el tema de la interseccionalidad, pusieron un gran énfasis en la importancia de las diferencias dentro de los grupos, argumentando que las mujeres racializadas experimentan múltiples formas de opresión. Más tarde, las feministas postcoloniales añadieron un enfoque identitario de la interseccionalidad, añadiendo la identidad Norte-Sur como una categoría políticamente relevante.

Desde entonces, la interseccionalidad se ha incorporado a diferentes campos de estudio, convirtiéndose en una cualidad interdisciplinar más allá de la teoría feminista. Entre estos campos que han adoptado la mirada interdisciplinar figuran, además del CAS, las ciencias políticas, la sociología y la psicología.

A esta teoría clásica de la interseccionalidad, quienes redactaron los principios básicos del CAS añaden otra forma de opresión sistémica: el especismo, basado en el antropocentrismo moral. Al considerar la dominación de los humanos, otros animales y la naturaleza como algo inextricablemente vinculado y como opresiones que se refuerzan mutuamente, los Estudios Críticos Animales proporcionan el marco conceptual necesario para incluir la diferencia de especies a los enfoques interseccionales que tradicionalmente han excluido a los animales no humanos (Cudworth, 2014; Hovorka, 2012).

Las semillas para un enfoque interseccional que incluyese también un análisis de la opresión por especie fueron sembradas por académicas ecofeministas antiespecistas. Estas autoras partieron de una visión que enlazaba la explotación de la naturaleza y la de las mujeres (y que deriva de la crítica a la visión patriarcal que asocia las mujeres con “lo natural” por oposición a “lo racional”) para evolucionar hasta problematizar la opresión de los otros animales. Esta tendencia comenzó a obtener fuerza especialmente desde las décadas de 1980 y 1990 (aunque ya en el siglo XIX la mayor parte de activistas contra la vivisección y la crueldad eran mujeres), que es cuando las ecofeministas antiespecistas empiezan a destacar la interconexión y el refuerzo mutuo de la opresión de categorías sociales de género, raza, clase, etc. y también especie, basadas en definitiva en la creación de la categoría del “otro” (entre ellas, Adams, 1995; Birke, 1994; Deckha, 2008; French, 1985; Gaard, 1993; Cudworth, 2005; Harper, 2010;

Luke, 2007; Ruether 1974; Velasco, 2017). Mediante la inclusión y la consideración moral de los otros animales, estas autoras razonan que tanto la opresión de los animales humanos como la de los no humanos son relevantes, y que ambas se refuerzan entre sí, por lo que sendas opresiones deben abordarse para desafiar los déficits éticos en cada una de ellas. Este grupo de autoras también pone en consideración que el hecho de incluir el sometimiento de los no humanos en la agenda de la investigación crítica no va en detrimento de los humanos, sino que, al contrario, puede impulsar y aumentar el calado y la profundidad de la investigación interseccional que afecta a los y las humanas.

Mediante la inclusión del especismo, o antropocentrismo moral, dentro de la interseccionalidad, se problematiza la división binarista entre humanos y el resto de animales. Mediante un análisis crítico interseccional se ponen de manifiesto, pues, las similitudes entre la dominación de humanas y de no humanas y se reconoce además la opresión específica que ejercen los humanos sobre las vacas en su condición de hembras.

De este modo, se arroja luz a las relaciones de poder subyacentes y se sitúa el uso en granjas de los otros animales dentro de un gran eje formado por diferentes tipos de opresión o dominación. Gracias a la adopción de un punto de vista interseccional, vemos a través de ese prisma cómo la opresión, así como el privilegio necesario para llevar a cabo la dominación, se constituyen a nivel estructural o sistémico, ya que se reconoce que un tipo de dominación no puede ser plenamente comprendido aislado del resto de formas de opresión, puesto que las diferentes categorías de opresiones se ven reforzadas entre sí.

Así pues, mientras la mayor parte de investigaciones relacionadas con la interseccionalidad se quedan en el punto de reconocer que las relaciones estructurales tienen un impacto en los diferentes grupos de humanos, dependiendo de su categoría e identidad, los estudios críticos animales van más allá y cuestionan el binarismo animal no humano-animal humano. No cuestionar este binarismo de la lógica sistémica imperante ha permitido, en cierto modo, y de forma quizás inconsciente, deshumanizar a ciertos grupos humanos al categorizarlos como más cercanos a una “animalidad” y a la naturaleza (Aph y Syl Ko, 2017).

Aprovechamos el presente epígrafe para incidir en una de las peculiaridades de la leche de vaca, que hace que haya autoras que hayan mencionado este tipo de explotación específica desde la perspectiva feminista, como lucha contra una de las opresiones que más intersectan con el especismo, el sexismo. Se trata este de un caso concreto en el que la intersección de estas opresiones resulta más gráfica que nunca. La leche de vaca es producida exclusivamente por las hembras de la especie bóvida. Forma parte de lo que Carol J. Adams acuñó en *La política sexual de la carne* como *feminized protein* (p. 21 edición inglés) o *proteína feminizada* (p. 56 en la edición en español), como preludeo de la *proteína animalizada*<sup>153</sup>:

[L]a política sexual de la carne propone un término conceptual específico para reconocer la explotación de los procesos reproductivos de las hembras; la leche y los huevos deberían llamarse proteínas feminizadas, esto es, proteína que ha sido producida por un cuerpo femenino. La mayoría de los animales comidos son hembras adultas o crías. Los animales hembra son doblemente explotados: tanto mientras viven como cuando están muertas. Son literalmente trozos de carne femeninos. Los animales hembra son oprimidos por su feminidad, convirtiéndose en nodrizas sustitutas. Entonces, cuando su (re)productividad termina, son despedazadas y se convierten en proteínas animales, o proteínas en forma de carne (Adams, C., 2016, p.59).

Y continúa:

Un corolario y preludeo de la proteína animalizada es la *proteína feminizada*: la leche y los huevos. De nuevo, los animales son medios para nuestros fines, esta vez como productores de lácteos. Además de la abeja y su producción de miel, los únicos seres que producen alimento con su propio cuerpo son las hembras en edad de procrear que producen leche y huevos. Los animales

---

<sup>153</sup> En la *Política Sexual de la Carne* aparece el extracto de una carta de Ellen G. White de 1896 que habla de proteína animalizada del siguiente modo: “the diet of the animals is vegetables and grains. Must the vegetables be animalized, must they be incorporated into the system of animals, before we get them? Must we obtain our vegetable diet by eating the flesh of dead creatures?” (pág. 197-198 español: “la dieta de los animales es vegetales y granos. ¿Tienen que ser animalizados los vegetales? ¿Tienen que ser incorporados dentro del sistema de los animales, antes de que los tomemos? ¿Tenemos que obtener nuestra dieta vegetal comiéndonos el cuerpo de criaturas muertas?).

hembra son oprimidos por su feminidad y, en esencia, se convierten en nodrizas sustitutas. Estos otros animales son oprimidos como animales *Madre*. Cuando su productividad termina son asesinadas y se convierten en proteína animalizada (Adams, C., 2016, p.198).

### **2.3.2.3. Estudios críticos animales y anticapitalismo**

Tres de los diez principios básicos de los Estudios Críticos Animales anteriormente mencionados (Nocella II et al, 2014, p. xxvii), concretamente del 4 al 6, dejan patente la desvinculación activa de la disciplina con cualquier aproximación llevada a cabo desde el capitalismo para solucionar el problema de los “derechos animales”:

4. Avanza en una comprensión integral de los aspectos comunes de las opresiones, de modo que el especismo, el sexismo, el racismo, el capacitismo, el estatismo, el clasismo, el militarismo y otras ideologías e instituciones jerárquicas se consideran parte de un sistema de dominación global más amplio e interconectado.

5. Rechaza las posiciones apolíticas, conservadoras y liberales con el fin de promover una política anticapitalista y, de forma más general, radical y antijerárquica. Esta orientación busca dismantelar todas las estructuras de explotación, dominación, opresión, tortura, matanza y poder en favor de la descentralización y democratización de la sociedad en todos los niveles y sobre una base global.

6. Rechaza las políticas reformistas, de tema único, basadas en la nación, legislativas o estrictamente de interés animal, a favor de una política de alianzas y de solidaridad con otras luchas contra la opresión y la jerarquía (Nocella II et al, 2014, p. xxvii)<sup>154</sup>.

---

<sup>154</sup> "4. Advances a holistic understanding of the commonality of oppressions, such that speciesism, sexism, racism, ablism, statism, classism, militarism and other hierarchical ideologies and institutions are viewed as parts of a larger, interlocking, global system of domination.

5. Rejects apolitical, conservative, and liberal positions in order to advance an anti-capitalist, and, more generally, a radical anti-hierarchical politics. This orientation seeks to dismantle all

El capitalismo está tan ligado a la explotación de los otros animales que incluso la etimología del término *capital* se halla estrechamente vinculada a esta. Así, del latín *capitālis* (de la cabeza), derivado de *caput*, *capitā*, y a su vez proveniente de la raíz protoindoeuropea \**kaput-*, *cabeza*. La etimología del término, según Nùria Almiron (2016, p. 61) revela “cómo se medía la riqueza en primer lugar: cuantas más cabezas (de “ganado”) más riqueza”. Pensadores como Adam Smith, Anne Robert Jacques Turgot y Karl Marx compartieron el reconocimiento de la importancia del papel que los animales no humanos jugaron en el proceso de acumulación inicial (Hribal, 2014, p. 115).

Según Almiron, la historia de la humanidad, así como los orígenes del capitalismo, están profundamente interconectados con la posesión, explotación y comercio de los otros animales (Almiron, 2016, pp. 61,62). La misma Almiron advierte que “hoy sabemos que el uso y explotación de todos esos seres vivos no ha contribuido al progreso de la humanidad, como se nos ha hecho creer, sino al contrario, a su devastación moral y material” (Almiron, 2016b).

Los individuos vinculados con las industrias que explotan a otros animales demuestran tener clara la relación entre activismo por un mundo vegano y activismo por el fin del capitalismo, al estilo de la tesis defendida por los Estudios Críticos Animales en sus principios. En *Los verdes somos los nuevos rojos* (Will Potter, 2013, p. 267), Potter narra cómo Jonathan Blum, un vicepresidente senior de Yum Brands, la empresa matriz de KFC (Kentucky Fried Chicken, una franquicia de restaurantes de comida rápida especializada en freír a pollos), afirmó en su comparecencia ante el Congreso que los miembros de PETA eran “terroristas”. Y continúa:

“Hablemos claro –dijo-. El objetivo final de PETA es un mundo vegetariano o vegano”. Un mundo que echaría por tierra a empresas como KFC. Bob Stallman, presidente de la Federación Estadounidense de Departamentos Agrícolas (AFBF), afirma que las campañas para mejorar los estándares de bienestar animal son una “guerra animalista” y amenazan el corazón mismo de la in-

---

structures of exploitation, domination, oppression, torture, killing, and power in favor of decentralizing and democratizing society at all levels and on a globalbasis.

6. Rejects reformist, single-issue, nation-based, legislative, strictly animal interest politics in favor of alliance politics and solidarity with other struggles against oppression and hierarchy" (Nocella II et al, 2014, p. xxvii).

industria agrícola. Potter añade: “Su confluencia [la de los movimientos animalistas] es la redefinición de lo que significa ser un ser humano. Estos movimientos no se contentan con crear otra campaña de reciclaje y no quieren que los animales tengan grilletes más grandes ni cadenas más largas. En esencia, cuestionan las creencias fundamentales que han guiado a la humanidad durante miles de años y que, por lo general, no han sido cuestionadas por anteriores movimientos de justicia social: que los seres humanos son el centro del universo y que nuestros intereses son intrínsecamente superiores a los de otras especies y al mundo natural. Todas esas creencias se interponen en contraste directo con la noción del individualismo promovido por la cultura occidental, según un informe de 2008 del Departamento de Seguridad Nacional titulado “Ecoterrorismo: militantes ecologistas y por los derechos de los animales en los Estados Unidos”. El informe señalaba que los movimientos por los derechos animales y ecologistas desafían directamente la civilización, la modernidad y el capitalismo. Su éxito ‘no solo alteraría en lo fundamental la naturaleza de las normas sociales referentes al hábitat del planeta y sus organismos vivos, sino que en última instancia llevaría a un nuevo sistema de gobierno y de relaciones sociales que serían de carácter anarquista y antisistema’ (Will Potter, 2011, p. 268).

Tal y como explica David Nibert, de un modo más académico, en el prólogo del principal texto de referencia para los Estudios Críticos Animales, *Defining Critical Animal Studies* (Nocella II et al. 2014, pp. x-xi), la opresión de los humanos y la opresión del resto de animales por parte de los humanos están profundamente entrelazadas desde tiempos inmemoriales. Nibert recuerda que cuando los humanos comenzaron a cazar de forma habitual grandes animales solo podían hacerlo utilizando armas. Aquellos que tenían más éxito en esas matanzas ejercían un poder creciente, lo que significó la emergencia de las jerarquías.

Según Nibert, una de las primeras consecuencias negativas del surgimiento de jerarquías entre las humanas fue el declive del estatus de las mujeres con respecto a los hombres, ya que la caza era una actividad “predominantemente masculina” (Nibert, 2014, pp. x-xi). Nibert explica cómo “el comienzo de la explotación humana sistémica y

la estratificación social se remonta al advenimiento de la sociedad agrícola, aproximadamente hace unos 10.000 años” (Nibert, 2014, pp. x-xi)<sup>155</sup>.

Los sistemas agrícolas que emergen en ese momento, según el sociólogo estadounidense, estaban relacionados con la explotación de grandes animales, como vacas, caballos, ovejas o cerdos, entre otros, que fueron capturados y explotados como trabajadores (Hribal, 2014, 77-89) y por su carne, fluidos, piel y pelo. Poseer un gran número de estos animales, como se ha mencionado con anterioridad, se convirtió en un signo de riqueza. También de dominio: el trato de los animales como propiedad de los hombres de la élite se extendió a las mujeres, como se ha mencionado antes. Pero no solo a las mujeres. La jerarquización afectó a un número incontable de personas, que serían relegadas a las posiciones socialmente construidas de campesinos, sirvientes o esclavos.

Nibert también vincula la guerra a la explotación animal: “un número creciente de hombres a espaldas de caballos, armados –con armas originalmente creadas para matar a los otros animales– serían enviados por las élites para atacar a otros pueblos para obtener sus animales cautivos y otras fuentes de riqueza” (Nibert, 2014, p. xi)<sup>156</sup>.

Algunas sociedades pasaron a depender casi por entero de la explotación de los otros animales para subsistir, y poco a poco, a lo largo de los siglos y ya en nuestra era, fueron progresivamente incrementando sus necesidades de tierra y agua para un número creciente de animales no humanos cautivos y explotados, lo que acabó suponiendo una destrucción mediambiental de buena parte del continente europeo. La violencia sexual contra las mujeres se convirtió en una práctica militar estándar, e innumerables mujeres fueron esclavizadas por guerreros. Las personas no asesinadas por los guerreros nómadas o forzadas a la esclavitud morían a causa de enfermedades mortales zoonóticas como la viruela, que se desarrolló a partir del hacinamiento de grandes cantidades de otros animales.

---

<sup>155</sup> "The beginning of systemic human exploitation and social stratification can be traced to the advent of agricultural society roughly 10,000 years ago" (Nibert, 2014, pp. x-xi).

<sup>156</sup> "Growing numbers of men on the backs of horses, armed with weapons—originally created for killing other animals—were dispatched by elites to raid other peoples for their captive animals and other sources of wealth" (Nibert, 2014, p. xi).



Las costumbres e instituciones de Eurasia, según Nibert, se propagaron a través del imperialismo y pronto conquistaron el mundo entero. Utilizando caballos como instrumentos de guerra y la carne salada de otros animales como provisiones, las élites europeas fueron en busca de riqueza, que encontraron en parte en forma de pieles, pelo, grasa corporal y dientes de otros animales, así como la tierra y el agua necesarias para expandir las operaciones lucrativas de ganadería. Innumerables personas nacidas en las Américas, África, Australia y otras regiones fueron asesinadas, esclavizadas o desplazadas, mientras que otras perecieron a causa de enfermedades zoonóticas provocadas por los invasores.

Nibert nos muestra que en el siglo XX las guerras no son muy diferentes en su esencia, aunque lo sean en imagen:

“Al adherirse a visiones del mundo patriarcales y agresivas cultivadas por siglos de violencia ligada a la opresión de los otros animales, las élites de las poderosas naciones capitalistas reclutaron a millones de personas para que se matasen entre sí en guerras por los recursos y los mercados. Si bien los caballos ya no eran indispensables para la guerra después de la Primera Guerra Mundial, la carne de otros animales seguía siendo vista como raciones esenciales para los ‘hombres combatientes’” (Nibert, 2014, p. x)<sup>157</sup>.

En palabras de Nibert, “[a] mediados del siglo XX, la expansión de la opresión de los otros animales como alimento a través del Complejo Industrial Animal (AIC por sus siglas en inglés) y la convergencia y el crecimiento del Complejo Industrial Militar (MIC por sus siglas en inglés) comenzaron a generar enormes ganancias” (Nibert, 2014, p.x)<sup>158</sup>. De este modo, Nibert explica que “el AIC y el MIC se convirtieron en sistemas de dominación que se reforzaban mutuamente, continuando el vínculo inextricable en-

---

<sup>157</sup> "Adhering to patriarchal and aggressive worldviews cultivated by centuries of violence linked to the oppression of other animals, elites in powerful capitalist nations conscripted millions of people to slaughter each other in wars over resources and markets. While horses no longer were indispensable for warfare after World War I, the flesh of other animals continued to be viewed as essential rations for "fighting men" (Nibert, 2014, p.x).

<sup>158</sup> "By the mid-twentieth century, the expansion of the oppression of other animals as food through the Animal Industrial Complex (AIC), and the convergence and growth of the Military Industrial Complex (MIC) began to generate enormous profits" (Nibert, 2014, p.x).

tre la opresión de otros animales y la violencia humana que plagaba la historia del mundo" (Nibert, 2014, p. x)<sup>159</sup>.

En la actualidad, en el siglo XXI, Nibert nos explica cómo el Complejo Industrial Animal se esfuerza por duplicar la rentabilidad de la comercialización de los cuerpos de los otros animales, ante el retroceso de las reformas superficiales y la normalización de la vigilancia y represión estatales, disminuyendo para llevar a cabo sus actividades comerciales recursos vitales como el agua dulce, la capa superior del suelo y el combustible fósil, todos ellos cruciales para apoyar a una población humana mundial constantemente en crecimiento:

Ahora, en el siglo XXI, mientras la trayectoria destructiva del capitalismo conduce a prácticas hiperdepredatorias, el retroceso de las reformas sociales modestas y la normalización de la vigilancia y represión estatales, la AIC se esfuerza por duplicar de manera rentable el consumo de animales a nivel mundial para mediados de siglo. Con ese fin, se desperdician masivamente recursos vitales menguantes como el agua dulce, la capa superficial del suelo y los combustibles fósiles, todos ellos cruciales para sustentar una población humana en crecimiento (Nibert, 2014, p. x)<sup>160</sup>.

Además, algunas fuentes aseguran, tal y como reproduce Nibert (2014, p. xi) que la cría de animales para la alimentación humana es responsable de hasta el 51% de las emisiones de gases de efecto invernadero antropogénicas, cifra estimada por Robert Goodland y Jeff Anhang para el Worldwatch Institute de Washington en 2009 (Goodland y Anhang, 2009). Es necesario precisar, no obstante, que dicha estimación es una recalculación de los datos del informe de la ONU-FAO de 2006 Livestock's Long

---

<sup>159</sup> "The MIC and the AIC became mutually reinforcing systems of domination –continuing the inextricable link between the oppression of other animals and human violence that plagued the history of the world" (Nibert, 2014, p.x).

<sup>160</sup> "Now in the twenty-first century, as the destructive trajectory of capitalism is leading to hyper-predatory practices, the rolling back of modest social reforms, and the normalization of state surveillance and repression, the AIC is striving to profitably double the consumption of animal products globally by midcentury. To that end, dwindling vital resources such as fresh water, topsoil, and fossil fuel, all crucial for supporting a growing world human population, are being massively squandered" (Nibert, 2014, p.x).

Shadow, en el que se afirmaba que los animales utilizados como ganado producían más gases de efecto invernadero que todos los medios de transporte combinados (en concreto un 18%, más tarde rebajado a 14%) (Steinfeld et al., 2006).

El calentamiento global ya está produciendo tormentas violentas, inundaciones, sequías severas, incendios forestales y temperaturas récord, todo lo cual reduce las cosechas y hace que la escasez de alimentos en el futuro sea casi segura. Mientras que los fondos de libre inversión, las corporaciones globales y otros inversores del AIC participan en la apropiación de tierras, apropiándose de decenas de millones de acres en África y América Latina para futuras operaciones de ganadería y de piensos para el ganado, los asesores del Complejo Industrial Militar (MIC por sus siglas en inglés) y la “Seguridad nacional” planifican una respuesta militar de cara a la futura escasez de recursos, escasez de alimentos y violencia global.

Almiron (2016a) explica así el fenómeno en un artículo para Eldiario.es: “Si el antropocentrismo especista sobrevive es sólo por dos motivos: la resistencia al cambio de los humanos y el poder de los 'lobbies' económicos”. Pero a la vez nos recuerda: “Es imposible construir sociedades en paz, igualitarias y justas para los humanos mientras sus cimientos se hunden en la violencia contra otras especies”. Evitar un futuro catastrófico requerirá una mayor conciencia del carácter histórico e interrelacionado de la opresión de humanos y no humanos. El campo de los Estudios Críticos Animales se erige como única perspectiva de estudio que promueve el examen empírico de esta opresión interrelacionada, sitúa sus investigaciones en el contexto de las fuerzas estructurales históricas y sociales, reconoce el papel del capitalismo en la promoción de la opresión sistémica de todo tipo y propone estrategias para una acción efectiva. Esta perspectiva se opone a la opresión en cualquiera de sus formas –ya sea capitalista o precapitalista– para avanzar hacia un futuro más socialmente justo, sostenible y pacífico.

### ***2.3.2.2. Incorporación de la perspectiva comunicativa y mediática: los Estudios Críticos Animales de Comunicación***

Una vez definidos los estudios críticos de comunicación y los estudios críticos animales, podemos afirmar que los CAMS o estudios críticos animales y de medios de comunicación son una fusión de los anteriores. Tal y como explican en su artículo Almi-

ron, Cole y Freeman (2018), en el que introducen la disciplina de Estudios Críticos Animales de Comunicación o Critical Animal and Media Studies (CAMS por sus siglas en inglés), los CAMS pretenden dedicarse a estudiar el nicho de investigación o desafío ético que supone introducir a los otros animales en los estudios críticos de comunicación. Ello se pretende hacer tomando inspiración de los Estudios Críticos Animales, que son, en la actualidad, “el área de investigación más consolidado en las ciencias sociales que se dirige a la explotación de los otros animales por parte de los humanos” (Almiron et al., 2018, p. 4).

Según Almiron et al. (2018, p. 6), los precedentes más directos de los CAMS son el trabajo de Carol J. Adams (1990, 2003) y Joan Dunayer (2001), ambas autoras centradas en el papel que juegan los medios de masas en el uso del lenguaje a la hora de legitimar la explotación y ocultar la opresión que supone para ellos. Además de los trabajos de estas autoras, se puede mencionar el trabajo pionero de Claire Molloy (2011) *Popular Media and Animals*; el de Emily Plec (2013) *Perspectives on Human-animal Communication: Internatural Communication*; el de Carrie P. Freeman (2014) *Framing Farming: Communication Strategies for Animal Rights* y el volumen editado por Almiron et al. *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy* (Almiron et al., 2016).

### **Aportación a los Estudios Críticos de Comunicación**

La mayor contribución hasta ahora de los CAMS ha sido la referente al estudio de la representación de los otros animales en los medios de comunicación. Es en este punto donde esta perspectiva coincide con los estudios veganos (ver, por ejemplo, *The Vegan Studies Project*, de Laura Wright (2015) obra en la que examina los discursos sociales y culturales que dan forma a nuestras percepciones del veganismo como categoría identitaria y práctica social).

Según Molloy (2011, p. 13), los discursos mediáticos tienen relevancia a la hora de sostener un rango de construcciones de los otros animales que están conectados, apropiados o cooptados por otros sistemas de producción, por lo que actúan como normalizadores de cierto tipo de prácticas y relaciones. Siguiendo a Almiron et al (2018, p. 7), la investigación realizada en torno a la representación de los otros

animales en los medios de comunicación, en el cine, en la publicidad y en la literatura ha mostrado “la otrificación sistematizada, manipulando y silenciando la realidad de los animales no humanos y las arbitrariedades de su conceptualización”. Al mismo tiempo, y siguiendo a los mismos autores, la representación mediática del veganismo ha tendido a trivializar dicha postura como una opción de estilo de vida que adoptan ciertos consumidores, o incluso una excentricidad peligrosa o ridícula, separando el veganismo como dieta de su denuncia de la explotación de los animales no humanos por parte de los humanos.

El papel clave del capitalismo como fuerza motora de formas de opresión interrelacionadas, ligando inseparablemente a la opresión de todos los animales –humanos y no humanos– es real (Nibert, 2002; Taylor and Twine, 2014). Sin embargo, la interrelación de las violencias que afectan a todos ellos ha sido hasta hace muy poco un tema totalmente ausente de los Estudios Críticos de Comunicación, por lo que dichos estudios han resultado limitados en su comprensión de la violencia. Las investigaciones de CAMS ya han comenzado a demostrar lo prolífico y esclarecedor que resulta llenar este vacío (Almiron et al, 2016, p. 8). Al ampliar el enfoque para incluir también la opresión que los humanos imponen sobre los otros animales, se nos revela la magnitud, profundidad y complejidad que tiene la violencia humana, y el papel que la comunicación desempeñan en ella, y cómo el papel de los medios de comunicación en la fabricación del consentimiento de esta operación y explotación de los no humanos es central, “precisamente tan central como lo es la opresión para los humanos, esta extensamente documentada por académicos de los estudios críticos de medios” (Almiron, 2012, p. 20)<sup>161</sup>.

#### **2.4. Antecedentes de esta investigación**

Dentro de la disciplina de los Estudios Críticos Animales, en la que se enmarca la presente revisión literaria por tratarse del enfoque de investigación seleccionado para este trabajo, se vienen tratando los problemas derivados del proceso de obtención y comercialización de leche mediante la explotación de vacas y otros animales, desde hace algo más de una década.

---

<sup>161</sup> “Just as central as it is for the oppression of humans; the latter extensively documented by critical media scholars” (Almiron, 2012, p. 20).

La amplia problemática que se deriva de este tipo de explotación se ve representada por la variedad de cuestiones atendidas por los investigadores y la pluralidad de disciplinas desde las que se abordan los diferentes problemas en la cuestión de los lácteos, que, como veremos a continuación, ha sido estudiada desde diversos prismas, aún dentro de los Estudios Críticos Animales. Es preciso señalar que, durante la realización de la presente revisión literaria, se ha llegado a la conclusión de que cuando la problemática de la explotación de las vacas es abordada desde un enfoque de Estudios Críticos Animales a menudo la cuestión se trata desde un punto de vista interseccional. Es decir, con una visión que es capaz de detectar diferentes tipos de opresiones que se ejercen al mismo tiempo sobre algunos sujetos, por ejemplo una opresión sexista combinada con una opresión colonialista o racista.

Existen hasta la fecha muy pocas recopilaciones académicas temáticas sobre los lácteos, llevadas a cabo desde una visión de Estudios Críticos Animales. Una de ellas es el libro *Making Milk: The Past, Present and Future of Our Primary Food*, editado por Mathilde Cohen y Yoriko Otomo (2017). Otro recopilatorio es el Volumen 7, número 2 (2018) del *Animal Studies Journal* de la Universidad de Wollongong en Australia, editado por Melissa Boyde. A lo largo de la presente revisión literaria iremos comentando individualmente los artículos que componen este número que están más directamente relacionados con lo estudiado en nuestra investigación, ordenados dentro de los temas en los que se inscriben. Aunque todos estudian la problemática de la explotación de las vacas, cada autora después incide en unos aspectos en concreto.

Además de estas compilaciones, existe una serie limitada de libros, que por su amplio tratamiento de la problemática de la industria láctea, preferimos no inscribir en ningún tema en concreto. Al tratarse de publicaciones multienfoque, y por lo tanto más genéricas, empezamos esta revisión por ellas.

Uno de estos textos es el libro de la canadiense Élise Desaulniers, de título *Vache à Lait* (2015) en su versión original, y *Cash Cow* en su traducción al inglés, que aborda los problemas de la industria láctea en diez capítulos, en los que desmiente los diez mitos existentes en torno a la leche procedente de vacas. En el primer capítulo, "La leche es natural", explica que ni siempre se ha bebido leche ni todas las culturas lo hacen o hicieron; habla de la intolerancia a la lactosa y afirma que la leche de vaca no

es un sustituto exacto de la leche humana. En "La leche produce huesos saludables", habla de la vitamina D y el calcio y de sustitutos vegetales a la leche animal. En "Un vaso de leche es bueno, pero dos es mejor" incide en varias problemáticas de la leche de vaca en cuanto a su insalubridad, discutiendo acerca de hormonas, alérgenos, lactosa, grasa saturada y colesterol, pesticidas y casomorfina. A continuación, "Podemos confiar en los expertos" es un capítulo muy relacionado con el tema de esta investigación al abordar las revisiones de la Food Guide, la independencia de los investigadores patrocinados por industrias lácteas y de las guías dietarias de los granjeros de Canadá, para terminar concluyendo que uno de los mayores problemas de la leche animal es que es un área gris, en la que es difícil posicionarse de forma extrema. Así Desaulniers afirma que

la leche es más agua que azúcar; contiene nutrientes necesarios para la buena salud, y aquellos que argumentan esto hacen bien su trabajo. El problema es que esos nutrientes también se encuentran en otros alimentos. Ahí es donde la influencia de la industria entra en juego, sobre todo cuando afirma, en la base de ciertos estudios, que necesitamos leche para estar saludables y que debemos tenerla en todos los colegios (Desaulniers, 2015, p. 63).

El libro prosigue precisamente con el capítulo "Los niños en edad escolar necesitan leche", donde problematiza la educación que se da a la infancia, mostrándoles a través de palabras y hechos (el reparto de leche) que la leche es algo bueno para ellos. En este capítulo menciona también la publicidad. En "Si las vacas fueran infelices no producirían leche" penetra en la vida de las vacas, menciona el "final infeliz", es decir, la muerte de las vacas al final de su vida *útil* (para la industria), y asocia la ideología carnista desarrollada por Melanie Joy al consumo de leche. En "El abuso animal es ilegal" habla de la legislación que regula la industria láctea y sobre bienestar animal. En "El queso es ecológico" entra en la problemática ambiental que supone la producción del queso. En "Es una industria como otra cualquiera" habla de las especificidades de la industria láctea, que incluye un apego emocional (se representa como un producto *nacional*, de *nuestra tierra* y se representa a los *ganaderos* que explotan a las vacas como una especie de guardianes de esta tierra en una idea romantizada) cuando en realidad representa un lobby poderoso. Quizá por estos motivos, "escapa a las reglas usuales de la oferta y la demanda [hace referencia a las ayudas y a las cuotas guber-

namentales] sin dejar de ser uno de los mayores anunciantes del país"(2015, p. 116). Finalmente el texto termina con "Nunca podría vivir sin queso", explicando el poder de la costumbre, de la casomorfina relacionada con el consumo de lácteos como elemento que induce a la adicción de productos como el queso:

El sabor del queso puede resultar adictivo, pero también se dice que contiene varios compuestos de la familia de la morfina. Desde hace años se sabe que la fermentación requerida para producir queso es una fuente de casomorfina, proteínas que tienen propiedades analgésicas similares a aquellas de la morfina. Digerir leche también produce casomorfina –la caseína, la principal proteína de la leche, se destruye durante este proceso y libera aminoácidos que se agrupan en cadenas de casomorfina. Finalmente, la leche contiene pequeñas cantidades de morfina "pura" producida naturalmente por las vacas. Y morfina significa adicción (Desaulniers, 2015, p. 129).

El libro de Désaulniers termina con un epílogo en el que explica cómo sustituir los productos lácteos animales en una dieta basada en vegetales –tanto la leche de las vacas, que se sustituye mediante leches vegetales como "la de trigo sarraceno, avena, cebada, arroz, soja, almendra, etc." (2015, p. 141), como los productos lácteos disponibles comercialmente como "cremas, yogures, helados y mantequillas", que hoy en día pueden ser sustituidos "por productos que aparecen cada día y están disponibles en tiendas de alimentación y en herboristerías" (2015, p. 143). También propone "hacer tus propios productos lácteos basados en frutos secos y semillas" (2015, p. 143), para los que aporta recetas tanto para elaborar leche como yogur y crema.

Désaulniers ofrece en su libro una visión muy crítica, no solo con la industria de la leche sino con la actividad en sí de la explotación de las vacas por su leche. En este sentido, se trata de una obra sumamente importante para la presente investigación, y un buen punto de partida para este trabajo, que recoge la visión de los estudios críticos animales, a través de realizar una crítica excelentemente estructurada. A la vez, la presente investigación complementa el trabajo de Désaulniers en cuanto al contexto geográfico. Su libro tiene como base geográfica la zona del Norte de América, específicamente Canadá, mientras que la presente investigación está anclada en la Unión Europea.



Otro volumen completamente dedicado a la problemática de la industria láctea, y que aborda varios de sus inconvenientes es el libro de Kathryn Gillespie *The Cow with Ear Tag #1389* (2018). En su libro, Gillespie explica que, al contrario de lo que sucede en la industria de la carne, la industria láctea goza de una reputación relativamente benigna, ya que la mayoría de las personas que consumen lácteos desconocen el sistema de explotación al que están sometidas las vacas por su leche. A través de sus páginas, la autora explora cómo la práctica de explotar a las vacas para obtener leche es solo un eslabón en una cadena que afecta a los animales de todo el espectro agrícola. Gillespie se adentra en las granjas, en las subastas de animales, en los mataderos y en las plantas de procesado, para mostrar a las lectoras cómo se convierte a una vaca en comida. La obra está dividida en cuatro partes: 1) Una política de acceso, que analiza los mecanismos legales y políticos que configuran el acceso a la producción de alimentos. 2) Género, sexualidad y especies, que examina las materialidades de género de los animales en la industria láctea. 3) Lugares de mercantilización material y discursiva, que examina cómo los lugares son centrales a la cosificación de los cuerpos de los animales. 4) Paradigmas educativos, que explora cómo los programas educativos reproducen la institución de la agricultura animal. A través de las historias de individuos humanos y no humanos, el trabajo de Gillespie llama la atención sobre la posibilidad de duelo de las vidas y muertes animales en el sistema alimentario como acto de hacer lo personal político.

Este volumen es un punto de partida y una fuente de información de gran valor para el presente trabajo, pues es una investigación completa de los diferentes conflictos éticos en torno a la explotación de las vacas por su leche. Es muy interesante, a su vez, el trabajo de investigación de campo que realiza la autora para documentarse. Por otra parte, al igual que el anteriormente mencionado libro de Désaulniers, la obra de Gillespie también está centrada en el continente americano, específicamente Estados Unidos. En este sentido, es un complemento a la presente investigación y viceversa. Aunque la problemática ética de la explotación de otros animales por su leche se mantiene intacta a ambos lados del océano Atlántico, hay ciertas condiciones y procedimientos que son diferentes en los dos continentes.

A continuación, pasaremos a revisar la literatura existente en torno a la problemática láctea, organizada por los temas en los que más incide cada una de estas obras; se

han dividido las temáticas en cuestiones generales como el capitalismo, el sexismo y patriarcado, racismo, etc.

#### **2.4.1. Leche de vaca, sexismo, patriarcado**

La investigación centrada en sexismo y patriarcado se sitúa en una perspectiva feminista y destaca que la explotación para conseguir leche es un tipo de aprovechamiento específico ejercido sobre los cuerpos de las hembras. Este tipo de estudios subrayan que lo que se explota son, en definitiva, las habilidades reproductivas de cierto tipo de mamíferas, sobre todo de vacas, pero sin olvidar también otros animales a los que se explota por su leche como las cabras y las búfalas.

Hoy en día existe una amplia gama de obras que relacionan la explotación animal con la opresión sexista, y a continuación exploraremos aquellas que, entre estas, abordan el problema concreto de la explotación animal por su leche. Entre las autoras que han abordado las problemáticas de la obtención de leche de otras especies desde un punto de vista feminista destaca Carol J. Adams, quien profundizó en esta cuestión a través de publicaciones como "Feminized Protein: Meaning, Representations, and Implications" (Adams, C.J.; en Cohen M. y Otomo, Y., 2017); "Provocations from the field: Female Reproductive Exploitation Comes Home" (Adams, C.J., 2018); "'Mad Cow' Disease and the Animal Industrial Complex: An Ecofeminist Analysis" (Adams, C.J., 1997); "Viewpoint Pity the Poor Mad Cow: A View from the United States" (Adams, C.J., 1997); *Animals and women: Feminist theoretical explorations* (Adams, C.J. y Donovan, J., 1995); *Neither Man nor Beast: Feminism and the Defence of Animals* (Adams, C.J., 1995); y "The Feminist Traffic in Animals" (Adams, C.J., 1993).

A través de toda su obra, Adams utiliza un marco ecofeminista que "reconoce una explotación específica de los animales hembras y las consecuencias medioambientales de adherirse a una visión del mundo patriarcal" que cosifica a los animales. Dicho marco ecofeminista postula que "la dominación del resto de la naturaleza está ligada a la dominación de las mujeres, y ambas nominaciones deben ser erradicadas. (...) Muchas escritoras ecofeministas han demostrado cómo la explotación animal es un aspecto del naturismo, incorporando atención específica al estatus de los animales en una crítica más amplia del mundo natural" (1997, p. 2).

Una de las aportaciones más relevantes de Carol J. Adams es la de la política sexual de la carne, que también desarrolla para el caso de la explotación por leche. En “The sexual politics of dairy” Adams extiende su política sexual de la carne a los lácteos, poniendo de manifiesto que la “capacidad productiva” de los animales hembras es su “capacidad reproductiva”. Ya en *La política sexual de la carne* Adams acuñó el término “proteína feminizada” para hablar de los huevos y los lácteos. Con dicho concepto, Adams pretendía “llamar la atención sobre el uso de los ciclos reproductivos de los animales hembras para producir alimentos. Su trabajo es su capacidad reproductiva” (“Their labor is reproduction”) (1997, pág. 31). Por lo que para ellas, “la esfera de producción” y la “esfera de reproducción” sería lo mismo.

Adams cita a Barbara Noske, comentando que los “trabajadores animales” no “vuelven a casa”, porque están explotados 24 horas al día:

Mientras que para los hombres el hogar y el trabajo están separados, y para las mujeres el trabajo está en el hogar también, los "trabajadores" animales no pueden "irse a casa" en absoluto. La industria animal moderna no les permite "irse a casa" –son explotados 24 horas al día–. En el caso de los animales, el "hogar" mismo ha sido puesto bajo el control de la fábrica. De hecho, a menudo es la esfera de la reproducción (apareamiento, cría, puesta de huevos) la que el capitalista busca explotar (Noske, 1989, p. 17)<sup>162</sup>.

Otro concepto interesante que maneja Adams es el de “animal terminal”, con el que entendemos que los animales explotados son seres cuya característica definitoria es su muerte próxima, definida por el tipo de explotación que se lleve a cabo con ellos. En el caso de las vacas su terminalidad se aplaza hasta el momento en el que la explotación de sus capacidades reproductivas deja de dar el beneficio considerado como suficiente. Precisamente, con respecto a la encefalopatía espongiforme bovina, Adams nos hace ver que “sin la esperanza de vida de la vaca *trabajadora* el agente infeccioso no hubiera tenido la oportunidad de manifestarse”, debido al periodo de incubación de

---

<sup>162</sup> “While for the male home and work are separate, and for the female work is in the home as well, animal “workers” cannot “go home” at all. The modern animal industry does not allow them to “go home” –they are exploited 24 hours a day. In the case of animals the “home” itself has been brought under factory control... Indeed, it is often the sphere of reproduction (mating, breeding, the laying of eggs), which the capitalist seeks to exploit” (Noske, 1989, p. 17).

la enfermedad. Puesto que las vacas tienen un uso comercial estando vivas, su terminalidad se alarga:

Sin el periodo de vida de la vaca "trabajadora" en Gran Bretaña, el agente infeccioso no tendría la oportunidad de manifestarse. El animal terminal promedio no vive lo suficiente como para manifestar los síntomas de la enfermedad. Es solo porque las vacas lecheras tienen un propósito comercial cuando están vivas que viven lo suficiente para manifestar los síntomas (Adams, 1997, p. 31)<sup>163</sup>.

En este sentido, y siguiendo a Adams, a las vacas, a las que Adams denomina "animales terminales" se las explota doblemente, y por eso según la autora viven más tiempo que otros animales explotados: mientras viven, se las explota por sus capacidades reproductivas de las que se pueden sacar leche y bebés (Adams, 1997, p. 32).

Adams valora también, a lo largo de toda su obra, la devaluación de las mujeres. Y recuerda que "vaca" (*cow*) es un insulto con el que se trata a las mujeres, cuando se quiere peyorativizar al género femenino, cualificando a algunas mujeres de aburridas o gordas. Con respecto a la cuestión de la enfermedad de las "vacas locas" Adams lo relaciona con un lugar común en el que a menudo se tacha a las mujeres de "locas" como arma patriarcal contra sus quejas o comportamientos ("histérica").

Otras autoras que han estudiado el fenómeno de la explotación de otros animales por su leche materna son Mathilda Arvidsson, que pone el enfoque en los cuidados (Arvidsson, 2017) y Lynda Birke, que incide en cuán importante es para el feminismo cómo se configuran los animales, a pesar de que reconoce que los no humanos no suelen incorporarse en el pensamiento feminista (Birke, 2007). Joan Dunayer, en su capítulo "Sexist Words, Speciesist Roots" (1995, pp. 11-16) incide en la utilización del lenguaje como forma de opresión tanto sexista como especista, aludiendo al término "vaca" cuando es empleado como insulto para las mujeres, y destacando que la vaca explotada por su leche es explotada como cuerpo femenino (1995, p.13).

---

<sup>163</sup> "Without the life span of the "working" cow in Great Britain the infectious agent would not have an opportunity to manifest itself. The average terminal animal does not live long enough to manifest the symptoms of the disease. It is only because dairy cows have a commercial purpose when alive that they live long enough to manifest the symptoms" (Adams, 1997, p. 31).

Dentro de los planteamientos feministas, Erika Cudworth aporta una visión inteseccional y hace alusión al término "antropatriarcado" para explicar cómo diferentes opresiones confluyen en el especismo (2008, 2011, 2014). En esta misma línea, es de resaltar el trabajo de fin de máster de Jana Canavan, "Intersectional oppression across species boundaries: Swedish dairy production as force of oppressive ideology and practice" (2016), en el que a través de entrevistas realizadas a granjeros que trabajan para la industria láctea la autora descubre cómo son los propios granjeros. A través del lenguaje los granjeros sexualizan y cosifican con un enfoque de género a las vacas a las que explotan por su leche (Canavan, 2016). En sintonía con esto, Tessa Cunningham explica, basándose en la teoría del referente ausente de Carol J. Adams, que el reflejo del consumo de leche y su relación con esta en la sociedad patriarcal occidental está profundamente arraigado en los estereotipos, las desigualdades y las injusticias de género, afirmando que "el recordatorio de la conexión entre madres humanas y no humanas contribuye al tabú de la lactancia materna pública y tiene como resultado una explotación y una objetificación que refleja el estatus de las madres vacas confinadas en granjas de productos lácteos" (Cunningham, 2015).

Carmen M. Cusack va más allá para declarar abiertamente que "las vacas son víctimas de violación pero las feministas las ignoran" (Cusack, 2016). Explica así en su artículo divulgativo en línea "El feminismo y las prácticas de reproducción animal: Dónde trazar la delgada frontera entre lo mío y lo bovino" (2016) que "aunque la teoría feminista –que declara que los órganos sexuales femeninos no deben ser mercantilizados ni ser objeto de abuso– podría aplicarse a la industria láctea, la diferencia que establece la ley entre animales y humanos hace posible que las feministas se adjudiquen el privilegio de constituir una clase superior y protegida" Cusack presenta en este trabajo una descripción detallada del abuso sexual del que son objeto las vacas explotadas por su leche y expone varias ideas ecofeministas. La autora termina con la propuesta, dirigida a las mujeres feministas, de adoptar una teoría ecofeminista "para relacionar la explotación y el sufrimiento de los animales y de las mujeres".

Karen Davis, en el capítulo que escribió para el crucial libro *Animals and Women: Feminist Theoretical Explorations*, editado en 1995 por Carol J. Adams y Josephine Donovan, titulado, "Thinking Like a Chicken: Farm Animals and the Feminine Connection", cuenta cómo no fue hasta que contaba con "treinta y tantos años de edad",

cuando, siendo "cuasivegetariana" se dio cuenta de que las vacas tenían que ser constantemente preñadas para dar leche. Esto le permitió pasar a considerar poco después que las vacas explotadas por su leche y las gallinas explotadas por sus huevos son la épitome de la explotación del sistema reproductivo de los animales explotados en granjas. Su visión triangula el feminismo, los animales explotados en granjas y la ecología profunda.

Otras autoras, como Annalisa Zabonati (2015) inciden también en relacionar la opresión de las mujeres humanas con la de los animales no humanos.

En "Uddering<sup>164</sup> the other: Androcentrism, ecofeminism, and the dark side of anthropocentric marketing", Lorna Stevens, Matthew Kearny y Pauline Maclaran (2013) miran, tal y como ellas explican, al "lado oscuro del antropomorfismo", explorando la representación de las vacas en la publicidad contemporánea. El estudio comienza rastreando la representación de las vacas en la cultura, como objeto a la vez reverenciado y profanado, relacionado con la naturaleza y con "lo femenino". A continuación, ofrecen una perspectiva histórica de la representación de las vacas en publicidad, destacando algunas de las controversias, que les lleva a una consideración del ecofeminismo y temas relacionados con éste, como el ecologismo y con el género. El argumento central de las autoras es que una visión antropocéntrica del mundo ha llevado a posicionar a las vacas en publicidad como "el Otro". Aplicando un análisis ecofeminista, las autoras identifican una narrativa general de "dominio benevolente" de vacas "felices" en los anuncios, donde muchos de ellos muestran a las vacas antropomorfizadas. Las autoras concluyen que una lente ecofeminista nos permite desenmascarar ese "lado oscuro del antropomorfismo" en la comercialización de lácteos.

La autora Yamini Narayanan desarrolla también una perspectiva feminista en su artículo "¡Cow is a mother, mothers can do anything for their children!". Gaushalas as landscapes of anthropatriarchy and Hindu patriarchy" (Narayanan, 2019), que habla de las aushalas, o refugios de vacas, y estudia el patriarcado hindú como comodificador de

---

<sup>164</sup> En el título de esta publicación hacen un juego de palabras en inglés "uddering the other" imposible de traducir al castellano, en el que relacionan la palabra udder, ubre, con la palabra other, otro. Así, a través de la explotación de las vacas mediante el ordeño de sus ubres, se realza el binarismo de la "otredad", la clasificación como diferentes, "otros", de los animales vacas frente a los animales humanos.

los cuerpos de las mujeres y de las vacas como "madres" y guardianas culturales de una "civilización hindú pura".

Constance Russell y Keri Semenko, en su capítulo "We take 'cow' as a compliment: Fattening humane, environmental, and social justice education" (2016), exploran la palabra "vaca" como insulto machista, en el que hay mucho que desenmarañar desde el punto de vista interseccional dadas sus "raíces relacionadas con la gordofobia, machismo y especismo".

En otros casos, las investigadoras han prestado atención a la lactancia de las humanas, especialmente a aquellas mujeres que, por una cuestión de necesidad económica, "daban" su leche materna a niños y niñas de clases más altas. Julie P. Smith ejemplifica cómo "las instituciones patriarcales han controlado el derecho de propiedad de las mujeres, así como las recompensas económicas de su productividad, incluyendo su trabajo reproductivo" (2017, p. 119), exponiendo la problemática de este tipo de trabajo: fertilidad, lactancia y crianza en su capítulo "Markets in Mother's Milk: Virtue or Vice, Promise or Problem?". Smith destaca los estigmas sociales padecidos por las nodrizas en el siglo XIX, todas ellas pobres o de clase trabajadora, cuya leche estaba, según los expertos médicos "contaminada por sus fallas morales" (2017, p. 123).

En este sentido, también Hannah Ryan escribe acerca de la invisibilización de las nodrizas en el capítulo 9: "Cow's Milk is for Calves, Breastmilk is for Babies", donde explica que la imagen de la nodriza significaba "separación" pues las nodrizas debían separarse de sus propios hijos para poder atender a los niños de clases más altas (2017, p. 180).

#### **2.4.2. Leche de vaca y capitalismo**

Desde los Estudios Críticos Animales se ha desarrollado, desde sus inicios, una crítica al sistema capitalista, si bien no como causa de la explotación de los otros animales, puesto que está demostrado que dicha explotación existía antes de la instauración del capitalismo, sí como un sistema que multiplica el número de animales explotados, y lo justifica y normaliza (Nibert, D. 2013). En esta línea, entre las autoras y autores que abordan la problemática de la producción y comercio de lácteos se puede encontrar este análisis realizado desde una posición anticapitalista.

David Nibert, activista y profesor de sociología en la Wittenberg University, ha escrito profusamente sobre la opresión animal y la violencia humana y la relación de ambas con el capitalismo, afirmando cómo "el saqueo y la violencia generalizados de los europeos en el hemisferio occidental proporcionaron gran parte de la riqueza y los recursos necesarios para transformar el estancado orden feudal en un nuevo sistema económico dominado por la élite: el capitalismo"<sup>165</sup>, explicando a la vez cómo mediante este control y violencia de los otros animales se ha posibilitado el control, la opresión y la guerra durante miles de años (Nibert, D. 2002, 2012, 2013, 2014, 2017). Utilizando un enfoque materialista histórico, Nibert relaciona la opresión de los animales con la opresión humana, con el surgimiento y propagación de enfermedades, con daños al medio ambiente y con conflictos a nivel nacional e internacional, elaborando una crítica al capitalismo, incidiendo en la opresión sufrida por no humanos y humanos, a lo largo de su investigación en párrafos tan ilustrativos como el que sigue:

Es una lástima que Adam Smith no esté presente para denunciar la economía global dominada por las empresas, en la que las élites empresariales multinacionales esencialmente han asumido el papel de las antiguas leyes monárquicas y aristocráticas cuyo control de la economía él tanto criticó. (En este sentido, es desafortunado que Karl Marx no esté aquí para criticar aquellos sistemas que han afirmado estar basados en sus visiones). Smith aparentemente no previó cómo un impulso para el beneficio personal en gran medida no regulado, podría pervertir el sistema que él creía que serviría mejor a la humanidad. El impulso interminable, en espiral y egoísta enfocado hacia los beneficios, expansión, mayores ganancias, e incluso más expansión –al mismo tiempo que crea enormes capacidades y potencialidades tecnológicas (que bien podrían haberse desarrollado de todos modos, a través de un orden económico mucho menos opresivo e incluso humano y socialmente justo)– se ha dado a un precio devastador para innumerables humanos y otros animales, del pasado y del presente. Mientras tanto, creciendo cada vez más amplio y

---

<sup>165</sup> "the widespread plundering and violence by Europeans in the Western Hemisphere provided much of the wealth and resources necessary to transform the stagnating feudal order into a new elite-dominated economic system –capitalism" (Nibert, 2013, p. 61).



más fuerte en medio de esta opresión laberíntica y entrelazada del siglo XXI, está la agroindustria dominada por las corporaciones (Nibert, 2002, p. 95)<sup>166</sup>.

Nibert problematiza tanto el acto como el concepto de "domesticación" de los otros animales, ya que entiende que, aunque es un concepto típicamente visto como algo benigno, "la práctica de capturar y oprimir vacas, ovejas, cerdos, caballos, cabraras y otros animales grandes y sociables para uso humano (...) socavó el desarrollo de un mundo justo y pacífico" (Nibert, 2013, pp. 1-2)<sup>167</sup>. En su obra *Animal Oppression & Human Violence. Domesecration, Capitalism, and Global Conflict* (Nibert, 2013), Nibert examina los patrones de opresión de grandes números de animales llevados a cabo por las élites para obtener alimento y recursos en diferentes sociedades y en diferentes momentos históricos como un motor para la invasión y la conquista. El presenta la "mayoría de usos humanos de otros animales, pasados y presentes, como violencia – como el tratamiento poco ético y chauvinista de los otros habitantes del planeta–" (Nibert, 2013, p. 4)<sup>168</sup>, y acuña el concepto "domesecration" como alternativa a la palabra "domestication", al comprobar que las definiciones para la palabra domesticación son demasiado positivas, que describen la domesticación como una "cooperación benigna" o "benign partnership" (Nibert, 2013, p. 12) y que dicho término no logra reconocer "la opresión inherente en esta forma de explotación animal" (Nibert, 2013, p. 12)<sup>169</sup>. Para Nibert, la domesticación no era para nada una cooperación o asociación, "sino más bien, una extensión significativa de la violencia sistémica y la explotación"

---

<sup>166</sup> "It is too bad Adam Smith is not around to denounce the corporate-dominated global economy, in which multinational business elites essentially have taken on the role of the former monarchical and aristocratic elites whose control of the economy he so criticized. (For that matter, it is unfortunate Karl Marx is not here to critique those systems that have claimed to be built on his visions.) Smith seemingly did not foresee how a largely unregulated drive for personal profit could pervert the system he believed would best serv humankind. The endless, spiraling, and egotistical drive for profits, expansion, greater profits, and even more expansion –while creating some enormous technological capabilities and potentials (which might well have been developed anyway, through a far less oppressive and even humane and just social and economic order)–has come at a devastating price for countless humans and other animals, past and present. Meanwhile, growing ever larger and stronger in the midst of this labyrinthine and intertwined oppression of the twenty-first century is corporate-dominated agribusiness (Nibert, 2002, p. 95)"<sup>166</sup>.

<sup>167</sup> "The practice of capturing and oppressing cows, sheep, pigs, horses, goats, and similar large, sociable animals for human use (...) undermined the development of a just and peaceful world" (Nibert, 2013, pp. 1-2).

<sup>168</sup> "In presenting most human use of other animals, past and present, as violence –as the unethical and chauvinistic treatment of the other inhabitants of the planet" (Nibert, 2013, p. 4).

<sup>169</sup> "to acknowledge the oppression inherent in this form of animal exploitation" (Nibert, 2013, p. 12).

(Nibert, 2013, p. 12)<sup>170</sup>. Es interesante plasmar a continuación su visión sobre la "domesticación" y su explicación para el término "domeseccration":

El surgimiento y la práctica continuada de capturar, controlar, y manipular genéticamente a otros animales para uso humano viola la santidad de la vida de los seres sintientes involucrados, profanando sus mentes y cuerpos para facilitar su explotación: se puede decir que han sido "domeseccrated" [juego de palabras entre los términos ingleses para "domesticación" y "profanación" o "desacralización"]. La "domeseccration" es la práctica sistémica de violencia en la que animales sociales son esclavizados y manipulados biológicamente, lo que resulta en su cosificación, subordinación y opresión. A través de la "domeseccration", muchas especies de animales que vivieron en la tierra durante millones de años, incluidas varias especies de mamíferos euroasiáticos grandes y sociables, llegaron a ser considerados como meros objetos, y su propia existencia se reconoció solo en relación con su explotación como "animales para alimentación" u otras posiciones similares construidas socialmente que reflejan diversas formas de explotación (Nibert, 2013, p. 12)<sup>171</sup>.

Jana Canavan, en su capítulo "Happy Cow" Welfarist Ideology and the Swedish "Milk Crisis": A Crisis of Romanticized Oppression (2017), examina la explotación de bóvidos por parte de la industria láctea sueca, como expresión de varias normas sociales interrelacionadas. Canavan destaca que son el capitalismo y una fuerte creencia en el excepcionalismo humano los proveedores de marcos ideológicos clave para las normas y relaciones sociales, articuladas por jerarquías y creencias rígidas que justifican

---

<sup>170</sup> "Was no partnership at all, but, rather, a significant extension of systemic violence and exploitation" (Nibert, 2013, p. 12).

<sup>171</sup> The emergence and continued practice of capturing, controlling, and genetically manipulating other animals for human use violates the sanctity of life of the sentient beings involved, and their minds and bodies are desecrated to facilitate their exploitation: it can be said that they have been *domeseccrated*. *Domeseccration* is the systemic practice of violence in which social animals are enslaved and biologically manipulated, resulting in their objectification, subordination, and oppression. Through domeseccration, many species of animals that lived on the earth for millions of years, including several species of large, sociable Eurasian mammals, came to be regarded as mere objects, their very existence recognized only in relation to their exploitation as "food animals" or similar socially constructed positions reflecting various forms of exploitation (Nibert, 2013, p. 12).

la dominación y la explotación de los otros animales como forma de conseguir satisfacer *necesidades* y llevar a cabo el privilegio de los humanos.

La investigadora y activista, además de su visión anticapitalista, también provee una visión interseccional, y problematiza a su vez el aspecto de género de la opresión llevada a cabo por la industria láctea. La autora muestra, a través de ejemplos de la industria láctea sueca, relacionados con ideas y valores de bienestarismo animal, cómo el binarismo humano/no humano operado en las industrias de explotación animal y la cosificación implícita de los otros animales posibilita y refuerza a su vez el capitalismo.

### **2.4.3. Leche de vaca, colonialismo**

Otro enfoque posible a través del cual es posible estudiar la problemática de la leche, siempre desde la visión de los Estudios Críticos Animales, es el que pone énfasis en el anticolonialismo. En este sentido han trabajado Mathilde Cohen y Yoriko Otomo, sobre todo a partir del libro que editaron juntas, publicado en 2017: *Making milk: the past, present and future of our Primary Food*. Este libro, de gran valor para la presente investigación por su exhaustividad en torno al tema que nos ocupa, se divide en cuatro partes: "Drinking Milk", "Making Milk", "Queering Milk", y "Thinking about Plant Milk".

Dentro de la obra editada por Cohen y Otomo, en el capítulo 4, "Unreliable Matriarchs", Melanie Jackson y Esther Leslie describen la leche como "un puente entre cuerpos". En el capítulo 5, "The Mechanical Calf: On the Making of a Multispecies Machine", Richie Nimmo explora otros puentes que tiende el consumo de leche, aludiendo a la leche "no como una sustancia natural simple, sino un ensamblaje que interconecta a los humanos y a los animales, la reproducción y la producción, cuerpos y tecnologías, estados y mercados, cultura y naturaleza.

Continuando con el enfoque anticolonialista, en el capítulo 3, "Growing a Nation: Milk Consumption in India since the Raj", Andrea S. Wiley describe cómo la leche y la cultura de los lácteos en India fueron utilizados como herramienta de retórica anticolonial.

Greta Gaard presenta en su artículo "Toward a Feminist Postcolonial Milk Studies" (2013) diferentes marcos teóricos desde los que es posible estudiar las diferentes problemáticas de los usos de la leche en diferentes "naciones, géneros, razas, especies y ambientes", explicando que cada uno de los campos ofrece perspectivas específicas

de conocimiento, ignorando otras. Lo que propone Gaard es unir los siguientes campos de conocimiento a través de un nuevo campo interseccional de los estudios feministas poscoloniales de leche, una perspectiva “capaz de interrogar las asunciones culturales complejas y múltiples y las prácticas materiales articuladas en torno a la leche”.

Gaard comienza argumentando que una perspectiva feminista sería una “base lógica”, puesto que “la leche es producida por hembras mamíferas”. Greta Gaard explica que “el feminismo, desde el comienzo, siempre ha sido un movimiento por la justicia”, que “pone las vidas de los seres oprimidos en el centro de la cuestión a investigar” y que tiene como objetivo “principal mejorar las vidas y las condiciones materiales de los oprimidos”.

El segundo marco teórico que propone es el de “los estudios de alimentos” o “food studies” dado que estos argumentan que “la historia de los alimentos es una historia de ideas, y la leche no es una entidad homogénea sino una que tiene varios significados y composiciones en diferentes contextos históricos y culturales”. En este prisma estarían Deborah Valenza (*Milk: a Local and Global History*, 2011) y Anne Mendelson (*Milk: The Surprising Story of Milk through the Ages*, 2008), que trazan la historia del consumo humano de leche a través de los últimos 5.000 años.

En este punto hace un buen resumen del uso contemporáneo de la leche, narrando que tanto en Gran Bretaña como en Estados Unidos, a fue a partir de 1850 cuando la leche fue producida a gran escala, como un líquido altamente perecedero de producción urbana, con los hitos importantes del transporte por ferrocarril, y finalmente reparto de puerta a puerta.

Hasta su esterilización o pasterización en la década de 1920, la leche fue uno de los problemas de salud más importantes de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, transmitiendo infecciones de varios tipos, junto con enfermedades epidémicas como la fiebre escarlata, el tifus y la tuberculosis.

Los menores a los que se alimentaba con leche también enfrentaban altas tasas de morbilidad y mortalidad, muy a pesar de esto la leche continuó siendo usada en los

orfanatos y en familias. El aumento de la urbanización y el aumento de la alimentación artificial de bebés fue junta.

Gaard explica que las mujeres de EEUU en aquella época escogían no dar el pecho por razones de diferían según la clase: las mujeres de clase media y alta se decía que eran “frágiles” con “nervios” que podrían ser dañados por dar el pecho. Además, la lactancia materna quitaba tiempo, cuenta la académica, de las obligaciones sociales así como las supuestas “obligaciones” maritales.

Además, tanto las mujeres pobres como las ricas compartían otra barrera a la hora de dar el pecho a sus bebés: el estar mal alimentadas. A cada clase su problemática: las carentes de medios, por no poder acceder a una dieta correcta; las mujeres de clase alta, por seguir la moda de comer “como un pajarito”. Ante esos problemas, se acudía a la leche de fórmula, a la leche de las vacas o a las “wet nurses”.

Gaard incide acertadamente en que la “disponibilidad” de la leche de vaca que hay hoy en día “se puede adquirir desde tiendas de alimentación a gasolineras” es un “histórico sin precedentes, producto de la industrialización, urbanización, cultura y economía”.

El tercer marco teórico que propone Greta Gaard son los estudios animales, que incluyen los enfoques diferentes de “posthumanismo, estudios humanos-animales, y los estudios críticos animales”, y que ofrece una amplia gama de perspectivas para abordar la leche entre diferentes especies. Según Gaard, “la mayoría de la investigación realizada sobre leche viene de académicos de food studies, y de feministas veganas y ecofeministas. Menciona aquí la visión de Katsi Cook acerca de que “el cuerpo de la madre es el primer medioambiente”, una visión que enlaza las preocupaciones del feminismo, la justicia ambiental y la justicia interespecie.

Sigue ofreciéndonos marcos teóricos y el siguiente es el de los estudios postcoloniales, que ofrecen, según la visión de Gaard, “otra perspectiva crítica, desarrollada a partir del concepto de Alfred Crosby de “imperialismo ecológico” para describir tanto la apropiación de la tierra indígena (particularmente, violar mujeres indígenas y animales) y la introducción de “ganado” y las prácticas agrícolas europeas.

En la segunda parte de su artículo, Gaard presenta diferentes problemáticas de la leche. Empieza presentando el concepto de “leche”, por una parte, un regalo de las madres a sus hijas y hijos. Por otro, explica que ese concepto, de regalo, pasa a ser sinónimo de “explotar” en idiomas como el inglés, en los que “milk” se ha convertido en un verbo (“to milk”).

Presenta el problema de la raza y la clase; los beneficios de la leche no pueden ser utilizados de forma igualitaria por todas las poblaciones si se analiza en torno a la raza y la clase.

Gaard habla de las cuestiones económicas de lo que supone que las madres den el pecho en lugar de comprar fórmulas o leche de vaca, mencionando también la cuestión de la donación de leche materna.

Habla de las vidas de las vacas, y de cómo el sistema industrializado de la extracción de la leche materna de las vacas les afecta y acorta sus vidas en una quinta parte, y cómo estos pocos años ligados a su productividad se llenan de sufrimiento, enfermedad, y dolor.

Gaard habla de “caballo de Troya” al referirse al reemplazo de la “Economía del regalo” de la lactancia materna, que corta la relación entre las madres de mamíferos y su descendencia, y cómo extrae la riqueza de los animales, los trabajadores y los consumidores y la pone en manos de los dueños-productores.

La misma autora menciona la cuestión de las nefastas campañas de leche en polvo de Nestlé en África e India y la más reciente Operation Flood en India, y habla a este respecto a cómo afectó esto en especial a las mujeres rurales, que se quedaron de un plumazo sin trabajo, con un estatus menor en la economía familiar, y teniendo que comprar leche además.

Continúa Gaard hablando de la publicidad engañosa de la industria láctea, y cómo el Dairy Council de Estados Unidos tuvo que cambiar su eslogan de “Every Body Needs Milk” a “Milk Has Something for Everybody”.

Relaciona la persistencia de la lactasa con el racismo y termina explicando lo inefable y antidemocrático de las alianzas entre gobierno ciencia e industria que permitieron que la misma persona presidiese la National Academy of Sciences' Food and Nutrition Board, consultoría con diferentes empresas relacionadas con lácteos y a la vez dirigir el Dietary Guidelines Committee que estableció la Food Guide Pyramid y creó las políticas nacionales de los programas de desayuno y comida en las escuelas y otros programas públicos de nutrición.

Greta Gaard habla también de capacidad de autonomía y resistencia animal, relatando varios casos de vacas que intentan que no se lleven a sus hijos, y termina proponiendo que miremos a las vacas a los ojos sin prejuicios, con un enfoque interseccional, para conseguir ver todo lo que hay en común entre las hembras humanas y las no humanas (concretamente, las vacas).

El análisis crítico interseccional de Gaard, que incluye los parámetros de especie, clase y género, convierte su obra en un buen punto de partida para la presente investigación, que si bien no se centra en estas cuestiones sí las ha tenido en cuenta – inspirándose en obras como esta, a la hora de formular las diferentes problemáticas de la explotación de las vacas por su leche.

Yamini Narayanan es otra autora que ha desarrollado literatura en torno a los lácteos, desde un enfoque anticolonialista, y enfocada geográficamente en India. Podemos mencionar en este sentido dos obras: "Animal ethics and Hinduism milking, mothering legends: analysing Krishna the butter thief and the Ocean of Milk" (2018) y "Cow protection as 'casteised speciesism': Sacralisation, politicisation, and commercialisation" (2018).

Por su parte, en "Animal Colonialism: The Case of Milk (2017)", Mathilde Cohen relaciona la lactancia humana y animal con el colonialismo. Rompe la barrera entre el colonialismo animal, el imperialismo y la maternidad, argumentando que los animales lactantes se convirtieron en partes integrales de los proyectos coloniales y neocoloniales como herramientas de agroexpansionismo y como fórmula para la planificación de aumento de población humana. Tal y como explica la autora, "la expansión global de los lácteos no solo ha sido perjudicial para el bienestar de los animales, sino también

para los humanos, especialmente las madres y sus niños” (p.267)<sup>172</sup>. Mathilde Cohen habla de “colonialismo de la leche” y “colonialismo del amamantamiento” como dos componentes del colonialismo animal (2017, pp. 267-271).

Para Cohen, el “colonialismo animal” puede ser definido como "un fenómeno doble, que consiste, por una parte, en utilizar a los animales para colonizar tierras, animales nativos y personas y, por otra parte, en imponer normas legales y prácticas extranjeras de relaciones humanas-animales sobre comunidades y sus entornos" (2017, p. 268)<sup>173</sup>. Así, la autora explica que varios estudios han concedido a los animales domesticados en granjas un papel instrumental en el establecimiento de colonias; por ejemplo, los europeos listaban a los animales que denominaban “ganado” como compañeros de colonización (2017, p. 268). El colonialismo animal no solo supone la migración de los animales, sino también el estatus legal que tenían en el mundo antiguo, a menudo como propiedad personal, en contra del estatus que habitualmente tenían en los mundos colonizados, donde no se establecía ninguna relación de propiedad con los otros animales.

Por otra parte, la leche puede ser descrita como un “producto colonial conquistador” [o conquering colonial commodity] (p. 269). Anteriormente a la era moderna colonialista, el consumo de leche animal se acotaba en unas pocas áreas: Europa del Norte y Central, el Medio Este, el África Subsahariana, Asia Central y el subcontinente Indio. Hasta hoy, por eso, la persistencia de la lactasa (la capacidad de digerir la lactosa) sigue siendo algo puntual en humanos: alrededor de un 75% de la población mundial humana es intolerante a la lactosa, y se limita por lo general a las áreas que tienen una historia de domesticación animal. Según Cohen, ahora los productos lácteos se producen también en regiones con poca o ninguna historia de domesticación animal. De este modo, India, China, Brasil y Nueva Zelanda, todas ellas tierras previamente colonizadas, figuran actualmente en la lista de las diez mayores productoras de leche de vaca en el mundo. Colonialismo del amamantamiento: La leche se torna en herramienta nacionalista e imperialista. La población indígena y los animales no humanos se estigmatizan como inadecuados. Las mujeres nativas son acusadas de “carecer de ins-

---

<sup>172</sup> “the global spread of dairying has not only been detrimental for the welfare of animals, but also for humans’, especially mothers and their children” (Cohen, 2017, p. 267).

<sup>173</sup> “a dual phenomenon, consisting, on the one hand, in using animals to colonize lands, native animals, and people and, on the other hand, in imposing foreign legal norms and practices of human-animal relations upon communities and their environments” (Cohen, 2017, p. 268).



tinto maternal y de amamantar demasiado tiempo, a pesar de producir una leche mediocre. Las formas tradicionales de anticoncepción, como la abstinencia posparto y la lactancia materna a largo plazo, fueron ridiculizadas o deploradas. Las vacas indígenas fueron menospreciadas por producir leche de calidad inferior y en cantidades insuficientes" (p. 270)<sup>174</sup>. La autora relaciona el control del amamantamiento como herramienta para el aumento poblacional. Una maternidad mejorada o modernizada implicaba remplazar el pecho humano por la leche de vaca. También en las ciudades.

La autora concluye que, mientras que las leyes internacionales han abordado cuestiones como las especies en peligro de extinción o la biodiversidad, el bienestar animal, y mucho menos el de los animales lactantes, no ha sido abordado. Para la autora, la lactancia podría representar un punto de partida prometedor para abogar por una protección internacional del bienestar animal más fuerte, conectando la protección animal con otras iniciativas legales internacionales como los derechos de las mujeres y de los niños. Y, según Cohen, esto debería hacerse con una base ecofeminista, que se tome en serio la idea de que la opresión de los animales y las hembras humanas están interconectadas y se refuerzan mutuamente.

La autora propone, en fin, expandir el movimiento pro-lactancia a los otros animales lactantes y sus crías, para terminar citando a Katsi Cook, que afirmaba que "el cuerpo de la madre es el primer ambiente y como tal debería ser protegido, sin importar la especie" (p. 271)<sup>175</sup>.

#### **2.4.4. Leche de vaca, racismo**

La crítica a la opresión racista desde posturas que conectan el racismo con la explotación de los otros animales ha sido un punto fuerte de análisis en los últimos años, especialmente gracias a autoras como Syl y Aph Ko. Dentro de ella, en los estudios sobre la explotación de las vacas por su leche, también se ha puesto de manifiesto la relación entre la opresión racista y la especista. Así, Andrea Freeman explora en su

---

<sup>174</sup> "lacking maternal instinct and breastfeeding too long, yet producing mediocre milk. Traditional forms of contraception such as postpartum abstinence and long-term breastfeeding were ridiculed or deplored. Indigenous cows were disparaged as producing milk of inferior quality and in insufficient quantities" (Cohen, 2017, p. 270).

<sup>175</sup> "The mother's body is the first environment, and as such should be protected regardless of species" (Cohen, 2017, p. 271).

artículo "The Unbearable Whiteness of Milk: Food Oppression and the USDA" en la revista UC Irvine Law Review (2013) la teoría que define la opresión alimentaria como una acción o ley institucional relacionada con la alimentación, que debilita, de forma sistémica, a un grupo socialmente marginalizado.

Esta teoría de la opresión alimentaria atribuye disparidades raciales/socioeconómicas a políticas y prácticas que parecen neutrales, y a pesar de esta supuesta neutralidad dañan de manera desproporcionada a individuos vulnerables, particularmente a aquellos cuyas identidades se forjan bajo ejes múltiples de opresión, incluyendo raza, género, orientación sexual, edad, capacidad y estatus migrante. La 'insostenible blancura' que explicita Freeman, explora esta teoría de la opresión alimentaria a través del ejemplo de la USDA, que es a la vez consejero nutricional y entidad responsable del excedente lácteo.

Tal y como narra Freeman, "el consejo de USDA en las guías dietarias federales llevó a una disminución de las ventas de lácteos de 30 años. En respuesta, USDA formó una rama mercadotécnica, que aliada con empresas de comida rápida, abogó por un aumento de la presencia del queso en todos sus productos". Esta táctica redujo el superávit lácteo y añadió al mismo tiempo altas cantidades de grasas saturadas a las dietas de comunidades cuya alimentación depende en gran medida de la comida rápida adquirida en los centros urbanos (por ser económica).

Las poblaciones descritas por Freeman son sobre todo personas afroamericanas y latinas de recursos limitados. Su artículo explora cómo las acciones conjuntas de la industria y el gobierno llevan a la creación y perpetuación de disparidades de salud y explora una serie de desafíos legales con respecto a la cuestión.

Iselin Gambert y Tobias Linné tienen, tanto en equipo como por separado, varios artículos en los que exploran el racismo existente, según explican, alrededor de la leche de vaca. En su artículo "From Rice Eaters to Soy Boys: Race, Gender, and Tropes of 'Plant Food Masculinity'" (2018), las autoras hablan de masculinidad relacionada con la alimentación, de racismo colonial y hablan de la leche como símbolo de "pureza racial" explicitando un discurso que conecta "reclamos pseudocientíficos sobre la leche, la tolerancia a la lactosa, raza y masculinidad".

Gambert y Linné aluden al término "soy boy", del que explican que está relacionado con una supuesta "feminización" de aquellos hombres que basan su alimentación en vegetales (es decir, que son veganos), y que a menudo se relaciona con culturas asiáticas y otras culturas no blancas. Ambos autores inciden en la idea de que la ultraderecha promueve la supremacía blanca a través de la leche, tesis que explican en su artículo publicado en *The Conversation* (2018).

Vasile Stanescu, en su artículo "'White Power Milk': Milk, Dietary Racism, and the 'Alt-Right'" (2018), analiza por qué la ultraderecha elige la leche como símbolo de pureza racial. Stanescu sostiene que el uso actual de los mensajes en cuanto a los derechos sobre la leche, la tolerancia a la lactosa, la raza y la masculinidad pueden estar relacionados con argumentos similares presentados originalmente durante el siglo XIX contra las poblaciones colonizadas.

Así, en el siglo XIX, explica Stanescu, las poblaciones colonizadoras calificaron a los colonizados como "comedores de arroz afeminados", debido a su supuesta falta de consumo de carne y productos lácteos. Stanescu afirma que hoy en día continúa una práctica similar (en clara referencia al término *soy boy* del que hablan Gambert y Linné).

#### **2.4.5. Capacidad de autonomía e individualidad de las vacas**

Diversas obras dentro de los Estudios Críticos Animales exploran la capacidad de autonomía e individualidad de los animales; un concepto que en inglés recibe el nombre de "agency", y que también ha sido estudiado en el caso de las vacas a las que se explota por la leche que producen.

Jocelyne Porcher (2012) afirma en su artículo "Dairy Cows: Workers in the Shadows?", coeditado junto con Tiphaine Schmitt que "los animales utilizados como ganado son, en cierta forma, trabajadores que operan en las sombras, un subproletariado ultraflexible, explotable y destruible a voluntad" (Porcher y Schmitt, 2012, p. 42), centrándose en las vacas y en línea con lo desarrollado de forma más general por el historiador Jason Hribal (2007, 2014).

En su trabajo, Porcher, junto a Schmitt, que explora la idea de las vacas explotadas por su leche como trabajadoras, entrevista a una serie de granjeros en Europa, pre-

guntándoles si piensan que lo que hacen las vacas es trabajo. La mayoría de los granjeros responden negativamente a la cuestión, argumentando que "solo son las personas quienes trabajan, no las bestias", pero a través de anécdotas narradas por ellos mismos, salen a relucir características que de facto representan a las vacas como trabajadoras.

Para Melissa Boyde, las vacas practican el 'arte de la guerra', cuando sobreviven al "confinamiento, violaciones, raciones, procedimientos, regulaciones y cuotas" tal y como propone en su artículo "The Dairy Issue: 'Practicing the Art of War'" (Boyde, 2018), publicado dentro del número de *Animal Studies Journal* dedicado a las problemáticas de la leche.

Lewis Holloway desarrolla en su artículo "Subjecting cows to robots: farming technologies and the making of animal subjects" (2007) una comprensión de la coproducción de subjetividades de animales de granja y de las tecnologías producidas por los científicos agrícolas, granjeros y fabricantes de equipos, en relación con los efectos de la introducción de nuevas tecnologías de ordeño robótico a la explotación de las vacas por su leche.

Sobre la base de las concepciones de subjetividad y biopoder de Foucault, Holloway explora la emergencia de formas concretas de subjetividad bovina asociadas con el ordeño robótico. A través de un análisis de una amplia gama de fuentes secundarias, el artículo de Lewis Holloway muestra que, a pesar de que las tecnologías robóticas han sido representadas como dadoras de *libertad* y mayor *bienestar* y una experiencia más *natural*, entran en juego otras relaciones de dominación, en asociación con este tipo de tecnologías y sus espacialidades.

Según Holloway, estas relaciones de dominación son expresadas a través de la manipulación de los cuerpos y comportamientos de los animales, con la expectativa de que las vacas se muevan y actúen en modos particulares, y a través de procesos de normalización e individualización. Holloway sostiene que las subjetividades de los animales no humanas son heterogéneas, fluidas y dependientes de conjuntos de relaciones entre animales, humanos, y tecnologías y de microgeografías agrícolas específicas. El documento termina al reconocer que estas relaciones necesitan una exploración empí-

rica adicional en cuando a un intento de comprensión de las experiencias y formas de ser cambiadas de los animales y sus implicaciones éticas en situaciones particulares.

Taija Kaarlenkaski ha abordado, por su parte, en sus múltiples artículos de investigación las relaciones entre vacas y humanos (2014a, 2014b, 2016, 2018, 2012). En su artículo "'Machine Milking is More Manly than Hand Milking': Multispecies Agencies and Gendered Practices in Finnish Cattle Tending from the 1950s to the 1970s" (2018) aborda la mecanización del ordeño de las vacas, examinando cómo se construyeron las agencias de los explotadores de las vacas, las vacas y las máquinas de ordeñar durante el proceso de mecanización desde 1950 a 1970 en Finlandia.

Kaarlenkaski presta especial atención a las representaciones de género y los cambios en la división del trabajo, argumentando que las vacas participaron en la domesticación de la tecnología de las máquinas de ordeñar junto con los humanos (2018, pp. 18 y 20).

En su artículo "Cattle tending in the 'good old times': Human-cow relationships in late nineteenth-century and early twentieth-century" Finland (2016), investiga las relaciones entre vacas y humanos en pequeñas granjas finlandesas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Para su elaboración, analiza textos producidos entre 1860 y 1930, prestando atención especial a las descripciones emocionales de las relaciones entre vacas y personas. En su análisis, Kaarlenkaski encuentra pistas que hacen referencia a relaciones emocionales entre los captores y los animales.

En otra obra del mismo año, "Of Cows and Women: Gendered Human-Animal Relationships in Finnish Agriculture" (2016), la autora habla de la actividad del cuidado del *ganado* como actividad realizada principalmente por mujeres, en los países nórdicos. Particularmente en Finlandia, Kaarlenkaski explica que la división de trabajo por género fue bastante estricta hasta mediados del siglo XX.

En su artículo, la autora habla de las representaciones basadas en género de la explotación de las vacas. Para ello Kaarlenkaski analiza una serie de ensayos fruto de una competición llevada a cabo en 2004 por la Finnish Literature Society y la Union of Rural Education and Culture. La autora afirma que el género, la personificación y las

emociones están habitualmente interconectados en las prácticas de explotación de las vacas por su leche.

Según Kaarlenkaski, una de las razones de la división del trabajo era la relación corporal con las vacas, que se permitía a las mujeres pero no a los hombres. Por otra parte, la autora destaca que la relación con el género en este tipo de explotación estaría también en la típica forma de representar las vacas, sobre todo cuando hablan de ellas las mujeres, enfatizando su género y articulando una solidaridad entre hembras.

En su artículo "Communicating with the Cow: Human-Animal Interaction in Written Narratives" (2014), así como en su tesis doctoral, *Narrating the Cow: A Study of the Construction of the Cultural Relationship between Human Being and Domesticated Animal* (2012), Taija Kaarlenkaski habla sobre las representaciones de la comunicación entre seres humanos y vacas, a través del análisis semiótico de una serie de escritos para el mismo concurso organizado por la Finnish Literature Society y la Union of Rural Education and Culture del que habla también en otros de sus artículos.

En dichos textos, se afirma que las vacas conocen a sus captores, y que incluso pueden comprender el habla humana. Del mismo modo, los *buenos cuidadores* de vacas son capaces, según estos escritos, de comprender los mensajes de las vacas: lo que quieren decir con sus gestos, movimientos y comportamiento.

En muchas ocasiones, la comunicación está atravesada por el género, es decir, que las cuidadoras mujeres se comunican mejor con los animales. Entre los textos analizados, hay algunos autores que escriben adoptando la perspectiva de una vaca, lo que, en palabras de Kaarlenkaski da una oportunidad de ver la actividad humana desde afuera. En todo caso, en los materiales analizados de la competición de textos, las vacas son a menudo representadas como parte activa de la interacción entre animales humanos y no humanos.

Annika Lonkila explora también la capacidad de autonomía de las vacas en *The slippery beast: exploring animal agency among Finnish dairy cattle*, una presentación de conferencia como adelanto de su tesis doctoral que en estos momentos se encuentra en desarrollo.

Esta serie de obras son importantes para la presente investigación pues ponen el énfasis en la individualidad y la capacidad de autonomía de las vacas utilizadas por la industria láctea. En la presente tesis no se investiga la capacidad de autonomía de estos individuos pero sí se tiene en cuenta dicha capacidad como una de las bases para la justificación de la investigación, y es una variable de peso utilizada en el análisis crítico del discurso de la presente tesis doctoral.

#### **2.4.6. Alternativas vegetales a los lácteos animales**

Existen estudiosos que investigan el problema lácteo poniendo atención a las alternativas vegetales a la leche animal, que no implicarían explotación. Estas académicas suelen hacer referencia a su vez a la problemática de la comercialización de cualquier tipo de producto, –vegano o no– dentro de las lógicas del sistema capitalista. Así, Tobias Linné y McCrow-Young, en su capítulo del libro coeditado por Mathilde Cohen y Yoriko Otomo, explican que "A pesar de su retórica visionaria, productores como Oatly son actores comerciales" y "las corporaciones siempre buscan nuevos mercados de consumidores", como comenta Mathilda Arvidsson a su vez en su capítulo del mismo libro, *DIY Plant Milk: A Recipe-Manifesto and Method of Ethical Relations, Care, and Resistance*, ya mencionado previamente.

Iselin Gambert, junto con Tobias Linné, explora en "Got Mylk? The disruptive possibilities of plant milk" (2018) la importancia de la leche para la civilización humana. También explora las contradicciones inherentes en la sustancia y en la palabra leche ("milk", en su caso), y examinan las fuerzas políticas, culturales y lingüísticas tras las "milk wars" o guerras de la leche, entre los defensores de la leche de vaca y las leches vegetales, que han tenido lugar tanto en Europa como en Estados Unidos.

Así, Gambert y Linné examinan la batalla por la palabra "milk" y aquellos nombres que se utilizan para denominar sus derivados, que tuvieron lugar tanto en Estados Unidos como en Europa. En este artículo, sus autores argumentan que aunque, en su opinión, no debería prohibirse llamar 'leche' a las leches vegetales, quizá no merezca la pena luchar por dicha palabra, al contener esta fuertes lazos con la opresión y explotación "de mujeres, personas de color y animales no humanos". En este punto, proponen crear una nueva palabra en inglés en lugar de "milk": "mylk", haciendo una referencia histórica a las activistas feministas que defendieron el uso de la palabra "womyn",

cuando pretendían eliminar el carácter que en su opinión era opresivo por ser sexista, contenido en la palabra "man", a su vez contenido en la palabra "woman". Esta idea es desarrollada más detenidamente en un artículo de opinión, "[Embracing “Mylk” over “Milk”](#)", publicado en The Baltimore Sun (el 23 de marzo de 2017).

Linné, junto a Erik Jönsson y Ally McCrow-Young, desarrollan en "Many Meats and Many Milk? The Ontological Politics of a Proposed Post-animal Revolution" un análisis del sector emergente de la agricultura celular. Los autores enclavan su artículo en una "bioeconomía post-animal", que se presenta ante el mundo como "el nuevo paso en la revolución agrícola". Dicha "revolución agrícola" planteando, según las autoras, problemáticas éticas de la elaboración en laboratorios de productos análogos a la carne y a la leche a través de nuevas tecnologías de producción, pues, explican, se trata de productos que demuestran cuán permeados por el poder están los procesos de definición de los que son los objetos.

Ally McCrow-Young, en su tesis de fin de máster, denominada *Changing the World through Consumption: The Contradictions of Political Engagement in the Case of Oatly* (2014), trata el caso de la productora de leche de avena sueca Oatly, que en 2014 fue demandada por el lobby lácteo LRR Mjöljk por su utilización de eslogans provocativos como "It's like milk, but made for humans". Desde el lobby lácteo denunciaban como una descalificación de su producto, la leche de vacas.

A través de las "guerras de la leche", la disputa por los términos de los productos lácteos se convirtió en debate político y entre los consumidores, que sacaba a colación los problemas ambientales de la producción de leche animal, más allá de la decisión del tribunal de noviembre de 2015 que daba la razón al lobby lácteo.

A pesar de que la compañía Oatly perdió la demanda, las ventas de la marca aumentaron muchísimo, y se reveló una base de apoyo de activistas, que manifestaban su apoyo a la empresa, sobre todo en internet. A través de entrevistas con consumidores y empleados de Oatly, la tesis de McCrow-Young explora el compromiso político relacionado con un ambiente empresarial, descubriendo que la relación entre Oatly y sus consumidores se caracteriza por una tensión, un "tira y afloja" entre los intereses corporativos y las acciones individuales a modo de activismo, que funciona tanto como



para publicitar Oatly como para el activismo vegano, por los derechos animales y por el medioambiente.

Ally McCrow-Young y Tobias Linné, en su artículo en coautoría "Plant Milk: From Obscurity to Visions of a Post-Dairy Society" (2017), reinscriben las leches vegetales en la historia cultural, económica, política y social de los alimentos de los siglos XX y XXI. Para ello, llevan a cabo una breve historia de las leches vegetales, particularmente enfocándolas como alternativa a productos de origen animal considerados alérgenos para algunas personas.

El desarrollo de las leches vegetales en los últimos 50 años, según las autoras, provocó algunas tensiones que salieron a la superficie al hacerse conocidas las leches vegetales. Los autores también exploran el futuro de las alternativas a la leche de vaca, y también analizan visiones utópicas de una sociedad post-láctea, y explican el modo en el que las leches vegetales se han convertido en una parte integral del activismo por los derechos animales.

#### **2.4.7. Sufrimiento animal / Bienestar animal**

Por obvios motivos, muchas autoras dentro de los Estudios Críticos Animales deciden centrar sus artículos en torno a las experiencias de sufrimiento que padecen las vacas explotadas por su leche. Para la presente investigación este es un enfoque relevante pues conforma las bases de la justificación del estudio.

Kathryn Gillespie (2018), en su libro *The Cow with Ear Tag #1389*, narra su visita a una subasta de vacas, en las que puede ver cómo una retahíla de vacas, agotadas tras tres o cuatro años de no dejar de parir un ternero detrás de otro y de ser explotadas por su leche, van pasando delante de los clientes, que las compran al peso para matarlas por su carne. Mostrando su horror a través de su relato, Gillespie cuenta cómo contempla a una vaca que, con especial mal aspecto, acaba desplomándose delante de todos los allí presentes. La autora explica al lector sus dudas acerca de si comprarla o no, por la pena que siente, para finalmente afirmar que al día siguiente la vaca murió en las dependencias de la subasta (Gillespie, 2018, pp. 75-93).

Tras la narración de los acontecimientos de la subasta, pasa brevemente a explicar que, a pesar de que sus padres tenían tendencias ecologistas, ni ellos ni ella misma se

plantearon el horror de comer otros animales, y nos habla de unos amigos de sus padres que eran vegetarianos, y cómo a ella le parecía demasiado radical que no comiesen carne. Opinión, que, explica, hoy en día es diferente, aunque no aclara si a partir de la vivencia en la subasta o debido a alguna otra cuestión.

Es relevante su descripción de las vacas, donde toma un sentido literal el concepto de animales “terminales” de Carol J. Adams, que aparecían para subastarse:

Todas estas eran vacas gravemente desgastadas, en su mayoría Holsteins blancas y negras, con cuerpos visiblemente destruidos por años de producción lechera. Muchas de ellas no tenían más de 5 o 6 años, pero sus cuerpos parecían muy antiguos. Su piel colgaba flojamente de sus huesos de la cadera y desde sus costillas. Estaban sucias, cubiertas de barro, heces y costras. Muchas de ellas estaban demacradas y cojeando. Muchas de ellas tenían las colas cortadas. Muchas de ellas tenían las ubres rojas e infectadas, y las arrastraban por el uselo. Sus ojos estaban abultados, mostrando el blanco. Sus bocas espumaban saliva. Este era el aspecto de las subastadas: animales temerosos, desgastados, cercanos a la muerte (Gillespie, 2018, pp. 95-96)<sup>176</sup>.

Jessica Eisen sigue una perspectiva generalista, deteniéndose en los aspectos legales que limitan la explotación de las vacas por su leche en su capítulo "Milk and Meaning: Puzzles in Posthumanist Method, del libro de Cohen y Otomo" (2017). La autora, especializada en las prácticas canadienses, argumenta acerca de las leyes cuyo objetivo es proteger (y en ocasiones no logran proteger) el bienestar animal, así como las múltiples formas en las que la legislación moldea las vidas de los animales explotados en granjas.

---

<sup>176</sup> These were all severely worn-out cows –mostly black-and-white Holsteins– their bodies visibly destroyed by years of dairy production. Many of them, it turns out, were not more than five or six years old, though their bodies looked ancient. Their skin hung loosely on their hip bones and against their ribs. They were dirty, caked in mud, feces, and scabes. Many of them were emaciated and limping badly. Many of them had docked tails. Many of them had udders that were red and infected or dragging on the ground. Their eyes bulged, the whites showing. Mouths foamed with saliva. This was the look of the cull market auction: animals fearful, worn-out, close to death (Gillespie, 2018, pp. 95-96).

Erica Fudge combina en "Milking other men's beasts" (2013) una visión de las vacas desde su sufrimiento con una percepción de su capacidad de autonomía. Fudge parte, en su artículo, de una entrada en un libro de juicios de Essex del siglo XVII, en la que se registra un robo de leche. En la manera de plantear dicho robo se utiliza una expresión en la que se acusa a la ladrona de "ordeñar animales de otros hombres" (p. 14). Fudge utiliza esta forma de verbalizar el robo para reflexionar sobre lo que significaría "tomar en serio la presencia de animales como actores históricos" (p. 13)<sup>177</sup>.

El artículo de Fudge también nos lleva a pensar sobre "la naturaleza del ser llamado humano" (p. 13)<sup>178</sup> que es tan frecuentemente mencionado sin comentar lo que supone esta identidad para los académicos historiadores y de otras especialidades de humanidades. Fudge utiliza trabajos de historiografía, historia sensorial, historia social, antropología y ciencia animal contemporánea para proponer introducir a los otros animales como actores y no solo como objetos en el trabajo historiador, dado que esta inclusión no solo ampliará y profundizará lo que sabemos sobre el pasado, sino que también podría desafiar algunas suposiciones de lo que podría ser "nuestra" disciplina (refiriéndose, supongo, a la historiografía, pero dejando aparentemente, una posible extensión a otras ciencias "humanas").

A lo largo de su estudio, Fudge reflexiona sobre lo que significaría "ser una vaca" en el pasado, pero también hoy en día, interrogándose sobre si ambos puntos de vista serían diferentes o similares. Si bien comenta la imposibilidad de una comprensión plena de cómo sería experimentar una vida de vaca ni en el pasado ni en el presente, de igual manera que tampoco se podría hallar una comprensión plena de lo que es vivir como otro humano diferente, sí admite que puede haber una posibilidad de hacerse una idea, aunque sea mínima.

En todo caso, la autora defiende la idea de intentar construir modos de mejorar nuestra visión de lo que podría ser un punto de vista no humano.

---

<sup>177</sup> "seriously the presence of animals as historical actors" (Fudge, 2013, p. 13).

<sup>178</sup> "the nature of that being called the human" (Fudge, 2013, p. 13).

Erica Fudge menciona a la académica Temple Grandin (también incorporada en el libro de Kathryn Gillespie), proveniente de la ciencia animal americana contemporánea, que asegura que es capaz de pensar como una vaca, o “ver al animal desde el interior”, dado que, en su opinión, su autismo se lo permite.

Según Grandin las vacas son “hiperespecíficas”. Esto significa que se centran en cosas particulares; no generalizan, no pueden ver “el bosque”, sino más bien “el árbol”. A pesar de que no trata de descartar el significado de la experiencia de los animales no humanos, sí que opina que no son capaces de ejecutar pensamiento abstracto. Por ejemplo, la muerte. Ella explica que las vacas se paralicen en los pasillos de los mataderos que le llevan a la muerte porque para ellas el escenario es nuevo. Y su hiperespecificidad las lleva a paralizarse ante pequeños objetos en los que se centran. Grandin, que ha hecho carrera como especialista en diseñar “sistemas de mataderos humanos”, explicaba que tienen también un sentido del olfato muy desarrollado. Y que son capaces de oír sonidos más agudos que los humanos. Según Grandin, los animales “piensan en imágenes y recuerdos de patrones de olor, luz y sonidos”. Si el olor, luz y sonidos cambian, el sistema parasimpático se activa.

Fudge prosigue su ensayo (2013) llamando al reconocimiento de la centralidad de los animales en el pasado. Propone que las vacas son centrales en la historia. De hecho, explica que fueron, por ejemplo, vitales en la industrialización: “su carne proveía las muy necesarias calorías para los trabajadores agrícolas modernos y su estiércol aportaba fertilidad al suelo” (p. 21)<sup>179</sup>. Continúa afirmando que no solo hay una experiencia humana, sino que las experiencias de los humanos son múltiples. Esta experiencia, es cambiante además, con el tiempo. Propone que el modo en el que percibimos nuestro entorno, por ejemplo a través del sentido del olfato, ha cambiado con el tiempo, pues está situado históricamente. Y que dependiendo de la época, unos sentidos han prevalecido sobre otros. Temple Grandin ofrece también un modo diferente de experimentar la “vivencia humana”, a través de su autismo. De esta variedad de formas de percibir el entorno la autora concluye que hay que tener en cuenta que hay algo más que un “ser

---

<sup>179</sup> "their meat provided the much-needed calories for early modern agricultural workers; and their manure added to the fertility of the soil" (Fudge, 2013, p. 21).

humano permanente que posee la única perspectiva posible”, pues éstas son múltiples.

Fudge concluye que el estudio de los otros animales en la historia no debería verse como un área aparte, sino como un aspecto significativo más de la historia, puesto que “las acciones que involucran o afectan a los animales deben ser también importantes”. Esto nos llevará a comprometernos con “otras formas de estar en el mundo”, tanto humanas como no humanas; dado que “los humanos somos seres viviendo en el mundo con otros animales, y la contemplación de ambos, tanto humanos como animales en el pasado podría ayudarnos a considerar cómo ser mejores en el futuro en esa relación”.

En "What Was It Like to Be a Cow?: History and Animal Studies", capítulo publicado en línea en 2014 e impreso en 2017, Fudge explica el estado de la historia de los otros animales en la actualidad, y sugiere su inclusión como agentes históricos. Pone sobre la mesa la posibilidad de recuperar un punto de vista animal dentro del trabajo histórico, utilizando los descubrimientos científicos.

En "Quick Cattle and Dying Wishes" (2018), Fudge continúa su aproximación histórica y de exploración de la capacidad de autonomía de las vacas al preguntarse cómo era la vida de una vaca al comienzo del modernismo en Inglaterra. A través de su investigación, Fudge relata la importancia de las relaciones cotidianas entre humanos y los animales con los que trabajaban. Fudge argumenta que dichos animales siempre han sido más que ganado, al tratarse de seres sintientes con los que se debe negociar. El estudio de Fudge busca recuperar la naturaleza, el significado y el valor de esas negociaciones.

Pasando a otra autora, Lynn Mowson (2018), que apoyada por formatos de expresión artística se centra en expresar en su proyecto “bloodlines” los modos en que las vacas explotadas por su leche están interrelacionadas con “múltiples biotecnologías y el medio ambiente en general”. A través de representaciones bi y tridimensionales, la artista-académica representa la industria láctea, los impactos ambientales de la agricultura animal y las innovaciones biotecnológicas de la carne in vitro y de la piel biofabricada.

El trabajo de Mowson presenta un punto de vista extendido de las conexiones entre las vacas explotadas por su leche, los fetos bovinos, los mataderos, la industria del Serum Bovino Fetal (FBS por las siglas en inglés de Foetal Bovine Serum); las industrias emergentes de biotecnología como la de la carne in vitro y la piel biofabricada, la contaminación agrícola y la eutroficación, situando en el centro los cuerpos de los animales utilizados en dichas industrias, “para que sean experimentados *visceralmente* a través de creaciones esculturales de fluidos, carne y piel”, y problematizando cuestiones concretas como las condiciones de los animales “donantes” de partes o fluidos de sus cuerpos para estas industrias (como la mastitis de las vacas, o la forma de matar a estas y a sus fetos o bebés); la matanza de vacas explotadas por su leche, en ocasiones embarazadas, si dicha condición conviene a la industria (por motivos variados), y la relación entre la explotación de las vacas y la degradación del medio ambiente.

Karin Kolbe, por su parte, en el escrito "Why Milk Consumption is the Bigger Problem: Ethical Implications and Deaths per Calorie Created of Milk Compared to Meat Production" (2018) efectúa un análisis ético que muestra cómo "mientras que el estilo de vida vegetariano se suele elegir para reducir muertes, la leche lleva a más muertes por caloría comparada con la producción de carne" (p. 474)<sup>180</sup>.

La tesis de la autora consiste en que "la producción de carne puede ser llevada a cabo con un sufrimiento mínimo para los animales, mientras que el consumo de leche siempre está asociado con un sufrimiento considerable durante toda la vida de la vaca y las vidas de sus crías" (p. 467)<sup>181</sup>. Aún más allá, Kolbe insiste en que se dan "más muertes bovinas por unidad de valor calorífico creada relacionada con la producción de leche que con la producción de carne" (p. 467)<sup>182</sup>, para terminar sugiriendo que "si una dieta vegana no es posible, los consumidores deberían tomar una decisión informada sobre los productos que consumen, y remplazar las calorías obtenidas de la carne por

---

<sup>180</sup> "While the vegetarian lifestyle is normally chosen to reduce deaths, milk leads to more deaths per calorie compared to meat production" (Kolbe, 2018, p. 474).

<sup>181</sup> "While meat can be provided with minimal suffering to animals, the consumption of milk is always associated with considerable suffering during the dairy cow's life-span and the lives of their offspring" (Kolbe, 2018, p. 467).

<sup>182</sup> "More bovine deaths per unit of calorific value created are associated with milk production compared to meat production" (Kolbe, 2018, p. 467).

calorías de productos lácteos no es racional si se considera el bienestar animal" (p. 467)<sup>183</sup>.

Deidre Wicks, en su artículo *Demystifying Dairy* (2018), examina las vacas utilizadas por su leche, sus cuerpos y su disposición, con un enfoque específico en la forma en que los humanos han llevado a cabo, sobre estos cuerpos, un diseño para cumplir con los propósitos humanos, a través de la crianza selectiva y las tecnologías reproductivas. También examina las consecuencias de este diseño para la salud y bienestar de las vacas y sus crías. A lo largo de su artículo, Wicks desafía el mensaje "dominante y hegemónico" según el cual las vacas son presentadas como naturales, y su leche como un producto no dañino, y demuestra que la vaca y su leche son una creación humana, y que las tecnologías utilizadas sobre ellas, aún habiendo aumentado la cantidad de leche ordeñada, ha logrado esto con un alto coste para los cuerpos de las vacas y sus crías.

#### **2.4.8. Construcción de la imagen de las vacas explotadas por su leche**

El estudio de la representación de las vacas explotadas por su leche es de alta importancia para la presente investigación. Varias autoras y autores han investigado la forma en la que la industria y sus grupos de interés construyen la imagen de las vacas.

Núria Almiron y N. Khazaal analizan el papel que tienen los medios de comunicación a la hora de construir las percepciones de los animales no humanos y del tratamiento que se les da a estos en las industrias de explotación animal en su artículo "An Angry Cow is Not a Good Eating Experience. How US and Spanish media are shifting from crude to camouflaged speciesism in concealing nonhuman perspectives" (2016).

Tobias Linné analiza la construcción de la imagen de las vacas que llevan a cabo desde la industria láctea a través de sus redes sociales en "Cows on Facebook and Instagram: Interspecies Intimacy in the Social Media Spaces of the Swedish Dairy Industry" (2016). Linné explica que mediante su presencia en redes sociales, la industria láctea

---

<sup>183</sup> "If a vegan diet is not possible, consumers should make an informed decision about the products they consume. Replacement of the calories obtained from meat with those from milk and dairy products is not rational if animal welfare is considered" (Kolbe, 2018, p. 467).

representa una imagen idílica en la que las vacas serían productoras voluntarias de la leche que se les toma, y la industria láctea se muestra como compasiva, cuidadora y cariñosa. De este modo, en palabras de su autor, "el marketing realizado a través de redes sociales representa una cooptación no solo de los ideales de participación que representan las redes sociales, sino también de los ideales de consumo ético".

En este sentido, el trabajo de Yoriko Otomo es relevante como antecedente para el presente estudio y como base teórica. La autora, además de coeditar la relevante monografía *Making milk: the past, present and future of our Primary Food*, examina la leche, a través de su obra, "The Gentle Cannibal: The Rise and Fall of Lawful Milk" (Otomo, 2015). En dicho artículo, Otomo estudia los poderes simbólicos de nutrición y purificación que se le han otorgado a la leche de vaca, y que según la autora, juegan un papel central en asegurar la economía política del estado moderno y legalizando los cuerpos de sus ciudades y ciudadanos.

Según la académica, el control sobre las vidas de mujeres humanas y hembras animales a través del proceso de producción de leche es una expresión de liberalismo político, que Otomo estudia y contextualiza mediante una historia de su regulación, trazando el papel de la intervención estatal en cambiar el modelo de alimentación mediante leche desde lo doméstico a lo público y de lo local a lo internacional.

Maryna Yazianok, en su tesis *Daily 'Dairy': Analysing the Perceived Kinship of Food Lobbies and the Media Output* (2016), argumenta que los intereses de los bóvidos explotados por su leche no se tienen en cuenta. En su trabajo, analiza documentos de acceso público de los principales grupos de presión agroalimentarios europeos: CELCAA, Copa-Cogeca y FoodDrink Europe. Por otra parte, analiza 96 noticias de los principales periódicos de referencia británicos y españoles, revelando un paralelismo entre el discurso de los grupos de presión y el discurso de los medios de comunicación.

#### **2.4.9. Activismo antiespecista**

En consonancia con la voluntad de los académicos pertenecientes a la disciplina de los Estudios Críticos Animales, una de las cuestiones que conviene tener muy en cuenta es el levantamiento de puentes entre las personas que llevan a cabo un acti-



vismo antiespecista de carácter más práctico y las personas que estudian la cuestión desde un lugar más académico. Un ejemplo de esto sería el artículo de Lynley K. Tulloch, *An Auto-ethnography of Anti-dairy Vegan Activism in New Zealand*, también perteneciente al número sobre los lácteos del *Animal Studies Journal*, en el que el autor examina sus experiencias como activista *anti-dairy* en Nueva Zelanda. A través de la metodología autoetnográfica, Tulloch examina las estrategias clave del colectivo antiespecista Starfish Bobby Calf Project y el trabajo emocional de los activistas al navegar las contradicciones de la cultura especista.

#### **2.4.10. Cuestiones medioambientales**

Los problemas medioambientales son un asunto muy relevante si estudiamos la industria de explotación animal en general, pero también la industria láctea en particular.

La autora Yamini Narayanan aborda los problemas medioambientales de la producción de leche de vacas en su artículo "Cow Protectionism and Bovine Frozen Semen Farms in India: Analysing Cruelty, Speciesism and Climate Change", publicado en el *Journal of Human-Animal Studies* (2018). En su investigación, aborda el cambio climático y la agricultura animal como dos fenómenos intrincados, que necesitan "cambios políticos radicales que reconozcan los derechos de los animales", y poniendo a India como ejemplo de un buen lugar para implementar dichos cambios necesarios, por medio de la abolición de la reproducción de animales como sistema de producción obsoleto, inconsistente con las realidades éticas y planetarias.

Con esta revisión de la literatura existente relacionada con el tema que ocupa a la presente tesis doctoral se cierra el apartado del Marco Teórico.

**CAPÍTULO 3.**  
**ESTADO DE LA CUESTIÓN: Las vacas, principales  
damnificadas por la industria láctea Europea**

El total de la producción láctea europea alcanzó en 2015 los 162,8 millones de toneladas de leche. Para producir toda esta cantidad de leche materna fue necesario confinar e inseminar a 23.595.000 vacas. Las vacas explotadas por su leche sufren en Europa una serie de problemas serios en cuanto a salud y bienestar. Simplemente por ser utilizadas para la producción de leche materna, la esperanza de vida de las vacas se sitúa entre los tres y cinco años, de un tercio a la mitad de lo que vivirían si no fuesen utilizadas por la industria.

La explotación de las vacas para la obtención de leche está regida en Europa por una serie de reglamentaciones, que demuestran ser insuficientes para conseguir el bienestar de estos sujetos dentro de la industria.

La explotación de las vacas no solo tiene consecuencias nefastas para la vida de éstas, sino que también afecta al medio ambiente del planeta. El rol de la industria láctea es particularmente importante en términos de emisiones de gases de efecto invernadero, contribuyendo al 4% del total de emisiones antropogénicas. Si se compara la leche procedente de las ubres de las vacas con sus sustitutos vegetales más populares, la conclusión es que la leche de origen animal tiene un impacto mucho mayor en emisiones, uso de la tierra y uso del agua.

Según datos de la Comisión Europea (2013) en su informe sobre el sector de los lácteos en Europa, “la gran mayoría de la leche producida en granjas de la Unión Europea proviene de vacas (96,8%), aunque en los estados del sur de Europa se producen también cantidades significativas de leche por parte de ovejas, cabras y búfalas”. Es por ello que la presente investigación se centra en las vacas como principales seres explotados por su leche, aunque nos tomamos aquí un instante para mencionar a las otras mamíferas explotadas por su leche, principalmente en Grecia (las ovejas producen un 40% del total de la leche del país, la misma cantidad producida por vacas, seguida por la leche que producen las cabras, el 20% del total) y en Italia, que es la mayor productora de leche de búfala (un 88% del total de leche de búfala se produce en dicho país).

### 3.1. ¿A quiénes nos referimos cuando hablamos de las vacas?

Existen aproximadamente 23 millones y medio de bóvidos explotadas por su leche en Europa, a las que se extraen 168 millones de toneladas de leche cada año; unos 7000 kilos por vaca al año, aumentando este total por bóvido cada año (Eurostat, 2016)<sup>184</sup>. No existe una raza típicamente europea, pero la Holstein-Friesia es la más numerosa. La Comisión Europea (en la página web de Eurostat) utiliza el término “bovino” para hablar de “un animal doméstico de la especie *Bos Taurus* o *Bubalus bubalis*”, como explica en su glosario (2016). En dicho documento, se hacen distinciones por edad y por sexo, discerniendo, dentro de “los bóvidos hembra” en *heifers* (bóvidos hembra jóvenes, o *novillas*, “que aún no han parido”) y *cows* o *vacas*. Estas últimas son diferenciadas entre *dairy cows* o *vacas lecheras (dairy cows)* y *otras (others)*.

Según el mismo glosario de la página web de Eurostat, una *vaca (cow)* es un bóvido hembra que ha parido “(incluyendo las que tienen menos de dos años). Una *vaca lechera (dairy cow)* es definida como:

una vaca criada exclusiva o principalmente para la producción de leche para consumo humano y otros productos lácteos, incluidas las vacas para sacrificio (engordadas o no entre la última lactancia y el sacrificio) (Eurostat, 2016)<sup>185</sup>.

Según Hannah Velten en su libro “Cow” (2007), en todo el mundo hay unas 137.000 millones de bóvidos (Velten, 2007, p. 7). Siguiendo a la misma autora, “hoy en día, hay vacas en todos los continentes del mundo y la palabra ‘vaca’ es reconocida en 539 idiomas diferentes. Sin embargo, en Occidente, la mayor parte de las vacas están escondidas en granjas donde solo unos pocos agraciados continúan relacionándose con ellas” (Velten, 2007, p.7).

Velten reconoce que gran parte de la población humana actual desconoce que las vacas deben parir una cría antes de que pueda producir leche, “no produce leche de for-

---

<sup>184</sup> [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Milk\\_and\\_milk\\_product\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Milk_and_milk_product_statistics)

<sup>185</sup> "a cow kept exclusively or principally for the production of milk for human consumption and/or other dairy produce, including cows for slaughter (whether fattened or not between last lactation and slaughter)" (Eurostat, 2016).

ma natural para los humanos" (Velten, 2007, p. 8). Sin embargo, "la base del sistema de producción láctea, reside, precisamente, en mantener a las vacas en un ciclo de embarazos y partos de modo que produzcan leche constantemente" (DG Health and Food Safety, 2017, p.9).

Las vacas de las que extraemos su leche en la actualidad provienen de la orden de los *Artiodactyla* (mamíferos que tienen un número igual de dedos en cada pie) y más concretamente de la familia de los bóvidos (*bovidae*). Dentro de esta familia, las vacas pertenecen a la subfamilia *bovinae* y al género *bos* procedentes de una sola especie, la *bos primigenius*, los recientemente extinguidos bueyes salvajes o uros, que migraron desde el Medio Este y el noreste de África hasta Europa hace unos 250.000 años (Velten, 2007, p.8).

La etimología concreta de la palabra vaca en inglés, *cow*, como sugieren Stevens et al (2013, p. 3), revela sus connotaciones históricas y su relación con la explotación:

La etimología de la vaca revela sus connotaciones ambivalentes y profundas en la historia, aludiendo a algunas de las tensiones culturales simbólicas que nuestro estudio explorará con más profundidad. Definida como "una hembra completamente desarrollada de cualquier animal bovino, esp. del género *Bos*, utilizada como fuente de leche y carne de vacuno" (Oxford English Dictionary). La expresión de "ordeñar" a alguien o a algo, o de ser "ordeñado" por alguien alude abiertamente a su esencia como un término para ser explotado, sus recursos saqueados por otro (Stevens et al, 2013, p.3)<sup>186</sup>.

Según Stevens et al. (2013) las vacas son los animales domesticados más grandes. Los humanos no solo las explotan por la leche que producen para sus

---

<sup>186</sup> The etymology of the cow reveals its ambivalent and profound connotations in history, hinting at some of the symbolic cultural tensions that our study will explore in more depth. Defined as 'a fully grown female of any bovine animal, esp. of the genus *Bos*, used as a source of milk and beef', it also has an informal, derogatory meaning as 'a woman, especially a fat or stupid one' (*Oxford English Dictionary*). The expression of 'milking' someone or something, or of being 'milked' by someone overtly alludes to its essence as a term for being exploited, its resources plundered by another (Stevens et al, 2013, p. 3).

crías; también utilizan sus cuerpos como carne. La palabra *cow* está íntimamente relacionada con la palabra *cattle*, utilizada en inglés tanto para hablar del “ganado” en general como de las vacas en particular. Tal y como explican Stevens et al. y como se detalló en el capítulo sobre capitalismo, la explotación de las vacas ha jugado un papel importante en el mundo humano, tanto por haberlas incorporado en nuestra cadena alimentaria, como por el papel que han jugado en múltiples sociedades humanas. La subyugación a la que se les somete es evidente cuando consideramos la perífrasis inglesa *to be cowed*, que tal y como señalan Stevens et al, quiere decir “someter a alguien a los deseos de otro por intimidación”.

Las vacas han formado parte de la sociedad también como símbolo cultural, e incluso han alcanzado un estatus de divinidad en varias religiones, como la hinduista, la cultura egipcia (Hathor, diosa del amor, la felicidad, la danza y la música), la mitología griega (Io), también presente en leyendas de Islandia, Irlanda y Esocia.

Dejando a un lado su imagen simbólica y siguiendo a Hannah Velten, el mundo de los uros era mucho más húmedo y verde que el de hoy en día, y estos elegían vivir en valles y en bosques pantanosos, alimentándose de hierba, follaje de árboles y cortezas en primavera y verano, y de bellotas en otoño y hojas secas en invierno. Para poder digerir dicha dieta, el estómago bovino se divide en cuatro compartimentos diferentes: el rumen, el retículo, el omaso y el abomaso, que les permiten digerir cualquier materia vegetal, por muy tosca que sea, mediante el proceso de rumia, que puede darse hasta durante ocho horas al día (Velten, 2007, pp. 8-12).

Las vacas son criaturas gregarias, y como tales, siempre viven en manada y “sufren gran ansiedad cuando son separadas de su grupo” (Velten, 2007, p. 20). Según Marie-France Bouissou, Alain Boissy, Pierre Le Neindre e Isabelle Veissier (Velten, 2001, p. 113), las vacas ferales y libres viven en manadas, que pueden incluir a machos maduros, o los machos pueden vivir en pequeños grupos o como individuos solitarios. Bajo condiciones extensivas, las manadas tienen “rangos de hogar” (Velten, 2001, pp. 113).

Dentro de esas manadas, los individuos utilizan señales visuales, auditivas y olfativas para la comunicación. Las relaciones intrafamiliares dentro de una manada y las rela-

ciones afiliativas con otros animales, son fuertes y duraderas (Velten, 2001, p. 113). Según las mismas autoras, en condiciones de producción intensiva de leche, las vacas son frecuentemente aisladas a una edad temprana, o se las mantiene en grupos formados completamente por crías. Por esta experiencia temprana de aislamiento, dichas autoras mantienen que se dan muchos problemas sociales en las vacas.

Siguiendo a las mismas autoras, la comunicación visual es muy importante entre las vacas. Este tipo de mamíferos tienen visión panorámica, como resultado de su adaptación para la supervivencia. Su ángulo de visión es de aproximadamente 320° y ven en color. Las expresiones faciales son pobres en las vacas, pero la posición de su cabeza juega un importante papel en su comunicación (Velten, 2001, p. 114).

La comunicación vocal es utilizada. Se han identificado hasta once señales acústicas diferentes y seis tipos diferentes de llamadas (Velten, 2001, pp. 115-116).

En cuanto a la comunicación olfativa, parece muy importante en su vida social, sexual y maternal. Se utiliza tanto el sistema principal olfativo como el secundario. El olfato contribuye con el reconocimiento individual; las vacas pueden distinguir a individuos de su misma especie únicamente sirviéndose del olfato (Velten, 2001, p. 116). También se dan otros tipos de comunicación de formas diferentes, por ejemplo, mediante la succión y los lametones, sobre todo de las madres a sus crías, que tendrán una relación muy estrecha aún con el paso del tiempo (Velten, 2001, pp. 116-118).

Las vacas poseen fuertes personalidades y temperamentos diferenciados entre individuos; muestran preferencias a la hora de elegir sus diferentes compañías:

Las vacas son tan variadas como las personas. Pueden ser muy inteligentes, moderadamente inteligentes, o lentas para comprender; amistosas, consideradas, agresivas, dóciles, inventivas, aburridas, orgullosas o tímidas (Velten, 2001, p. 123; Young, 2003, p. 7).

Tienen relaciones jerárquicas, en gran medida ponderadas por los temperamentos de cada individuo (Velten, 2001, p. 129). Se organizan en grupos matriarcales, en los que los comportamientos agresivos se producen muy rara vez, y hacen amistades que pueden durar vidas enteras.

“Las vacas tienen personalidades, experimentan el mundo, no son una especie de robots que comen y duermen”, confirmaba Jay Wilde, el primer exgranjero de Reino Unido que cambió por completo su negocio, pasando de criar vacas para carne a llevarlas a vivir a un santuario para dedicarse a la producción agrícola vegana y orgánica, tal y como cuenta Wilde en el documental “73 Cows” de Alex Lockwood (Lockwood, 2018), después de años de “sentirse destrozado” cada vez que tenía que llevar una vaca al matadero.

En una entrevista, Wilde cuenta que dejaron de explotar a las vacas por su leche porque les resultaba duro psicológicamente separarlas de sus crías:

Dejamos de producir lácteos porque era muy arduo. Para tomar la leche de la vaca, hay que separarla de su bebé. Esto es realmente difícil... las vacas se disgustan mucho cuando se las separa. Les lleva mucho tiempo superarlo (Ahsley Capps, 2018)<sup>187</sup>.

Rosamund Young destaca la capacidad de autonomía de estos animales y explica a lo largo de su libro “The Secret Life of Cows” lo diferentes que pueden ser estos individuos entre sí:

Durante muchos años hemos notado que si les das a las vacas la oportunidad y tiempo para elegir entre varias alternativas –por ejemplo, entre quedarse afuera o buscar refugio, caminar sobre pasto, paja u hormigón, o elegir su dieta, entonces elegirán lo que sea mejor para ellas y no todas elegirán las mismas cosas (Young, 2003, p. 10)<sup>188</sup>.

Las vacas, al igual que otros muchos animales, al ser criadas en condiciones de explotación, pueden mostrar comportamientos considerados anormales (Velten, 2001, p.

---

<sup>187</sup> "We stopped producing dairy because it was so arduous. To take the cow's milk, you have to separate her from her baby. This is really difficult... the cows get very upset when they are separated. It takes them a long time to get over" (Ahsley Capps, 2018).

<sup>188</sup> For many years we have noticed that if you give cows the opportunity and the time to choose between several alternatives –for instance between staying outside or coming in for shelter, or walking on grass or on straw or concrete, or a choice of diet- then they will choose what is best for them and they will not all choose the same thing (Young, 2003, p. 10).



134), como actuaciones agresivas, morder, chupar objetos u otras anomalías en su comportamiento.

Esto se relaciona con su conducta, que en la mayoría de casos se trata de un comportamiento que presenta capacidad de autonomía. Erica Fudge (2017:9) va un paso más allá de otorgarles esta capacidad, al reconocer que son sujetos con los que hay que negociar:

Decir que los animales son agentes, cuando se entiende que la agencia no requiere automáticamente "intencionalidad autorreflexiva", es reconocer lo que ha sido reconocido por cualquiera que haya trabajado o vivido con un animal: no son simplemente objetos para ser maniobrados y contados, sino sujetos con los que negociar (Fudge, 2017, p. 9)<sup>189</sup>.

En línea por lo argumentado por Jason Hribal respecto al reconocimiento de la capacidad de autonomía y de resistencia de los otros animales por parte de sus captores (Hribal, 2014), las personas que están en un mayor contacto directo con las vacas son las primeras en defender la idea de que poseen capacidad de autonomía; los y las granjeras así, dicen "hablar" con las vacas, las ven como "compañeras de trabajo", las comparan con sus amigos y familiares e incluso las llegan a describir como "terapeutas", según el trabajo de Taija Kaarlenkaski, que analizó escritos sobre vacas elaborados por sus "cuidadores" en su estudio *Communicating with the Cow: Human-Animal Interaction in Written Narratives* (Kaarlenkaski, 2014).

Otras de las escasas referencias académicas que se centran en estudiar a las vacas como individuos son la tesis doctoral y publicaciones posteriores a esta de Annika Lonkila, de la universidad de Eastern Finland. En dichos estudios, habla de una vaca en concreto, "200.71614 FFF, una Holstein blanca y negra nacida al norte de Finlandia en 1995 también conocida como Jella" (Lonkila, 2018). En su estudio, Lonkila argumenta que, frente a los discursos oficiales de las empresas que se dedican a la explo-

---

<sup>189</sup> To say that animals are agents, when agency is understood as not automatically requiring 'self-reflexive intentionality', is to recognise what has been known by anyone who has ever worked with, or lived with an animal: they are not simply objects to be shunted around and counted, but subjects to be negotiated with (Fudge, 2017, p. 9).

tación de vacas por su leche, en los que representan a las vacas como “criaturas mansas, simples y con muy pocas necesidades”, en la práctica, las vacas pueden ser representadas de un modo muy diferente. En el caso concreto de Jella, según narra Anika Lonkila, sus “dueños” hablan de su “temperamento engorroso”, de su “resistencia” y de sus “locuras”.

### **3.2. Construcción social de las vacas como objetos productores**

La construcción de las vacas como “productoras de leche” legitima su utilización en la industria, y el hecho habitual de publicitarlas como seres felices y saludables constituye una estrategia de éxito al obtener un beneficio mediante la venta de una idea de métodos cuidadosos y responsables de ganadería a unos consumidores cada vez más alertados sobre los métodos de las industrias de explotación animal.

Las ideas antropocéntricas dominantes sobre las relaciones entre humanos y no humanos hacen que creamos en nociones como “vacas felices” pastando en idílicas praderas, como si garantizarles un mínimo de espacio, o de meses de acceso a la luz solar, al aire fresco y al exterior pudiese compensar la subordinación de su vida entera al dominio humano y a ser obligadas a estar confinadas, continua y forzosamente inseminadas, ser ordeñadas tras arrebatarse a sus crías después de parir una y otra vez y siendo enviadas al matadero cuando sus cuerpos se agotan y su producción de leche desciende.

### **3.3. La construcción de la imagen de las vacas en publicidad**

La publicidad de lácteos encaja a menudo con los parámetros expuestos en el trabajo más importante de Carol J. Adams, *La política Sexual de la Carne* (Adams, 1990).

A través de los medios de comunicación de masas podemos observar anuncios que muestran a las vacas en pastos idílicos, caracterizándolas con estereotipos feminizados. Tal y como explica Canavan:

Una fotografía muestra a un grupo de vacas de pie, cabezas juntas en un círculo, con el título "Charla de chicas en Bregottfabriken" y hastags como

"cena de chicas", "poder de chicas", "las chicas lo pasan mejor", "libre de toros", y "chismes de vacas" (Canavan, 2017, p. 10)<sup>190</sup>.

Según Stevens et al. (2013:4,5) las vacas son un poderoso símbolo en publicidad y su prevalencia no deja de aumentar desde que en 1897 una compañía ferroviaria hiciese un anuncio protagonizado por un joven toro, siendo la marca Milka Suchard la usuaria más reticente de estos animales en su publicidad. En 1929 apareció por primera vez el anuncio de "La vaca que ríe", 'La Vach Qui Rit', o 'Laughing Cow', como una "exageradamente femenina [...] nunca se habían dispuesto características tan exageradamente femeninas: con su sonrisa ganadora, ojos inocentes y pendientes de queso, supuso el precedente para las futuras vacas mascotas de diferentes marcas" (2013, p. 4).

### 3.4. La vida de las vacas explotadas por su leche

Según un artículo científico solicitado por el Comité de Peticions del Parlamento Europeo y supervisado y publicado por el Policy Department for Citizen's Rights and Constitutional Affairs, si se considera la magnitud del *precario bienestar* de los animales individuales y las cifras de animales, "el segundo peor problema de bienestar animal en Europa ahora mismo es el *malestar* de las vacas lecheras debido a problemas en las piernas, mastitis y problemas reproductivos" (Broom, 2017, p. 10)<sup>191</sup>, siendo el primer problema la situación de los pollos denominados *broiler*. Siguiendo el mismo informe, "la proporción de vacas afectadas por uno o más de estos problemas de salud es alta y los animales viven con un *bienestar precario* durante una parte sustancial de sus vidas, así que, aunque el número de estos individuos no es el mayor [de entre los animales explotados para alimentación humana] la extensión global del problema de bienestar es muy grande" y, tal y como afirma el mismo párrafo, "no hay legislación a nivel europeo para impedir esto" (Broom, 2017, 50)<sup>192</sup>, y prosigue "quizá el fallo más sor-

---

<sup>190</sup> One photograph depicts a group of cows standing, heads together in a circle, with the title "Girl's Talk at Bregottfabriken" and hastags such as "girl's dinner", "girl power", "girls have the most fun", "bull free", and "cow gossip" (Canavan, 2017, p. 10)

<sup>191</sup> The second worst problem in Europe now is poor welfare of dairy cows because of leg disorders, mastitis and reproductive problems (Broom, 2017, p. 10).

<sup>192</sup> The proportion of cows affected by one or more of these disorders is high and the animals live with the poor welfare for a substantial part of their lives so, although the numbers of individuals are not the largest, the overall extent of the welfare problem is very great. There is no EU legislation to prevent this (Broom, 2017, 50).

pendiente al producir legislación está en el bienestar de las vacas lecheras, pues EFSA produjo opiniones con recomendaciones claras en 2009" (Broom, 2017, p. 54)<sup>193</sup>.

Según un informe de las ONG Eurogroup for Animals y Compassion in World Farming (2015), las vacas explotadas por su leche sufren en Europa una serie de "problemas serios en cuanto a salud y bienestar" (2015, p. 1)<sup>194</sup>. Este informe está elaborado, en parte, con la información obtenida de las visitas que la ONG Compassion in World Farming llevó a cabo en 2012 a 52 granjas en Alemania, Dinamarca y España, en las que encontró "a menudo bienestar extremadamente pobre" (2015, p. 2)<sup>195</sup>. Bajo el punto de vista de las dos organizaciones, es improbable que estos problemas se limiten a dichos tres Estados miembros. Las condiciones de vida en el interior suelen ser pobres, siendo el caso para las vacas *zero-grazed*, es decir, aquellas que no salen nunca a pastar al exterior y aquellas que están estabuladas durante una parte del año. Según estas ONG, estas vacas a menudo son mantenidas en condiciones de hacinamiento y suciedad; además, en el informe se explica que los suelos son frecuentemente duros e incómodos, sin paja u otros acolchados, lo que puede llevar a que las vacas padezcan dolores y heridas. Muchas vacas sufren de enfermedades dolorosas. Muchas de ellas están demacradas, mientras que otras tienen unas ubres tan enormes que les es difícil caminar.

Las vacas de hoy en día son producto de una selección genética, tal y como se explicará en los siguientes dos epígrafes, que hace que, a raíz del incremento artificial de su segregación de leche -hoy en día una vaca produce de seis a diez veces la cantidad de leche que normalmente produciría para un bebé (DG Health and Food Safety 2017, p. 9), sufran graves problemas de salud tras tres o cuatro lactancias que les lleven a un "sacrificio prematuro". Estos esfuerzos por aumentar los rendimientos conti-

---

<sup>193</sup> Perhaps the most surprising failure to produce legislation is on the welfare of dairy cows as there were EFSA opinions with clear recommendations in 2009.(Broom, 2017, 50).

<sup>194</sup> EU dairy cows suffer from a range of serious health and welfare problems (Eurogroup for Animals, Compassion in World Farming, 2015, p. 1).

<sup>195</sup> often found extremely poor welfare (2015, p. 2).

núan, a pesar de que la European Food Safety Authority (EFSA) haya concluido que "la selección genética a largo plazo para una mayor obtención de leche es el principal factor causante de un bienestar pobre, particularmente problemas de salud, en las vacas *lecheras*".

#### **3.4.1. Zero-Grazing y problemas en pies y piernas**

Las vacas explotadas por su leche permanecen cada vez con más frecuencia en sistemas *zero-grazing*, es decir, aquellos que hacen que se encuentren en el interior y sin salir a pastar la mayor parte del año. Estas vacas nunca o rara vez pueden salir a pastar al exterior durante la estación en la que la hierba crece. Esta inclinación a favor de este tipo de encierro se mantiene, a pesar de la conclusión de EFSA "Si las vacas *lecheras* no se mantienen en los pastos durante partes del año, por ejemplo, si son mantenidas en un sistema *zero-grazing*, hay un riesgo mayor de cojera, problemas en las pezuñas, heridas en las ubres, mastitis, metritis, distocia, cetosis, placenta retenida e infecciones por bacterias".

El acceso a los pastos es importante para permitir que las vacas ejerzan comportamientos naturales, que EFSA enumera como sigue:

- Ejercicio necesario para el desarrollo normal de los huesos y músculos
- Forraje o búsqueda de alimento. Representa un alto porcentaje (80%) de la actividad diaria de las vacas que viven en situaciones semi-naturales. EFSA afirma que "en ausencia de un entorno de alimentación adecuado, el bienestar puede ser deficiente".
- Investigar y manipular su entorno: Las vacas tienen una tendencia natural a explorar su entorno y muestran bastante curiosidad.
- Interacciones sociales apropiadas.

Las vacas no pueden llevar a cabo ninguno de esos comportamientos, cuando tienen un acceso limitado a los pastos. Una de las recomendaciones de EFSA en este sentido consistía en que "cuando sea posible, las vacas *lecheras* y las novillas deben tener acceso a pastos bien gestionados o a otras condiciones exteriores adecuadas, al menos durante el verano o durante el clima seco" (EFSA, 2009).

### **3.4.2. Ataduras**

EFSA identifica los problemas en los pies y en las piernas como problemas relevantes para las vacas explotadas por su leche, y admite que no ha habido reducción en la prevalencia de las cojeras en los últimos 20 años, según el mismo informe. También indican que en Alemania y otros estados miembros muchas vacas permanecen atadas con una cadena o cuerda alrededor de su cuello, atada a un garfio en el suelo o en un raíl, y viven así 24 horas al día durante todo el año. Las ataduras son tan cortas que lo único que puede hacer la vaca es ponerse de pie, tumbarse y dar unos pocos pasos hacia atrás, hacia delante y a los lados. Este tipo de ataduras van en contra de las necesidades básicas y del comportamiento natural de las vacas.

### **3.4.3. Cubículos**

Los cubículos son la forma más común de alojamiento para las vacas explotadas por su leche, y de éstos se derivan una serie de problemas. La EFSA concluyó que si dichos cubículos eran demasiado estrechos, podrían producirse dificultades en el movimiento, así como problemas al pisotear o atascarse las ubres. Los cuerpos de las vacas se han ido haciendo cada vez más grandes, así que algunos de los cubículos más antiguos son ahora demasiado pequeños. Esto las obliga a acostarse o estar de pie con sus piernas traseras en el pasillo. Las vacas pueden sufrir llagas, abrasiones y otras lesiones al intentar moverse en espacios estrechos.

### **3.4.4. Altos rendimientos**

Tal y como explicó la académica Deirdre Wicks en "Demystifying Dairy", "la vaca y la leche son la creación de la intención, esfuerzo y aplicación de tecnología humanas, con miras a utilizar al animal para obtener ganancias, y que si bien estas tecnologías han aumentado considerablemente la producción de leche de los rebaños lecheros, ha tenido un alto coste para la vaca lechera y su ternero" (2018, p. 44)<sup>196</sup>. Las vacas explotadas por su leche son criadas para obtener el máximo rendimiento posible. Una vaca producirá unos 1000 litros de leche para su cría durante los 10 meses de lactan-

---

<sup>196</sup> "The cow and her milk are the creation of human intention, effort and the application of technology with a view to using the animal for gain, and that while these technologies have greatly increased the milk yields of dairy herds, it has come at a high cost to the dairy cow and her calf" (Wicks, 2018, p. 44).

cia. En contraste, las vacas explotadas por su leche en Europa han sido empujadas, a través de la selección genética, a rendimientos promedio alrededor de 7000 litros por año. Sin embargo, en la actualidad, las vacas que tienen un mayor rendimiento producen alrededor de 10.000 litros o más por año.

Debido a esta presión, estos animales son vulnerables a un mayor malestar y a una vida reducida.

### **3.4.5. La muerte de las vacas explotadas por su leche**

La esperanza de vida actual de las vacas explotadas por su leche varía, pero se sitúa entre los 3 y los 7 años y tiende al decrecimiento. En un artículo publicado en 1969, publicado en 1970, la media de edad a la que se descartaban las vacas era de 3,12 años, y ya en aquel entonces aseguraban que "la esperanza de vida es menor que hace 30 años" (Andrus, D.F.; Freeman, A.E.; Eastwood, B.R., 1969). En otro de 1984, la edad promedio de "supervivencia" estaba en 5,6 años. El riesgo de que "se deshicieran de ellas" (por medio de la matanza en un matadero o por medio de reventa para su explotación por leche) era mayor en las vacas con edades entre 3,0 y 4,9 años, y en las vacas de más de 7 años de edad, estando la "supervivencia positivamente asociada con altos niveles de producción de leche" (Dohoo, I.R.; Wayne, S., 1984). Otro artículo reconoce que "la disminución del promedio de vida del rebaño se ha asociado con un aumento de rendimiento en varias poblaciones", e informa de que: "la vida promedio de las vacas lecheras de Estados Unidos era aproximadamente de 3 años y 2 meses" (Nieuwhof, G.J. et al 1984, p. 735).

EFSA (2009) achaca a la selección genética de largo plazo los problemas de salud, el malestar, la incidencia de cojeras, mastitis, trastornos reproductivos, metabólicos, de la fertilidad y reducción de la esperanza de vida. Aborda cuestiones como que con el aumento de la producción, las vacas necesitan pasar más tiempo comiendo, y por lo tanto, tienen menos tiempo libre para descansar. Por otra parte, las prácticas de gestión necesarias para abordar este tipo de problemas pueden reducir el bienestar animal, por ejemplo, priorizar dietas a base de granos con alto contenido de almidón y un mínimo de pasto, este exceso de cereales puede conducir a problemas digestivos, incluida la fermentación excesiva y la acidosis, así como la laminitis. Según el profesor John Webster, las vacas explotadas por su leche tienen un índice metabólico equiva-

lente a un ciclista pedaleando en el Tour de Francia, salvo que a diferencia de los ciclistas, este índice no es un pico momentáneo sino que es mantenido en el tiempo (Webster, 2013, p. 35). Wilhelm Knaus confirma que "El tremendo aumento en el rendimiento de la lactancia de las vacas lecheras durante los últimos 60 años ha tenido consecuencias dramáticas en la fertilidad y la vitalidad (aptitud física) de los animales. Los niveles de rendimiento promedio sin precedentes de la lactancia han resultado en una reducción igualmente sin precedentes de la longevidad". Knaus explica también que "por razones de rentabilidad, las vacas lecheras deberían completar un promedio de, por lo menos, cuatro lactancias" (Knaus, 2009, p. 110). Es decir, las vacas, debido a la presión que se ejerce sobre su biología (es decir, la selección genética por producción) son cada vez más débiles, lo que no beneficia a la industria láctea. Es por esto que tratan de extender su vida hábil, lo que prolongaría, por otra parte y a su vez, el sufrimiento de estos individuos.

Las razones para matar a las vacas –o en los términos que suele preferir la industria "descartar o hacer *culling*"– en la industria láctea son explicadas en un artículo publicado en The Veterinary Record de este modo:

La imposibilidad para concebir fue la razón más importante excepto en animales muy viejos. La baja producción fue la segunda razón más frecuente, siendo particularmente fuerte el sacrificio en las dos primeras lactancias. La mastitis fue la principal enfermedad que influyó en los desperdicios y aumentaba con la edad hasta la sexta lactancia. El porcentaje de sacrificios por múltiples razones aumenta con la edad. Había una proporción de animales jóvenes en la mayoría de rebaños y la edad promedio de vida de lactancia de las vacas era de alrededor de tres años, equivalente a tres lactancias (Young et al, 1983).

Otro artículo explica los sacrificios (denominados por ellos *culling*) por tres motivos principales: "infertilidad (28,2%), mastitis (21,8%) y vejez (15,8%)" (Singleton, G.H.; Dobson, H.: 1995, p. 164). También detallan que de las vacas llevadas al matadero, "23,5% estaban embarazadas, estando el 26,9% de estas en su tercer trimestre de embarazo" (Singleton, G.H.; Dobson, H.: 1995, p. 164). Los investigadores afirman que "el 50,9% de los ganaderos pensaba que la vaca no estaba embarazada". En esta



investigación, la edad promedio de las vacas a las que se da muerte en el matadero es de 7,9 años (Singleton, G.H.; Dobson, H.: 1995, p. 164). Una investigación diferente ofrece las mismas causas en otros porcentajes: "baja producción de leche (10-32%); fallas reproductivas (15-52%); problemas con la ubre (15-23%), enfermedades y otros causales (9-15%)" (Chirinoes, Z. et al, 1999, p. 478).

Una vaca que no sea explotada por su leche puede llegar a vivir de 20 a 30 años (Dewey, T.; y Jessica Ng, 2001; Nowak, 1997; The Guardian, 1995; Animal Aid sf; Eldiario.es, 2017).

### **3.4.6. Vacas explotadas por su sexo biológico / leche y patriarcado**

No hay que olvidar que en la producción de "lácteos" las vacas son explotadas no solo debido a la especie a la que pertenecen, sino debido a su sexo biológico, dado que se utilizan sus habilidades reproductivas como medios de producción (Canavan, 2017, p. 1).

El modo en el que los bóvidos serán utilizados para la industria depende en primer lugar de qué sexo determine la industria para cada uno de los nuevos nacimientos (que se organiza fundamentalmente en torno a dos binarismos: hembra/macho y reproductivamente viable o no (Gillespie, 2018, pp.197-198).

Tal y como explica Jana Canavan en su investigación sobre la explotación de vacas en Suecia, en el momento del nacimiento, el sexo biológico de la cría determinará cómo se estimará su valor y cómo será tratada. Así, si la recién nacida es hembra, normalmente será guardada en la misma granja para sustituir a otras vacas explotadas por su leche, cuyos cuerpos ya se encuentran demasiado maltrechos como para mantener el volumen de producción estipulado por la industria. En cuanto a las vacas a las que se retira de la producción láctea, son matadas para carne de precios más bajos. Según la investigación de Kathryn Gillespie, publicada bajo el nombre *The Cow with Ear Tag 1389*, los cuerpos de la mayoría de estas vacas terminan convirtiéndose en carne para hamburguesas que se venderán en cadenas de venta de comida rápida, con lo cual, incluso aquellas vacas explotadas en granjas de menor tamaño, cuyos productos lácteos son asociados con lo ecológico y lo artesanal, terminan vinculándose con las prácticas de producción y consumo industriales (Gillespie, 2018, pp. 61-62).

Si la cría es macho, será probablemente vendido como “producto excedente” para ser criado para transformar su cuerpo en *carne de ternera* (Canavan, 2016, p. 6) si se les mata antes de los 6 o 7 meses de vida o *carne de vacuno* si se les mata a los 18 o 24 meses de edad (antes de esto son castrados, normalmente antes de los seis meses, por una variedad de razones económicas importantes para la industria). Una segunda posibilidad, viable para ambos casos, ya sean macho o hembra, es quitarles la vida muy poco después de su nacimiento, en la misma granja, si el precio de los gastos que conlleva su crianza o desplazamiento para la venta no compensa al ganadero respecto al precio de venta del ternero por su carne una vez criado, algo que se ha comenzado a conocer como el "sucio secreto de la industria láctea" (Levitt, 2018), lo que ocurre de igual modo cuando los precios de la leche están bajos y el transporte costaría más de lo que ganaría el granjero con su venta (Phillips, 2018, p. 87). Un tercer caso en el caso de los machos es mantenerlos para la crianza, para utilizar su semen para inseminar a las vacas. Según Kathryn Gillespie, un pequeño porcentaje de las crías macho, concretamente aquellos con una "herencia genética excepcional"<sup>197</sup> son criados, sin castrar, para la reproducción (Gillespie, 2018, p. 172). Pueden servir para "servicios naturales"<sup>198</sup> o bien se les extrae semen para la inseminación artificial. Según Gillespie, se considera que los toros están maduros reproductivamente hablando sobre los 14 meses de edad, y la industria prefiere utilizar para estos menesteres a toros jóvenes (de dos años a dos años y medio de edad), por estar en el punto álgido de fertilidad y por "tener menos posibilidades de contagiar enfermedades de transmisión sexual" (Gillespie, 2018, p. 172)<sup>199</sup>. Cuando estos bóvidos ya no sean candidatos aptos para la reproducción, son enviados al matadero. Los toros saludables que sean "caracterizados como poseedores de malos temperamentos, son sacrificados de forma rutinaria" (Gillespie, 2018, p. 172)<sup>200</sup>.

Ante cualquiera de las opciones, la inmensa mayoría de las y los terneros serán retirados de sus madres dentro de las siguientes 12 horas de su nacimiento (Wicks, 2018). Los terneros macho, que se consideran un subproducto de la industria láctea, suelen ser matados típicamente cuando tienen entre cinco y diez días de edad. Pero antes de

---

<sup>197</sup> "With exceptional genetic heritage" (Gillespie, 2018, p. 172).

<sup>198</sup> "natural service bulls" (Gillespie, 2018, p. 172).

<sup>199</sup> "and are less likely to carry sexually transmitted infections" (Gillespie, 2018, p. 172).

<sup>200</sup> "Healthy bulls with what are characterized as bad temperaments are also routinely culled from herds". (Gillespie, 2018, p. 172).

darles muerte, suelen ser transportados, con frecuencia, a través de largas distancias a los mataderos. La carne de los cuerpos de estos cachorros suele ser utilizada para comida para animales utilizados como compañía, y otras partes de sus cuerpos se utilizan para elaborar marroquinería y productos farmacéuticos (Phillips, 20018, p. 87).

Por último, ciertas partes de sus cuerpos son recuperados por industrias como Daling International<sup>201</sup> que explica cómo convierten ciertos "subproductos" tanto de bóvidos como de gallos, gallinas y cerdos y cerdas en "ingredientes" como "gelatina, sebo, grasas alimenticias, harina de carne y huesos, harina de aves, grasa amarilla, materias primas de combustible, energía verde, tripas y pieles naturales, que se venden para hacer productos farmacéuticos, alimentos para humanos, alimentos para mascotas, piensos, combustible, bioenergía e industrias de fertilizantes en todo el mundo".

Siguiendo la narrativa de Canavan y tal y como Erika Cudworth explicó, a partir de lo desarrollado por Carol J. Adams, la explotación de otros animales en granjas es una práctica constituida por relaciones de género, en un proceso que Cudworth explica como tridimensional, y que en resumidas cuentas, parte de que los animales explotados son "desproporcionadamente de sexo femenino" (Cudworth, 2008, pp. 33)<sup>202</sup>, o "criados por atributos específicamente femeninos que pueden corresponder con construcciones patriarcales de masculinidades y feminidades" (Cudworth, 2008, p. 33)<sup>203</sup>.

Cudworth continúa observando que, en segundo lugar, los animales en ocasiones son feminizados metafóricamente por los trabajadores de la industria -como también observa Canavan (2017) en su investigación-; esto llega al punto de que incluso el soporte metálico donde se inmoviliza a las vacas para inseminarlas es conocido entre los mimbros de la industria como "potro de violación" o en inglés "*rape rack*". Otros autores han observado que los trabajadores de las granjas conocen el "sufrimiento" de las vacas al ser inseminadas (Matthews, 2009). En tercer lugar, toda forma de control hu-

---

<sup>201</sup> Sitio web de la empresa Darling International: <https://www.darlingii.com>

<sup>202</sup> The sexualization of labour in butchering is also strongly gendered and natured. Butchers work with 'products' which are selected on the basis of species membership, are disproportionately female (Cudworth, 2008, pp. 33).

<sup>203</sup> or bred for specifically gendered attributes which might correspond to patriarchal constructions of masculinities and femininities (Cudworth, 2008, pp. 33).

mano de la fertilidad animal, la sexualidad y la reproducción están profundamente relacionada con el género.

Carmen M. Cusack (2013) expande las ideas de Cudworth en su artículo "Feminism and Husbandry: Drawing the Fine Line between Mine and Bovine". Cusack observa que el uso de ciertos eufemismos, al igual que la aplicación de ciertas legislaciones, legitiman el abuso "sexual" en animales explotados en granjas con el fin de que estos productos sean consumidos por los humanos. Cusack propone extender el término "violación" [*rape*] para incluir a los animales no humanos explotados en granjas, argumentando que esta inclusión beneficiaría tanto a los animales humanos como a los no humanos, amplificando y adaptando lo ya expresado por la ecofeminista Andrée Collard en su libro *Rape of the Wild* (1988).

Tessa Cunningham (2015) explica en su artículo en línea "Your Are What You Drink: A Feminist Critique of Milk and its Consequences for the Female" que la leche está asociada con cualidades que han sido asociadas con lo femenino: lo amable, lo familiar, con el cariño, el amor y la pureza:

La leche es un líquido asociado con la bondad, la pureza y el amor, características que la sociedad occidental ha considerado igualmente como femeninas. Estas ideas se hacen evidentes al ver la representación de la leche en anuncios, arte y otras formas de cultura popular. Sin embargo, la imagen de la leche solo permanece sexy cuando el referente es absente; cuando la sociedad recuerda a los humanos los orígenes animales y de género de la leche, el líquido blanco y quienes lo producen se vuelven tabú (Cunningham, 2015)<sup>204</sup>.

### **3.5. Legislación de bienestar para las vacas explotadas por su leche**

El bienestar de las vacas de la industria láctea está regulado en Europa principalmente por tres reglamentaciones:

---

<sup>204</sup> Milk is a liquid associated with kindness, purity, and love, characteristics that have similarly been deemed by Western society as feminine. These ideas are apparent when viewing milk's depiction in advertisements, art, and other forms of popular culture; simultaneously, milk also often becomes sexy. Yet, milk's image only remains sexy when the referent is absent; when society reminds humans of milk's animal and gendered origins, the white liquid and those who produce it become taboo (2015).

- Directiva 98/58/EC del Consejo del 20 de julio de 1998, relativa a la protección de los animales reservados para actividades agrícolas. Esta se aplica al bienestar de todos los animales cautivos en granjas y es a menudo referida como la General Farm Animals Directive.
- La Recomendación sobre *ganado vacuno* adoptada por el Comité Permanente de la European Convention for the Protection of Animals Kept for Farming Purposes<sup>205</sup>.
- En 2009 la European Food Safety Authority (EFSA) llevó a cabo una amplia investigación sobre la literatura científica en salud y bienestar de las vacas explotadas por su leche. Produjo un Informe Científico, cuatro Opiniones Científicas en diferentes aspectos de la salud y bienestar de las vacas lecheras y una Opinión Científica global que integra conclusiones y recomendaciones para el informe científico<sup>206</sup>.

La Comisión señala que desde que la UE ratificó la Convención Europea, la Recomendación sobre el *ganado* "es legalmente vinculante para los Estados Miembros. Por lo tanto, las disposiciones establecidas en la recomendación se aplicarán a las explotaciones lecheras dentro de la UE".

El artículo 3 establece el principio básico de la Directiva 98/58. Exige que todos los Estados miembros "tomen medidas para garantizar que los propietarios o cuidadores lleven a cabo todos los pasos razonables para garantizar el bienestar de los animales bajo su cuidado, y para garantizar que esos animales no sufran ningún dolor, sufrimiento o lesión innecesarios".

---

<sup>205</sup> Recommendation concerning cattle adopted on 21 October 1988 by the Standing Committee of the European Convention for the protection of animals kept for farming purposes. [http://www.coe.int/t/e/legal\\_affairs/legal\\_co-operation/biological\\_safety\\_and\\_use\\_of\\_animals/farming/Rec%20cattle%20E.asp#TopOfPage](http://www.coe.int/t/e/legal_affairs/legal_co-operation/biological_safety_and_use_of_animals/farming/Rec%20cattle%20E.asp#TopOfPage)

<sup>206</sup> Scientific Opinion of the Panel on Animal Health and Welfare on a request from European Commission on the overall effects of farming systems on dairy cow welfare and disease. The EFSA Journal (2009) 1143, 1-38 <http://www.efsa.europa.eu/en/efsajournal/doc/1143.pdf>

Tal y como explican las ONG anteriormente mencionadas en su informe, la investigación científica nos ayuda a identificar cuáles son las consideraciones clave de bienestar para las vacas *lecheras* y cuáles son "todos los pasos razonables" que deben tomarse para garantizar su bienestar. La Comisión destaca que "la evaluación científica necesaria sobre el bienestar de las vacas ha sido realizada por la European Food Safety Authority (EFSA) y que esos datos se han publicado en diferentes opiniones sobre las vacas *lecheras*".

La Recomendación del Consejo Europeo es importante en sí misma como parte vinculante del derecho de la UE y porque es útil para interpretar la Directiva 98/68, en particular el artículo 3.

### **3.6. Las normas OIE de bienestar de vacas *lecheras***

En mayo de 2015, la Organización Mundial de la Salud Animal (OIE) adoptó normas sobre el bienestar de las vacas explotadas por su leche. Estas no son vinculantes. Sin embargo, al igual que con la Recomendación del Consejo Europeo, los agricultores que no respeten las normas de la OIE pueden tener dificultades para demostrar que llevaron a cabo "todos los pasos razonables" para garantizar el bienestar de las vacas, según lo exigido en la Directiva 98/58. Además, todos los Estados miembros de la UE son miembros de la OIE, por lo que, habiendo aceptado las normas sobre los productos lácteos, deberían tratar de aplicarlas.

Las respuestas a un cuestionario enviado a todos los Estados miembros indican que "muchos no están haciendo un intento serio de hacer cumplir la Directiva 98/58 ni la Recomendación del Consejo Europeo.

Las provisiones clave de las normas OIE son las siguientes:

- Calidad del aire: El nivel de amoníaco en los recintos cerrados no debe exceder de los 25 ppm. Artículo 7.11.5.1.c;
- Área de descanso: Los animales necesitan un lugar cómodo y bien drenado para descansar. Todos los animales deben tener suficiente espacio para

recostarse y descansar al mismo tiempo. La gestión del suelo en los sistemas de producción puede tener un impacto significativo en el bienestar de los animales. Artículo 7.11.5.1e

- Condiciones de limpieza: los suelos, las superficies de descanso y los patios al aire libre deben limpiarse según lo requieran para garantizar una buena higiene, comodidad y minimizar el riesgo de enfermedades y lesiones. Artículo 7.11.5.1e;
- Lecho: Se debe proporcionar paja o arena. En el caso de las alfombrillas de goma y colchones, la cama debe ser adecuada (higiénica, no tóxica). Artículo 7.11.5.1e;
- Diseño del cubículo: Deberá ser tal que permita a los animales estar de pie o descansar cómodamente sobre una superficie sólida (de tamaño apropiado para los animales más grandes). Debe haber suficiente espacio para que el animal descansa y se levante adoptando posturas normales. Artículo 7.11.5.1e;
- Suelos: Deben ser diseñados para minimizar resbalones y caídas, promover la salud del pie y reducir el riesgo de lesiones. Artículo 7.11.5.1e;
- Ataduras: Si el ganado debe ser atado, como mínimo deberá poder recostarse, ponerse de pie, mantener una postura corporal normal. A las vacas que se mantienen en el interior se les debe permitir suficiente ejercicio sin contenciones para prevenir problemas de bienestar. Artículo 7.11.5.1.e;
- Acceso al exterior: Acceso al aire libre, con pasto, minimizará los riesgos de cojera. Artículo 7.11.5.1f;
- Cojera: Los cuidadores deben controlar el estados de los pies y tomar medidas para prevenir la cojera y mantener la salud del pie. Artículo 7.11.5.2a ii;

- Bovinos no ambulatorios: No deberán ser transportados o movidos a menos que sea absolutamente necesario para el tratamiento o diagnóstico. Los movimientos se realizarán con cuidado, utilizando métodos que eviten el arrastre o el levantamiento excesivo. Artículo 7.11.5.2a ii;
- Condición corporal: Los manipuladores de los animales deben tener un conocimiento adecuado de los cuerpos de los animales y no permitir que su condición corporal salga de un rango aceptable de acuerdo con la raza y estado fisiológico del animal. Artículo 7.11.5.2b:
- Transferencia de embriones: Debe realizarse bajo anestesia epidural u otra por un operador capacitado, preferiblemente un veterinario o un paramédico veterinario. Artículo 7.11.5.2g;
- Edad de reproducción para las novillas: No deben criarse para la reproducción antes de alcanzar la etapa de madurez física suficiente para garantizar la salud y el bienestar de la madre y el ternero al nacer. Artículo 7.11.5.2h;
- Calostro: Los terneros deben recibir suficiente calostro, preferiblemente de su propia madre, y dentro de las 24 horas del nacimiento para proporcionar inmunidad. El calostro es más beneficioso si se recibe durante las primeras seis horas después del nacimiento: Artículo 7.11.5.2i;
- Desmochado y descornado: La selección de bóvidos descornados es preferible al desmochado o amputado. Es preferible eliminar el brote del cuerno a edad temprana, mejor que amputar los cuernos a bóvidos mayores. El uso de anestesia y analgesia están altamente recomendados cuando se realiza la eliminación de la raíz del cuerno, y siempre deberá utilizarse al amputar el cuerno ya crecido. Artículo 7.11.5.2.m;
- Amputación de la cola: La amputación de la cola no mejora la salud o bienestar de las vacas y por lo tanto está desaconsejado. Artículo 7.11.5.2m ii:



- Electroinmovilización: No debería ser utilizada. Artículo 7.11.5.2n.

Un informe sobre bienestar animal solicitado por el European Parliament's Committee on Petitions, y publicado por el Policy Department for Citizen's Rights and Constitutional Affairs indica que

tal y como se interpreta la Directiva 98/58, animales como las vacas lecheras [...] no serán protegidos durante la mayor parte de sus vidas en gran parte de la Unión Europea. Actualmente, en la Unión Europea, existe una gran cantidad de sufrimiento animal que podría ser prevenido. La gran mayoría de esta prevención podría darse sin ningún incremento en los costes para los usuarios comerciales de los animales. Mientras que algunos cambios conllevarían algunos costes a corto plazo, [...] algunos cambios aumentarían la rentabilidad del uso comercial de los animales" (Broom, 2017, p. 58).

Esto, y la existencia de las opiniones de EFSA con recomendaciones claras para la prevención de estos malestares disponibles desde 2009 (y otro informe de EFSA en 2012 con medidas para analizar el bienestar de las vacas) hicieron que 18 asociaciones de protección de los otros animales presentasen la Petición al Parlamento Europeo sobre el Bienestar de las Vacas Lecheras en 2015.

## **CAPÍTULO 4.**

### **CUESTIONES METODOLÓGICAS**

A continuación se abordan las cuestiones metodológicas relacionadas con la elaboración de la presente investigación.

Este trabajo estudia el caso europeo, entendiendo por tal la unión de los países que entran en el Tratado de Shengen, incluyendo también al Reino Unido por su importancia en el sector lácteo y por su calidad de miembro de este Tratado durante la mayor parte de esta investigación.

#### **4.1. Diseño de la investigación**

El objeto de estudio, los lobbies de la industria láctea europea, fue elegido tanto por su relevancia (tanto en su magnitud económica como política) como por las dudas éticas que plantea por su actividad específica en el caso de las industrias de explotación animal.

Cuantitativamente, las vacas no son los animales a los que se explota en un número mayor dentro de la industria agroalimentaria, ni en Europa ni en el resto del mundo, si se tiene en cuenta el número de individuos –ni siquiera incluyendo a los toros a los que se utiliza para inseminarlas o a los terneros que son obligadas a parir para que la leche llegue a sus ubres.

Proporcionalmente, los animales marinos son explotados en mayor número, específicamente peces e invertebrados, a los que de hecho se suele contar por toneladas, con la consiguiente peyorativización de su individualidad. Si hablamos de animales terrestres, gallinas y gallos suelen ser los animales vertebrados que sufren en mayor número explotación para la alimentación humana.

Del mismo modo, es difícil saber si las vacas son los animales explotados por los humanos que más sufren y no se entrará aquí en este debate. Los intentos de medir el sufrimiento llevan a lo que algunas autoras han denominado "las Olimpiadas de la Opresión", describiendo una especie de competición para ver qué grupo es el más oprimido (Shannon, Rogue, Daring, Volcano & Abbey, 2013; Dhamoon, 2011).

Sin embargo, la dinámica de la explotación de vacas, toros y terneros conlleva una vida tan contraria a los intereses básicos de todos estos animales, incluyendo un

enorme nivel de sufrimiento físico y psicológico, que justifica sobradamente su investigación, como se detalla en el capítulo 4.

Aquí se ha elegido estudiar esta explotación a partir de los grupos de presión de la industria láctea europea, examinando esta industria así como la representación que sus lobbies y think tanks hacen de, en concreto, las guías y consejos dietarios que se ofrecen desde las instituciones europeas –guías y consejos que después los medios de comunicación de masas se encargan de divulgar a la ciudadanía.

Para realizar esta investigación se plantearon el objetivo general y objetivos específicos, que recordamos a continuación:

El objetivo general de esta investigación es estudiar el discurso de los grupos de presión de la industria láctea europea (ILE) en relación con su influencia en la elaboración de las guías alimentarias. Análisis de la economía política de la industria láctea en la Unión Europea: historia, estructura y mercado.

Los objetivos específicos son tres:

- i. Análisis de la economía política de la industria láctea en la Unión Europea: historia, estructura y mercado.
- ii. Identificar el discurso de los principales grupos de interés de la ILE con respecto a cómo se refieren a los animales que explotan.
- iii. Identificar el discurso de los principales grupos de interés de la ILE relacionado con las orientaciones alimentarias.

Para alcanzar estos objetivos se han utilizado dos herramientas como metodología principal:

- 1) La observación documental propia de los estudios de economía política de la comunicación. A partir de dicha observación documental se han obtenido y examinado los datos estructurales de la industria láctea y sus grupos de interés.

- 2) Las herramientas propias del análisis textual con una perspectiva de análisis crítico del discurso. Mediante el análisis crítico del discurso se ha examinado una muestra de 93 documentos de los principales lobbies y think tanks de la industria láctea europea. A través del análisis se han confrontado las principales ideas presentes en la muestra documental con una serie de preguntas derivadas de los objetivos de la investigación.

A continuación se describen estas herramientas así como la perspectiva adoptada.

#### **4.2. Observación documental**

El análisis de la economía política de la industria láctea europea planteado como primer objetivo específico de esta investigación tiene por misión proporcionar una descripción de esta industria en lo relativo a la explotación que realiza de las vacas, la historia de esta explotación, el mercado, los principales grupos empresariales y los principales grupos de interés vinculados a la industria. Esta descripción es en primer lugar un paso necesario para poder realizar el análisis crítico del discurso, que como tal se realiza contrastando los mensajes de la industria con la realidad de explotación de la misma, que debe por tanto ser definida por la investigación. Pero esta descripción también es necesaria como objetivo independiente, para ofrecer una mirada en profundidad de este sector económico que nos permita contextualizar los mensajes, así como la capacidad de influencia de estos.

Para el análisis estructural del sector europeo se ha utilizado la observación y explotación documental. El análisis documental fue utilizado por primera vez en 1980 como método de análisis cualitativo (Bohnsack 2014, p.240) y consiste en la "explicación del conocimiento implícito del hasta ahora en aquello que se está observando" (...) (Bohnsack 2014, p. 247). Al hacer economía política, se ha realizado investigación historiográfica, un tipo de observación documental útil para "establecer, o iniciar, el proceso de investigación" (Stacks, 2014, p. 162). Don W. Stacks también denomina este tipo de metodología como "escaneo ambiental o monitoreo ambiental (Stacks, 2014: p. 162), y lo define utilizando la palabra "sistemático", aludiendo a que es necesario realizar el análisis documental teniendo una base estratégica previa; un objetivo concreto.

Para la presente tesis doctoral, el análisis documental se ha realizado a partir de estas fuentes:

Como fuentes primarias (denominadas "veta madre" por Stacks (Stacks, 2014, pp.166)): se ha utilizado el Registro de Transparencia Europeo, y dentro de éste, las fichas de cada organización. Se ha tenido en cuenta el Registro de Transparencia Europeo como fuente primaria pues la información que se encuentra en el registro es enviada directamente por cada una de las organizaciones.

También se ha recurrido a las páginas web de las organizaciones (por ejemplo EDA, FoodDrink Europe) y de las empresas (por ejemplo Nestlé, Danone o Lactalis), e instituciones como la web de la Comisión Europea, la web del Parlamento Europeo, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea y el Fondo Español de Garantía Agraria.

Como fuentes secundarias, o como define Stacks "un informe sobre las averiguaciones de la fuente primaria", (2014, pp.166) se han utilizado diferentes libros, de investigadoras e investigadores que abordaban cada uno de los temas tratados en el capítulo de resultados para el primer objetivo: para la historia de la leche y los productos lácteos, así como sus subvenciones se ha recurrido a bibliografía de autoras como Hanna Velten, Melanie DuPuis, Nimmo, Ismael Hernández y Josep Pujol, Atkins, Green, Castillo, Yubero, Lascarro y Amat.

Como fuentes terciarias (definidas por Stacks como "informes o resúmenes de las fuentes secundarias" (Stacks, 2014, pp.166) se han empleado páginas de ONG críticas, como VSF Justicia Alimentaria Global, Oxfam América, teniendo en cuenta, siguiendo a Don W. Stacks "que los informes terciarios deberán ser abordados con precaución" debido a posibles sesgos, y también artículos periodísticos, procedentes de conocidas agencias informativas como son Reuters, Europa Press, o EFE.

Para el presente estudio se han tenido en cuenta los grupos de presión inscritos en el Registro de Transparencia europeo actualizados a 30 de diciembre de 2018. Los resultados han sido obtenidos realizando varias búsquedas, en las que se ha refinado la base de datos en torno a los conceptos "dairy", "leche", "lait" y "milk".

Realizando la búsqueda de este modo, se obtuvieron 48 resultados en el momento de

la misma. En el registro, los grupos de interés se organizan por sección y subsección. Es interesante saber que los datos que se deberá proporcionar para la inscripción dependen de la categoría que el propio grupo escoja a la hora de inscribirse. Cada organización solo puede inscribirse en una categoría, aunque teóricamente pueda encajar en varias.

### **4.3. Análisis crítico del discurso**

Para el análisis textual se ha elegido la perspectiva del análisis crítico del discurso (ACD). Se ha escogido esta perspectiva ya que puede permitir revelar de un modo más preciso la forma en que los autores y los hablantes utilizan el lenguaje y la gramática para crear significado. Este tipo de análisis muestra que las características del lenguaje, las elecciones del lenguaje, dan forma al modo en que se representa la realidad, y por tanto, a través de su análisis podremos analizar el modo en el que los grupos de interés elaboran una narrativa a través de sus publicaciones.

El análisis de discurso en general evolucionó a partir de los escritos de Noam Chomsky (1965), quien afirmó que el objetivo de la lingüística debería ser estudiar las *competencias lingüísticas* subyacentes: las normas que informan la producción de las oraciones gramaticales. Para Chomsky, según Judith Baxter (2010, p. 228), el enfoque del estudio era el sistema abstracto, es decir, la estructura subyacente del lenguaje.

Una teoría que tuvo mucho que ver en el Análisis Crítico del Discurso es la lingüística sistémica funcional (Halliday, 1994), que sirve para "entender y analizar un lenguaje como algo configurado por las funciones sociales a las que ha terminado sirviendo", de lo que se deriva que "las categorías del análisis social conectan con las del análisis lingüístico" (Fairclough, N: 2003, p. 186).

El término *discurso* es en sí un concepto disputado. Según Baxter (2010, p. 230) la palabra *discurso* es un vocablo que ha generado largo debate entre académicos acerca de lo que significa y cómo debería ser utilizado. La definición más directa, que es la que se sigue utilizando según Baxter en los libros de texto de lingüística, sería la de "lenguaje por encima de la oración", y se refiere a una secuencia de oraciones o articulaciones que constituyen un *texto*, en palabras de Baxter citando a Cameron (2001). Otra definición de *discurso* será "lenguaje en uso" o "lenguaje en contexto social", que

estaría en la línea de la definición que hace Fairclough como "contexto situacional del uso del lenguaje que implica la interacción entre lector/escritor y texto" (1992a, p. 3). Siguiendo a Baxter, también se suele entender el *discurso* en plural: *discursos*. Aquellos que lo comprenden de este modo son principalmente los lingüistas cuyo trabajo se superpone con la teoría posestructuralista y crítica (como en el ejemplo de Fairclough). Este uso en plural refleja la influencia de Michel Foucault, quien definió los discursos como "prácticas que conforman sistemáticamente los objetos de los que hablan" (Foucault, 1972, citado en Baxter, 2010, p. 230). Estos discursos, en plural, serían más que puramente lingüísticos: se trata de prácticas sociales e ideológicas que pueden gobernar los modos en que las personas piensan, hablan, interactúan, escriben y se comportan (Baxter, 2010, p. 230).

Desde un enfoque postestructuralista, existen diferentes formas de realizar un análisis de discurso, estando entre estas el Análisis de Conversión, el Análisis Sociolingüístico Interaccional, el Análisis de Discurso, el Análisis de Discurso Posestructuralista Feminista y el Análisis de Discurso. Este capítulo se centrará en dar unas pinceladas teóricas respecto a este último tipo de análisis.

El Análisis crítico de discurso (ACD) es un enfoque fundado en la lingüística, que se asocia con una serie de autores clave, como Teun Van Dijk, Ruth Wodak o Norman Fairclough. El ACD surgió a finales de la década de 1980 como una escuela europea interdisciplinar de estudios de discurso, y desde entonces se ha convertido en una de las ramas más influyentes y visibilizadas del análisis de discurso. El poder en general y las cuestiones relacionadas con las asimetrías de poder, la manipulación y la explotación son los temas centrales de la mayor parte de las investigaciones de este campo.

El ACD es similar al análisis de discurso tradicional en la característica de que enfatiza el examen de los artefactos lingüísticos (Fairclough, 2001; Gee, 2005; Van Dijk, 1993a). Sin embargo, el ACD ha evolucionado como teoría y como método que residen dentro del paradigma crítico y se centran en la relación entre poder, lenguaje y sociedad (Gee, 2005; Rogers, 2004). Rogers et al. (2005) postularon que la génesis del ACD se deriva de un deseo de los académicos de combinar teoría social y perspectivas de análisis de discurso. Teun van Dijk (1993a, p. 131) afirmó que ACD representa "una perspectiva compartida sobre hacer análisis lingüístico, semiótico y de dis-



curso" y tiene un enfoque en "cómo el lenguaje, como herramienta cultural, media relaciones de poder y privilegio en las interacciones sociales, instituciones y cuerpos de conocimiento" (1993a, p. 367).

Según Norman Fairclough, el Análisis Crítico de Discurso es

(...) por un lado, una teoría y un método —o más bien, una perspectiva teórica que versa sobre el lenguaje, y en un sentido más general, sobre la semiosis (incluyendo el "lenguaje visual", el "lenguaje corporal", etc.—), y por otro, un elemento o un "momento" del proceso social material que suscita formas de analizar el lenguaje o la semiosis (...) que se insertan en otros análisis del proceso social de carácter más general" (Fairclough, 2003, p. 179).

Para Teun A. van Dijk (1994, p. 2), el análisis crítico tiene por objetivo

evidenciar problemas sociales y políticos (...) como el poder y la desigualdad, a través del discurso (...). Analizar problemas como el racismo, la desigualdad, el gobierno y la autoridad, problemas que pueden parecer muy pragmáticos pero que son igualmente teóricos". Mientras que el objetivo del Análisis Crítico del Discurso es "saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social determinando quiénes tienen acceso a estructuras discursivas y de comunicación aceptables y legitimadas por la sociedad (Van Dijk, 1994, p. 3)

Precisamente, a lo largo del presente estudio, nos preguntaremos si las vacas explotadas por su leche tienen algún tipo de acceso a las estructuras discursivas, y si no lo tienen, qué se dice de ellas desde las entidades que tienen acceso a sus cuerpos. En el caso de la industria láctea, nos interesa saber quién tiene acceso, por ejemplo, a la prensa, pues "a mayor variedad de acceso discursivo, más poder" (Van Dijk, 1994, p. 5). Partimos de la base de presuponer que, en este caso, las élites, que serían encarnadas por los distintos tipos de entidades explotadoras, tienen un acceso activo controlado a la mayoría de los eventos de comunicación, estableciendo, en gran medida, las limitaciones de quién habla, sobre qué, y en qué momento. Este acceso, según van Dijk (1994, p. 5) les define; pueden ser definidos por sus "gammas de acceso al discurso público o a otros discursos importantes y eventos comunicativos".

Fairclough y Wodak (1997) presentaron los siguientes principios para el ACD:

1. El discurso aborda problemas sociales;
2. El discurso reconoce las relaciones de poder como discursivas;
3. El discurso constituye sociedad y cultura;
4. El discurso es histórico;
5. El discurso hace trabajo ideológico;

El ACD adopta una visión macroanalítica del mundo al considerar la noción de discurso en su sentido más amplio como unidad esencial de la comunicación. Las investigaciones de ACD consideran específicamente cómo funciona el lenguaje dentro de los discursos institucionales y políticos en los medios, en política, educación, etc. así como los discursos específicos (en torno a la clase, género, raza o, en nuestro caso, incorporando la noción de especie), con el objetivo de desvelar desigualdades encubiertas en las relaciones sociales.

El ACD no se autodefine como una teoría coherente, ni como subdisciplina del análisis de discurso, ni como un enfoque metodológico del mismo tipo que otros análisis. Su esencia es ser una perspectiva crítica que puede combinarse con otros enfoques, que puede ser utilizada por académicos que trabajan en una variedad de disciplinas, desde la lingüística a la comunicación o las ciencias sociales en general (Van Dijk, 2001).

El CDA evolucionó formalmente a principios de la década de 1990 como una perspectiva aplicada por una serie de académicos con preocupaciones políticas compartidas sobre las desigualdades sociales en el mundo, pero que estaban ocupados por intereses muy diferentes en áreas como la literatura, la política, los estudios de medios, los estudios de género y la tecnología de la información.

Desde entonces, han ido creciendo diferentes ramas dentro del ACD. La lingüística crítica sería el precursor del ACD, y analiza detenidamente cómo funcionan ideológicamente las características de la gramática dentro de los textos individuales "para socavar a los grupos oprimidos". El análisis de discurso francés examina los efectos ideológicos de las formaciones discursivas, posicionando a las personas como sujetos sociales, sin enfatizar las aplicaciones prácticas de la teoría. La semiótica social y el análisis de discursos multimodales exploran formas de analizar textos multimodales.

Los estudios socio-cognitivos (ej. Van Dijk, 2008), al vincular la cognición humana con procesos sociales más amplios, se centran en la importancia de comprender el contexto político, social y cultural para llevar a cabo el análisis. Por último, el método histórico apunta a "integrar sistemáticamente toda la información de fondo disponible en el análisis e interpretación de las muchas capas de un texto escrito o hablado (Fairclough y Wodak, 1997, p. 266). Un punto de referencia común para todos los enfoques es principalmente lingüístico: el de la gramática funcional sistémica de Halliday que destaca la relación entre el sistema gramatical y las necesidades personales y sociales a las que se requiere que sirva el lenguaje, a través de tres meta-funciones del lenguaje que están continuamente interconectadas: la ideacional, la interpersonal y la textual (1970, p. 142). En esta visión, el texto y el contexto están vinculados de manera transversal por una relación dialécticamente constitutiva.

Las principales unidades de análisis para las personas que utilizan el ACD son textos escritos y orales. Se pueden obtener datos de entrevistas, conversaciones, políticas y documentos escritos; se necesita un enfoque sociocognitivo para comprender cómo se median las relaciones entre textos y sociedad. El análisis de discurso es interpretativo y explicativo, y utiliza una metodología sistemática. El ACD es un paradigma científico socialmente comprometido. Fairclough (1992, 1995a, 2001) afirmó que a través del estudio cercano y cuidadoso del lenguaje es posible no solo describir e interpretar las representaciones, sino también explicar la formación de relaciones, procesos y estructuras que afectan a los individuos.

El ACD va más allá del análisis de discurso tradicional al no buscar únicamente describir el lenguaje utilizado, sino que también trata de analizar, interpretar y explicar la importancia de la relación de las representaciones integradas en el discurso (Fairclough, 2001; Gee, 2005). El componente crítico del enfoque teórico de Fairclough (2001) se refiere no solo a las representaciones obvias del lenguaje, sino también analiza los mensajes velados u opacos ocultos. Metodológicamente, Fairclough (1993, 1995a, 2001) proporciona un marco analítico que se puede emplear para desvelar las representaciones de un texto. Así, mediante una serie de preguntas sistemáticas para analizar construcciones tanto textuales como visuales en relación con los fenómenos sociales. Richardson (2007) planteó que el ACD va más allá de un simple análisis de contenido, y se esfuerza por descubrir los complejos y variados procesos de creación

de significado que se manifiestan a través de los textos. Con este rango diverso de aproximaciones teóricas, ningún estudio en particular puede ser considerado como prototipo de ACD, aunque es común a muchas investigaciones un interés en el discurso político y el lenguaje de los medios.

Las personas que estudian dentro del ACD destacan "patrones de dominación según los cuales un grupo social es dominado por otro" (Phillips, 2006, p. 288), y reservan el concepto de discurso para textos, discursos u otros sistemas semiológicos, distinguiendo entre prácticas discursivas y otro tipo de prácticas sociales. El ACD es una metodología que puede ser utilizada para estudiar cómo el lenguaje informa la práctica social (Wodak y Meyer, 2009). En este estudio ha sido utilizado para examinar cómo el lenguaje informa la práctica especista de la explotación de las vacas por su leche. El análisis de discurso de Foucault permite explorar cómo el lenguaje construye identidades (Willig, 2009). En este estudio, se utiliza para conocer de qué maneras se normaliza la explotación de las vacas para seguir justificando su explotación por motivos económicos.

Las características centrales a la perspectiva crítica del ACD son, entre otras, las siguientes, recopiladas por Baxter (2010, pp. 244-245):

- **Lenguaje como práctica social:** Implica una relación dialéctica entre un evento discursivo particular y la/s situación/es, institución/es, y estructura/s social/es que la enmarcan (Fairclough y Wodak, 1997, p. 258). Esto significa que en esta relación bidireccional, el discurso se considera como un constitutivo social, además de estar moldeado por lo social.
- **Relación entre lenguaje y poder:** Los discursos, como entes influyentes, pueden ayudar a producir, reproducir y contestar relaciones de poder desiguales entre diferentes etnias, clases sociales, géneros, edades y grupos profesionales. A estas categorías se puede añadir la de la especie.
- **Un objetivo comprometido con la emancipación:** El ACD se enfoca en "los problemas sociales, especialmente en el papel del discurso en la producción y reproducción del abuso de poder o dominación. Cuando es posible, lo hace desde una perspectiva que esté alineada con los intereses de los grupos dominados" (Van Dijk, 2001, p. 96). En palabras de Norman Fairclough, "el

ACD tiene objetivos emancipadores, y se centra en los problemas enfrentándose a lo que podemos denominar vagamente como los 'perdedores' en determinadas formas de vida social –los pobres, los excluidos sociales, las personas sujetas a relaciones opresivas en razón de su género o de su raza, etc.– (Fairclough, N. 2003, p. 185).

- **Texto y contexto:** El ACD se construye sobre una "base lingüística sólida" (Van Dijk, 2001, p. 97), al examinar las características textuales como la estructura de la oración, la formulación verbal, la sintaxis, la selección léxica, la coherencia interna y la cohesión del discurso.
- **Interdiscursividad/intertextualidad:** La interdiscursividad hace referencia a los modos en que un discurso siempre se inscribe y se modula con trazas de otros discursos. Chouliaraki y Fairclough (1999, p. 136) aportan como ejemplo de esto discursos políticos feministas que han "internalizado discursos marxistas y posestructuralistas, incorporando algunos de sus conceptos, pero apropiándose de ellos de formas que concuerdan con su propia lógica". La intertextualidad se da cuando un texto porta trazas de una serie de textos precedentes, reforzando así las presuposiciones históricas. El ACD también tiene en cuenta lo que no se dice, buscando el significado velado o "leyendo entre líneas", pues los textos no pueden verse de forma aislada; siempre deben ser considerados dentro de un contexto. Fairclough (1995b) se refería a esto como la "intertextualidad" de los mensajes. El ACD también es útil para comparar artefactos visuales y textuales entre sí.
- **Deconstrucción:** ACD se preocupa de desenmarañar cómo las relaciones binarias de poder constituyen identidades, posiciones subjetivas e interacciones dentro de los discursos y los textos, creando desigualdades sociales.

El ACD se preocupa por los problemas sociales y el carácter lingüístico de los procesos y estructuras (Richardson, 2007). Para Fairclough (1995) el componente "crítico" del ACD implica conocer que las causas y las conexiones a menudo están ocultas. Mediante una investigación sistemática para describir, interpretar y explicar el lenguaje utilizado, las investigadoras pueden comenzar a descubrir las causas y las conexiones y vincularlas con los asuntos locales, institucionales y sociales (Fairclough, 1993, 1995a, 1995b).

Ruth Wodak, profesora de Estudios de Discurso y de Lingüística Aplicada, es una de las principales estudiosas del Análisis Crítico del Discurso. Entre sus contribuciones principales al análisis crítico del discurso estarían el enfoque y la implementación de la interdisciplinariedad; su teoría del contexto (R. Wodak, 2000); su interés particular en el análisis textual, teoría de la argumentación y retórica, más que en la Lingüística Sistemática Funcional y otras teorías gramáticas. En 1989 publicó el volumen *Language, Power and Ideology*, al mismo tiempo en el que Van Dijk y Fairclough comenzaban a hacer publicaciones en las que también utilizaban la investigación crítica (R. Wodak, 1989). Para Wodak, tal y como afirma en una entrevista (Kendall, 2007, p. 5) el término 'críticos' significa "no dar cosas por hecho, abrirse a la complejidad, desafiar el reduccionismo, el dogmatismo y las dicotomías; ser autocrítica en mi investigación, y a través de esos procesos, sacar a la luz las estructuras opacas de relaciones de poder y de ideologías. 'Crítico', así, no implica el sentido habitual de 'ser negativo' -más bien, 'escéptico'.

Tal y como explica la propia Wodak, el ACD se desarrolla a través de diferentes escuelas, que difieren en sus fundamentos teóricos. Jäger y Fairclough tienen su base en Foucault. La investigación empírica de la Escuela de Viena se desarrolla sobre la Escuela de Frankfurt. Fairclough tiende a ilustrar su teoría a través de una serie de datos seleccionados, mientras que Wodak y Jäger proceden de una manera más "abductiva". Las diferentes escuelas también difieren en la selección de temas a investigar (Wodak en Kendall, 2007, p. 6). Finalmente, todos han desarrollado diferentes metodologías que son compatibles entre sí, centrándose cada uno en un aspecto. Así Jäger se centra en el estudio de las metáforas, Fairclough aplica una gramática sistemática funcional, y Wodak utiliza la teoría de la argumentación y la retórica.

El discurso es, según Jorgensen y Phillips (2002, p. 1) "un modo particular de hablar del mundo y de comprenderlo". En otras palabras, discurso es el sentido del uso del lenguaje como práctica social.

Lo que tienen en común las diferentes visiones dentro del Análisis Crítico del Discurso es la idea de que el lenguaje no es neutral. Los discursos crean representaciones del mundo que reflejan a su vez un constructo en el que se aportan significados a nuestro mundo, identidades y relaciones sociales. Así, se puede considerar que el lenguaje es

tanto constitutivo del mundo social como constituido por otras prácticas sociales (Phillips, 2006). Esto implica que el discurso no debería ser reducido solo al lenguaje, sino que debería ser empíricamente analizado en un contexto cultural específico (Barthes).

El enfoque de Fairclough tiene tres dimensiones de análisis. La primera dimensión es un análisis descriptivo, donde se trata de describir las propiedades de los elementos textuales y visuales. La segunda dimensión tiene que ver con el análisis interpretativo donde el objetivo es examinar los contenidos del lenguaje y sus partes funcionales para comprender e interpretar las conexiones entre el papel del lenguaje y las estructuras sociales más amplias que refleja y apoya. La tercera dimensión, el análisis social, se centra en explicaciones de los discursos más amplios, culturales, históricos y sociales, que rodean las interpretaciones de los datos. Por lo tanto, se puede decir que el análisis crítico de discurso (ACD), a diferencia del análisis textual, se centra en el carácter intercomunicativo de los textos. Esto se deriva en dos rasgos centrales del análisis de discurso: a) el discurso se da dentro de un contexto social y b) el discurso produce un sentido de las cosas. En primer lugar, el ACD busca comprender la producción histórica de discurso, es decir, observar los escenarios y las condiciones que permiten la afirmación y negación de las proposiciones sobre los objetos de los que hablan (Foucault, 2008). En este sentido, es necesario comprender el habla no solo como elemento textual sino como una práctica social en la que tienen lugar una diferente selección, control y exclusión, afectando la producción de un discurso. Para comprender esto, es necesario, en primer lugar, comprender la red de relaciones de poder y saber que tienen su base en y gracias a los discursos (Foucault, 1968). A este respecto es importante la relectura de los discursos de Judith Butler (2006), ya que para comprender cómo se produce el efecto de poder, es necesario llevar a cabo una repetición de los discursos.

El proceso de significación tiene lugar gracias a una acción de los significados de los cuerpos dentro de una escena o contexto social, permitiendo así su realización sobre cuerpos, identidades y vidas; y es este mismo contexto el que permite la perpetuación de significados que el discurso produce (Butler, 2006). Por otra parte, como señala Luis Enrique Alonso (1998) –y vinculado con el propuesto por Foucault y Butler sobre el discurso– es necesario tomar los registros y los códigos discursivos como fenómenos intersubjetivos que sitúan a los emisores y receptores en el mensaje dentro de una

comunidad sociolingüística. Son, por lo tanto, preguntas acerca de quién, cómo, desde dónde, por qué y a quién se está hablando. Foucault planteó la pregunta correcta al preguntar sobre la formación de modalidades enunciativas que aportan legitimidad al discurso (Foucault, 2008). Esto llega a colocar el texto no solo dentro del contexto de su producción, sino también dentro de "un conjunto de referencias sociogrupales que aportan significados al discurso" (Alonso, 1998, p. 204), de diferentes escalas o posiciones sociales que ocupan diferentes sujetos cuando el discurso es emitido.

A su vez, el análisis de discurso se centra en las condiciones sociales del sentido de los objetos y la producción de sentidos. Explora los juegos del lenguaje como un entretelado de significados y sentidos diferentes que son dados a los objetos y la materialidad habilitada por los discursos. La constitución de la materialidad de los objetos es otra cuestión acerca del ACD. La formación ontológica de los objetos es posible gracias a los modelos de enunciaciones discursivas prescriptivos y normativos. Por lo tanto, esta metodología también indaga sobre la representación y la estructuración de los objetos. Esta cuestión de la representación del objeto aborda dos aspectos de los discursos. En primer lugar, la operatividad en el ensamblaje de diferentes sentidos y significados del objeto representado, y en segundo lugar, la ramificación de la primera: la producción de una verdad sobre el objeto.

Con respecto a las cuestiones planteadas por esta metodología, su uso es apropiado en esta tesis para analizar el papel de los grupos de interés en la conformación de normas dietéticas. El ACD nos permite observar cómo una representación particular y la producción de una verdad sobre lo que es saludable o insalubre por parte de los grupos de interés; en qué contexto social se producen estos discursos; qué posición ocupan los grupos de interés de la industria láctea dentro de los marcos de producción de conocimiento sobre lo saludable, y qué modos declarativos utilizan para el ensamblaje de los diferentes significados y sentidos sobre lo saludable en relación con los productos lácteos.

Al mismo tiempo, se convierte también en una parte fundamental del presente trabajo el análisis cuantitativo, la cuantificación de una producción textual de los lácteos como fuente de salud, y a partir de esta herramienta de análisis observaremos los procesos



de iteración como efectos de poder en la significación de los lácteos en su materialización de conocimiento social como fuente indispensable en las pautas dietéticas.

Los pasos para elaborar un marco analítico para el ACD, son, según la propuesta de Fairclough (2002, p. 184), los siguientes:

1. Centrarse en un problema social que tenga un aspecto semiótico.
2. Identificar los elementos que lo obstaculizan con el fin de abordarlos, mediante el análisis de:
  - a. la red de las prácticas en las que están localizados
  - b. la relación de semiosis que mantiene con otros elementos de la particular práctica
  - c. el discurso (es decir, la propia semiosis)
    - análisis estructural: el orden del discurso
    - análisis interaccional
    - análisis lingüístico y semiótico
3. Considerar si el orden social "necesita" en cierto sentido el problema o no.
4. Identificar las posibles formas de superar los obstáculos.
5. Reflexionar críticamente sobre el análisis (1-4).

En esta fase, se analizaron las elecciones lingüísticas que contienen los textos. Se han utilizado para ello las herramientas típicas del análisis del discurso que nos permiten hacer preguntas concretas sobre las elecciones gramaticales y léxicas encontradas en los textos escritos y orales.

#### 4.4. Herramientas metodológicas del ACD

##### 4.4.1. Procedimiento de codificación y análisis

Para asegurar un análisis riguroso, cuando se utiliza Análisis Crítico de Discurso es necesario comprometerse con un proceso cíclico de revisión de los datos y de reflexión acerca de las perspectivas teóricas que informan el estudio (Willig, 2009). Esto fue llevado a cabo por un proceso que supone una lectura y relectura de los textos. El Análisis Crítico de Discurso puede ser evaluado también mediante un examen que certifique si la investigación produce resultados razonables y convincentes, en una narrativa interna coherente (Willig, 2009). Esto se lleva a cabo mediante a evaluación por parte de otras personas investigadoras, familiarizadas con los Estudios Críticos Animales y con el Análisis Crítico de Discurso, y sus críticas y comentarios respecto a las averiguaciones del presente estudio.

Para la presente investigación se ha analizado el contenido de 92 documentos de las organizaciones más relevantes dentro de los grupos de interés europeos relacionados con la industria láctea, aplicándoles un análisis crítico del discurso.

El procedimiento seguido consistió en primero llevar a cabo un proceso de lectura rápida y búsqueda automatizada de términos (leche, lácteos, nutrición, guías dietarias, vacas) de cada uno de los documentos para seleccionar los textos que atendiesen algún aspecto relacionado con los objetivos de la presente investigación. Mediante este procedimiento, en primer lugar se obtuvo una muestra de 111 documentos, que fueron seleccionados de entre todos los textos elaborados por las organizaciones. Es decir, forman parte de la muestra aquellos documentos que abordan de algún modo temas de nutrición y guías dietarias y aquellos que aluden a los animales. Una vez seleccionados los ciento once documentos, para cada texto se completó la plantilla diseñada para llevar a cabo el análisis, que se puede ver a continuación.

Figura 8: Tabla de Análisis

<b>Código documento</b>	
<b>Título texto analizado</b>	
<b>Fuente</b>	
<b>Tipo de texto:</b>	
<b>Autoría:</b>	

<b>Fecha:</b>	
<b>Número palabras</b>	
<b>Número páginas</b>	
<b>Fuente web</b>	

<b>Macroanálisis. Resumen idea global.</b>

<b>Microanálisis. Ideas individuales.</b>
<b>Extracto:</b>
<b>EXPLÍCITO</b>
<b>IMPLÍCITO</b>
<b>Si hay implícito, ¿Cómo se infiere?</b>

En este punto, algunos textos de la premuestra fueron deseleccionados, corrigiendo la selección original, si, tras este análisis detallado del texto se comprobaba que su contenido no interesaba, pues el tratamiento de las dos temáticas (nutrición y guías dietarias, o mención de los animales) era anecdótico a lo largo del texto o muy superficial. Tras este paso, la muestra definitiva quedó en 92 documentos.

El ACD codificado en esta tabla se ha llevado a cabo como sigue:

Primero, se asignaba un código a cada documento y se identificaba el título del texto, la fuente (la organización que publicó el documento), la autoría (cuando se especificaba, raramente), la fecha, el número de palabras y páginas y el lugar de donde se extrajo el documento.

A continuación, se incorporaba a la tabla un resumen de la idea o argumento global principales transmitido por el texto, el macroanálisis.

El siguiente paso consistía en elaborar el microanálisis, para el que se escogían pasajes del texto interesantes por ser las que hablaban o bien en relación con la nutrición o con las guías dietarias o bien en relación con la representación de los animales, o si era el documento al completo el que trataba estos asuntos, se analizaba el documento al completo. Para cada uno de los textos, en ocasiones dividiéndolos en párrafos para una mayor concreción, se respondía a cuatro cuestiones:

- qué afirma el texto de forma explícita. Aquello que se dice de forma literal, o "que expresa clara y determinadamente una cosa" (RAE, 2019).
- qué afirma el texto de forma implícita; "lo que hay incluido en otra cosa sin que esta lo exprese" (RAE, 2019).
- en el caso de identificarse un argumento o idea implícitos, se determinaba cómo se había inferido su significado.

De los párrafos de texto de los documentos, se preseleccionaban los más interesantes o representativos, que es los que han servido para ilustrar los resultados de la investigación.

En estos párrafos o segmentos de texto se buscaban variables como que se hablase de nutrición, de salud, o de alguna cuestión referente a los animales a los que se explotan. Para elaborar el análisis, se ha puesto la atención en las palabras utilizadas.

Para analizar los mensajes referentes a la salud y la nutrición se ha observado el tipo de recursos lingüísticos que se utilizaron en su redacción, el contenido que se incluye o se excluye, los actores de los que se habla o a los que se interpela y las fuentes utilizadas.

Se han observado cuestiones como las siguientes:

#### Lenguaje

- Tipo de vocabulario elegido: los verbos que se escogen, el tipo de sustantivos o adjetivos (por ejemplo, si se hace uso de un lenguaje que pudiese interpretarse como científico); cada una de las palabras o locuciones pueden tener un valor expresivo y unas connotaciones tras las que hay una ideología.
- Tipo de pronombres se utilizan cuando se habla de las vacas, qué tipo de adjetivos, si es que se utilizan adjetivos, qué tipo de verbos y en qué persona.
- Sintaxis de la oración, o cómo se expone *quién hace qué*. El modo en el que se utiliza la gramática puede conllevar también una carga ideológica.
- Elisiones, es decir, la parte del lenguaje que se suprime. Por ejemplo, cuando no se habla de los posibles sustitutos vegetales a la leche (sustitutos en tanto que también tienen nutrientes como el calcio), o cuando no se menciona

directamente a las vacas en contextos en los que resulta extraña esta ausencia, porque en definitiva se habla de cuestiones que les afectan directamente, por ejemplo, cuando se habla de la salud de los animales.

- Apelaciones a la ciencia en general.
- Acentuación del carácter científico de los textos por medio del lenguaje, por ejemplo, mediante la utilización de expresiones como "estudios recientes afirman", o por medio de gráficos de apariencia científica.
- Exhibición de preocupación de la industria por el medio ambiente, la sostenibilidad, etc. por medio de la mención de dichas palabras. Uso reiterado de términos ambientales como "huella de carbono, huella ambiental, gases de efecto invernadero, biodiversidad"
- Uso de negritas u otras formas gráficas (por ejemplo, colores) para destacar palabras en el texto.
- Utilización de los verbos: activos o pasivos. El uso de verbos pasivos denota una pasivización de los sujetos, por ejemplo las vacas; si no se las establece como el sujeto de la oración es más fácil verlas como objetos que como sujetos.

## Contenido

- Afirmaciones controvertidas expresadas de forma taxativa (considerar como verdad absoluta cuestiones que son debatibles o incluso éticamente problemáticas).
- Afirmaciones controvertidas apoyadas con un lenguaje científico (términos dietéticos, mención de nutrientes o de enfermedades y dolencias) o pseudocientífico (para dotar de peso dichas afirmaciones y evitar posibles dudas o dobles interpretaciones), por ejemplo expresiones como "nutrient dense foods" o "dairy matrix".
- Supresión de información sobre cuestiones candentes, tanto relativas al impacto climático como relativas a la explotación animal.
- Enaltecimiento de las virtudes nutricionales de la leche; qué tipo de sustantivos, adjetivos y expresiones se utilizan para apoyar la teoría de que la leche es un fluido "especialmente nutritivo".
- Mención de las guías dietarias. ¿Se las menciona como forma de apoyar su

narrativa? ¿Se ocultan algunos aspectos de dichas guías, como por ejemplo, quién influye en su creación, o si existen algunas que no refuerzan el mensaje deseado respecto a los lácteos?

#### Fuentes mencionadas

- Fuentes mencionadas: qué tipo de instituciones se utilizan para apoyar el discurso presente en los textos de la industria (por ejemplo la FAO, organizaciones médicas, etc.).

#### Actores mencionados

- Actores mencionados en los textos: ¿se menciona explícitamente a las vacas o se las excluye del discurso? ¿Se habla de "rebaño"? ¿se habla de "individuos", "seres", o de "animales"? ¿Se menciona específicamente la palabra "vaca"? ¿Siempre que se utiliza el sustantivo "vaca" se acompaña del adjetivo "lechera"? En este caso, el uso del adjetivo "lechera" expresa toda una serie de connotaciones que interesan a la industria, en línea con la narrativa ficticia de que "las vacas nos dan su leche".
- Públicos mencionados en los textos: a quién se interpela por "necesitar" consumir leche y lácteos.

#### **4.4.2. Organizaciones objeto de estudio, justificación y criterios de selección**

Los 92 documentos analizados pertenecen a los cinco grupos de interés más relevantes de la industria láctea europea: European Dairy Association (EDA), European Milk Board (EMB), The European Association of Dairy Trade (EUCOLAIT), Farmhouse and Artisan Cheese producers European Network (FACE) y The European Food Information Council (EUFIC). Su relevancia se ha medido no solo por la inversión anual económica dedicada a actividad de lobby tal y como figura en el registro europeo, sino por la especificidad de sus mensajes respecto a la industria láctea, con relación a los temas que hacen objeto de la presente investigación.

Los requisitos para considerar a las organizaciones para que sus documentos formen parte del análisis son que desarrollen su trabajo a nivel de toda Europa, no solo de

un país específico, y que tengan directamente que ver con la industria láctea. Con la excepción de EUFIC; EUFIC no es un organismo especializado en los lácteos; sin embargo, su discurso se ha considerado lo suficientemente relevante a nivel europeo en el plano de la nutrición como para considerar interesante ver qué tiene que decir esta organización respecto a los lácteos, en lo que a nutrición y a su tratamiento de los otros animales se refiere.

#### **4.4.3. Corpus de estudio**

De los noventa y dos documentos analizados, la mayoría pertenecen a la European Dairy Association, que es el “organismo representativo de la industria de procesamiento de leche (de propiedad cooperativa y privada) en Europa”. Su misión es trasladar “los intereses de la industria láctea europea a Bruselas, Europa y más allá”.

También se ha analizado el discurso de European Milk Board (EMB): el “Consejo Europeo de Leche hace lobby para los productores de leche en Europa”; EUCOLAIT, la asociación que “representa los intereses de la industria láctea europea; la Farmhouse and Artisan Cheese and dairy producers’ European Network (FACE Network): FACE, “la Red Europea de Productores de Quesos y Productos Lácteos artesanales y de granja” y el European Food Information Council (EUFIC), organización sin ánimo de lucro inscrita en el registro de grupos de interés como organización no gubernamental, que “responde a la necesidad de información precisa y comprensible sobre alimentación y salud”.

Con la selección de estas organizaciones en concreto, se ha conseguido tener una muestra representativa de los diferentes actores principales de la industria láctea europea, ya que si bien EDA representa a los procesadores, EMB es la voz de los productores, y EUCOLAIT encarna a los distribuidores de la industria, es decir, los exportadores, importadores y mayoristas de los productos derivados de la leche materna bovina.

El corpus de estudio de la presente investigación está formado por todos los lobbies del sector lácteo europeo. De dicho corpus, se han seleccionado las entidades que se han considerado más relevantes para esta investigación en concreto.

Se ha acotado la investigación a documentación publicada entre los años 2008 a 2019. Por una parte, por una cuestión de practicidad; es la década anterior al comienzo de la investigación, por lo que se supuso que se trataría de una documentación que aún se podría encontrar con relativa facilidad. Por otra parte, por una cuestión de actualidad; se deseaba conocer la situación en un periodo lo más contemporáneo posible. Algo más de una década completa pareció un periodo de tiempo razonable para encontrar datos lo suficientemente representativos.

Las fechas exactas en las que se enmarca la investigación son entre septiembre de 2008 (First views on the future of the European Dairy Sector) de COPA COCEGA (COPACOGECA\_03), y marzo de 2019, un documento de EDA titulado Feeding the World with Dairy (EDA\_FS\_2).

Dentro de la documentación publicada a lo largo de esta década solo se tuvieron en cuenta las publicaciones que hablasen de temáticas relacionadas con los objetivos de la presente investigación, que pudiesen responder, básicamente a dos grandes preguntas paraguas: ¿cómo representa la industria a los animales que explota? y ¿cómo se habla de los productos que comercializan, en cuanto a salud y nutrición –es decir, de forma relacionada con las guías alimentarias–?

El número total de documentos analizado es de 92, que supone una suma de 221.281 palabras y 504 páginas.

Una amplia mayoría de la documentación analizada proviene de European Dairy Association (EDA), con 73 ejemplares analizados para esta entidad. De los textos analizados para esta asociación, 21 son lo que llaman 'Fact Sheets' o breves documentos que combinan información e infografías, 6 son informes anuales, 30 corresponden a lo que denominan 'Flash', que son noticias breves, cuatro son 'Position Papers' o documentos de posición y 12 son notas de prensa.

La siguiente asociación analizada en número de documentos es COPA-COGECA, con 14 textos estudiados (incluyendo en su mayoría notas de prensa y documentos de posición), siendo mucho menor la cantidad de textos considerados de interés para la presente investigación correspondientes a las otras organizaciones seleccionadas; así se han analizado dos documentos de EUCOLAIT (dos position papers), dos documen-



tos para EUFIC (dos noticias en su página web), y un documento que corresponde a FACE (un documento de posición o position paper).

La muestra está conformada por documentación producida por los principales grupos de interés de la industria láctea europea, de 2008 a 2018. La fuente para conseguir los documentos han sido las propias páginas web de los grupos de interés.

Dentro de esta documentación hay comunicación externa e interna: notas de prensa, informes anuales, informes de posición (position papers), hojas informativas y posts de noticias dentro de cada una de las webs.

Al seleccionar los documentos a analizar, se tuvo en cuenta que en su contenido, se hablase de a) los animales a los que explotan, o b) de temas relacionados con la nutrición o con las guías dietarias, pues el objetivo era analizar cómo es su manera de hablar respecto a estos temas.

#### **4.5. La entrevista semi-estructurada**

Como apoyo, tanto para la planificación de la investigación como para aportar una mayor información de algunas cuestiones concretas, o para poder contrastar, confirmando o refutando algunas ideas preconcebidas, se han llevado a cabo una serie de entrevistas con personas expertas, cuyo contenido se encuentra reproducido de forma total en los anexos.

Las entrevistas son una técnica de recolección de información utilizada para la investigación cualitativa, y pueden ser estructuradas, no estructuradas o semi-estructuradas. Según Patricia Schettini e Inés Cortazzo, "la entrevista se caracteriza por ser un proceso comunicativo que se da en un encuentro entre sujetos, previamente negociado y planificado" y "se da siempre en forma de diálogo" (Schettini y Cortazzo, 2016, p. 19). La finalidad principal de la entrevista, en investigación cualitativa "es acceder a la perspectiva de los sujetos; comprender sus percepciones y sus sentimientos; sus acciones y motivaciones" (Schettini y Cortazzo, 2016, p. 19).

En el caso concreto de las entrevistas semi-estructuradas, lo que las define es que tienen "un guion predeterminado y con preguntas de respuestas abiertas" (Schettini y Cortazzo, 2016, p. 20). Se concibe como una conversación con una finalidad definida

en la que se tiene una sistematizada de lo que se quiere observar, pero se adapta parcialmente dependiendo de las respuestas obtenidas (Briggs, 1986; Elejabarrieta, F., 1997).

En el caso de la presente investigación, las entrevistas consistieron en una serie de preguntas sistematizadas, idénticas para todos los casos, a las que se le sumaron algunas preguntas concretas dependiendo del perfil de la persona entrevistada. Las preguntas fueron realizadas en un estilo abierto y se permitía un seguimiento si aparecían nuevas informaciones interesantes para el presente trabajo. Este componente de apertura y seguimiento era importante, pues estas entrevistas pretendían ser una base y una guía para abrir posibles nuevos frentes de interés investigativo desconocidos previamente a la elaboración de la entrevista.

#### **4.6. Limitaciones de esta investigación**

A continuación presentamos algunas limitaciones de la investigación, así como ideas acerca de otras cuestiones adicionales que sería interesante estudiar en el futuro:

- La principal limitación fue la necesidad de retirar una parte importante de la investigación que, en un principio, se deseaba estudiar para el presente trabajo. Cuando se empezaron a trazar las líneas del presente trabajo, no solo se pretendía analizar los mensajes generados por los principales lobbies y think tanks de la industria, sino también averiguar el eco que se hacen los principales medios de comunicación de masas de dichos mensajes. En este sentido, cuestiones como las siguientes merecerían ser respondidas de un modo científico: ¿Reproducen los medios de comunicación de masas, total o parcialmente, los mismos mensajes que la industria envía en forma de notas de prensa y otros tipos de comunicados públicos analizados en el presente estudio? ¿Buscan otras fuentes, además de la industria? ¿Son críticos, de algún modo, con los mensajes de la industria? ¿Qué importancia ocupan los publirreportajes pagados por la industria en los medios de comunicación de masas en la actualidad? ¿Cómo es el tono de las comunicaciones cuando los medios hablan de la leche de vaca y el resto de productos lácteos; evitan, tal y como desea la

industria, las narrativas negativas, así como las de moderación? ¿Utilizan el tono comunicativo que destaca por fomentar "una dieta equilibrada" en la que "hay que comer de todo" y en la que "debe primar el sentido común", tal y como se recomienda desde la industria láctea?

- Otra limitación de la presente investigación es que en torno a un 15% del total de los lácteos que se comercializan en Europa no provienen de vacas, sino que se utiliza a otras especies de animales para conseguir su leche materna, la materia prima para ese 15% de productos. En la presente investigación no se han tenido en cuenta a estos otros animales a los que también se explota por su leche materna, por una cuestión de necesidad de acotar el estudio.
- Un desarrollo interesante de la presente investigación sería realizar entrevistas, preferentemente in situ, a trabajadores y trabajadoras de la industria láctea, de modo que se obtenga la versión de estas personas, así como una visión de cómo se encuentran en la actualidad las vacas a las que la industria utiliza para obtener leche. Sería interesante, en este sentido, llevar a cabo en Europa un trabajo similar al realizado por Kathryn Gillespie en Estados Unidos para su obra *The Cow with Ear Tag 1389* (2018), consistente en visitar explotaciones lácteas in situ, para complementar la presente investigación, en forma de futuros proyectos o publicaciones que ahora han quedado fuera del plan de investigación por una necesidad de acotar.
- Coaliciones discursivas entre la industria láctea y otras industrias de explotación animal. Sería interesante detectar las coaliciones discursivas que tienen las diferentes industrias de explotación animal para alimentación entre sí, y si esto supone ventajas para el funcionamiento de dichas industrias y cómo se materializa.

# **CAPÍTULO 5.**

## **RESULTADOS**

Se presentan a continuación los resultados de la investigación organizados según los objetivos específicos de la misma. En primer lugar, se exponen los datos relativos a la economía política de la industria láctea en Europa. En segundo lugar, se presentan los resultados del análisis crítico del discurso realizado a los principales grupos de interés de la ILE con respecto a los animales que explotan. En tercer lugar, se presentan los resultados relativos al discurso de estos grupos de interés con respecto a las guías alimentarias e indicadores de salud.

Todas las marcas (negritas, cursivas, y llamadas con números a citas o notas al pie) en los fragmentos de textos analizados incluidos como ejemplos en este capítulo provienen de los originales.

## **5.1. La industria láctea en la Unión Europea**

Para contextualizar los mensajes de los lobbies de la industria láctea europea y su capacidad de influencia, se ha examinado la industria a nivel estructural y material. En este apartado se ofrecen los resultados de esta mirada de la economía política de la ILE, en concreto de la historia y construcción de la actual industria láctea en la Unión Europea, comenzando por la propia sustancia: "la leche", el monopolio de la palabra "leche", las subvenciones de la industria en la Unión Europea, la Política Agraria Común (PAC) y las ayudas al sector lácteo, las cuotas lácteas, el mercado de los lácteos, los principales grupos empresariales del sector lácteo en Europa (Nestlé, Danone y Lactalis) y los principales lobbies y think tanks del sector lácteo europeo.

### **5.1.2. Historia y construcción de la actual industria láctea en la Unión Europea**

#### **5.1.2.1. La leche**

La leche es la base de la vida para las crías recién nacidas de los mamíferos. Se trata de un fluido opaco, sintetizado y almacenado en las glándulas mamarias de las hembras de los mamíferos, con el solo propósito de nutrir a sus bebés. Es el primer alimento que toman los mamíferos y proporciona todos los nutrientes necesarios para la supervivencia y el crecimiento inicial hasta el destete (Velten, 2010, p. 10).

La composición de la leche varía entre las diferentes especies de animales, y varía según las condiciones y dieta de cada individuo, aunque como norma general está

compuesta por una gran parte de agua e incluye grasas y azúcares (lactosa, sobre todo), proteínas, vitaminas y minerales.

La leche que consumen los seres humanos en la actualidad no es el líquido segregado por las glándulas mamarias de las humanas, sino que es leche de otros animales, vacas sobre todo, en la mayoría de los casos. Se trata del resultado de la intervención humana en el ciclo reproductivo de otras especies. El ser humano es la única especie que consume leche una vez destetado. La razón es, según la mayoría de historiadoras, porque nuestros antiguos antepasados la pusieron a su disposición en la antigüedad, después de apresar y *domesticar* a animales como las ovejas, cabras, vacas, renos o camellos (Velten, 2010, p. 13), especialmente en tiempos de escasez.

Ordeñar a sus animales también era para nuestros antepasados una forma más eficiente desde el punto de vista energético de convertir la proteína vegetal (forraje) en proteína animal en lugar de criar animales para carne (Velten, 2010, p. 14)<sup>207</sup>.

La ciencia arqueológica no está convencida de cuándo se comenzó a practicar la extracción de leche de otras especies de animales para alimentar a los humanos. Originalmente, se pensaba que las vacas, las ovejas y las cabras fueron inicialmente *domesticadas* por su carne, por su piel y por sus cuernos sobre el 9.000 o 7.000 antes de nuestra era en el Oriente Próximo, siendo el lugar original de dicha *domesticación* el actual Iraq, para después explotar a estos animales por su leche, lana y poder motor en torno al 5.000 antes de nuestra era. Sin embargo, descubrimientos más recientes hacen creer que la extracción de leche pudo acontecer mucho antes, en el 7.000 a.d.n.e. o incluso antes, y el lugar originario podría ser el territorio que hoy ocupa Turquía (Velten, 2010, pp. 15-16).

Según Hannah Velten, debido a las propiedades de la leche, además de la posibilidad de la transmisión de enfermedades, la experiencia para los humanos de beber leche recién extraída de otros animales “habría causado reacciones bastante incómodas y embarazosas en nuestros ancestros, como la diarrea, hinchazón, flatulencias y calam-

---

<sup>207</sup> "Milking their animals was also a more energy-efficient way for our ancestors to convert vegetable protein (fodder) into animal protein rather than raising animals for meat"(Velten, 2010, p. 14).

bres estomacales” (Velten, 2010, p. 22). De hecho, según la misma autora, “los adultos occidentales están hoy en día tan acostumbrados a beber leche que pocos se dan cuenta de cuán inusual es esta costumbre” (Velten, 2010, p. 22).

Los humanos dejan de producir la encima lactasa, que sirve para digerir el azúcar naturalmente presente en la leche (lactosa)” aproximadamente a los seis años de edad. Se estima que el 75% o el 80% de la población mundial tiene problemas para digerir leche cruda (Velten, 2010, p. 22).

Además de las reacciones que pueden tener los humanos al intentar digerir la leche fresca, el gran problema relacionado con el consumo de leche de otros animales es su capacidad de estropearse fuera de las mamas del animal que produce la leche. Esto ocurre porque bacterias que se alimentan de la lactosa de la leche, que producen ácido láctico, causan que la leche se agrie rápidamente y fermente o se corte. La leche hervida, al pasar el tiempo, se pudrirá, debido a las sustancias nitrosas que se producen, resultando venenosa (Velten, 2010, p. 23).

Antiguamente, debido a los ciclos de lactancia de los animales a los que se ordeñaba, la leche era más abundante en los meses de primavera y verano, cuando los animales daban a luz a su descendencia y el pasto era abundante. Sin embargo, los humanos no podían disponer de tanta leche en otoño e invierno. Debido a esas fluctuaciones, a la intolerancia a la lactosa de la gran mayoría de la población mundial y a lo perecedero que es el producto, la leche fresca fue un alimento y bebida marginal durante muchas civilizaciones (Velten, 2010, p. 23). De hecho, al principio, solo la consumían aquellos más cercanos a la tierra, principalmente los pastores, y la mayor parte de las veces, la leche se consumía en forma de fermento, como en el caso del *kefir*.

Los griegos y los romanos no eran grandes bebedores de leche de otros animales. Sobre todo consumían la de cabra y oveja, casi siempre mezcladas. Y la leche de estos animales era utilizada, la mayor parte de las veces, en forma de queso (Velten, 2010, p. 30).

En Gran Bretaña la leche de otros animales jugó un papel importante en la dieta de los humanos cuando los primeros granjeros neolíticos trajeron las primeras vacas, ovejas y cabras al campo, aunque al comienzo sufrieron de intolerancia a la lactosa. En la

zona de Escandinavia, Francia, Alemania y Holanda, los campesiones y los más pobres dependían de la leche de sus animales para la supervivencia, mientras que los más ricos, sobre todo a partir del siglo XVI, utilizaban leche y sus derivados como añadidos a su cocina, aunque este tipo de alimentos eran observados con desdén por las clases altas, pues decían que las *carnes blancas* o *white meats*, tal y como llamaban a la leche, el queso y los huevos, junto con el pan, eran comida “de pobres”. Quienes más consumían leche eran los irlandeses (Velten, 2010, p. 33).

Desde 1780, había mulas en las calles de Londres, a las que ordeñaban directamente los clientes, que recurrían a este alimento por estar expandida la idea de que se trataba de un producto medicinal, que también se daba a los niños (Velten, 2010, p. 48).

El consumo de leche de otros animales fue creciendo poco a poco en Europa. En el siglo XVII la leche de vaca reemplazó casi por completo la leche de almendra con la que se elaboraban los puddings y los postres de las mesas de las clases más ricas. La leche fresca era consumida por niños, mayores y discapacitados, pero no por los adultos saludables. A finales del siglo XVII la leche fue añadida a las nuevas bebidas calientes: té, café y chocolate (Velten, 2010, p. 56).

Durante el siglo XVIII, mientras las clases ricas continuaban dotando a sus dietas de más variedad, la alimentación de las clases más pobres se resentía. La población fue desplazándose de los pueblos a las ciudades, de forma que el 80% de la población vivía en urbes. Fue entonces cuando la leche comenzó a ser un producto intercambiado de forma comercial, convirtiéndose más tarde en uno de los pilares de la economía agrícola (Velten, 2010, p. 57).

De hecho, autores como Ismael Hernández Adell y Josep Pujol (2017) destacan la importancia que tuvieron las ciudades en el proceso que siguió el fluido, desde ser un alimento muy poco valorado por la sociedad a mediados y finales del siglo XIX, únicamente consumido por personas con problemas de salud, hasta convertirse, más tarde, en un alimento de primera necesidad a partir de la tercera década del siglo XX.

De todas formas, la leche de vaca estaba muy lejos de ser un líquido “puro” en esa época y especialmente durante el siglo XIX en las ciudades. De hecho, se convirtió en una causa importante de mortalidad, sobre todo para el público infantil, especialmente



en la segunda mitad del siglo XIX, debido a problemas de higiene, tanto en los lugares donde vivían las vacas “lugares hacinados y sucios”, a menudo enfermas, como en el transporte y en el almacenamiento (sin refrigeración) (Velten, 2010, p. 58).

A menudo las vacas vivían en las destilerías. Tal y como explica Jason Hribal hablando de las condiciones en Estados Unidos (muy parecidas a las europeas):

A principios del siglo XIX, las destilerías descubrieron que sus residuos (res-  
tos de decantación) podían ser utilizados para alimentar a las vacas y que la  
producción de leche era, de hecho, un negocio secundario rentable. Era una  
simple cuestión de encontrar un espacio vacío dentro de su alojamiento ac-  
tual. No había ni que construir establos, las vigas estructurales existentes  
eran suficientes. Allí, atadas a un poste de madera, cientos de vacas (entre  
cuatrocientas y setecientas de media) podrían ser empleadas. Los adjetivos  
comunes utilizados en este tiempo para describir las condiciones de las fábr-  
icas iban desde “sin aire y sin luz” a “pesadilla” y “pútrido”. A mediados de si-  
glo, los periódicos de Nueva York consideraban la leche como “bazofia” y sin  
embargo, estas objeciones públicas hicieron poco para disuadir el crecimiento  
del negocio de la leche. Entre 1850 y 1900, el número de vacas que trabaja-  
ban en los Estados Unidos se triplicó de cinco a diecisiete millones. Del mis-  
mo modo, este período fue testigo de la duplicación de la producción indivi-  
dual, que pasó aproximadamente de 5.300 a 13.627 litros al año. Bajo el capi-  
talismo, las vacas tenían que trabajar más duro que antes, pero las hembras  
no eran las únicas que se enfrentaban a esta difícil situación (Hribal 2014, p.  
24).

A estas penosas condiciones se suma la adulteración, en ocasiones para conseguir  
más dinero con menos inversión, en otras para alargar la vida útil del producto inten-  
tando evitar intoxicaciones. Sin embargo, ambos tipos de adulteración eran muchas  
veces perniciosas, y otras directamente tóxicas. La leche de vaca se había convertido  
en el “veneno blanco”:

La leche era definitivamente "el veneno blanco" en muchos niveles: se produ-  
cía a partir de vacas pobres, en lecherías sucias, se diluía, se adulteraba, se

volvía tóxica con conservantes y se transportaba y se almacenaba sin tener en cuenta la limpieza o la frescura (Velten, 2010, p. 66)<sup>208</sup>.

En un intento por superar todos estos problemas de salubridad, la industria empezó a dar pasos. Los primeros intentos consistieron en añadirle al blanco líquido químicos, lo que supuso una innovación en 1870, aunque resultaron tóxicos para los seres humanos (como en el caso del ácido bórico). Otro de los químicos que comenzó a utilizarse fue el formalín. Curiosamente, las preguntas que empezaron a surgir fueron más en la dirección de si estas adiciones eran un engaño para los compradores de leche, que la adquirirían pensando que estaban consumiendo un bien fresco que en realidad contaba ya con días de existencia.

Tal y como narra Melanie DuPuis, emergieron dos sistemas alternativos para hacer frente al “problema de la leche” (2002, pp. 76,77): la leche certificada y la leche pasteurizada. El sistema de leche pasteurizada comenzó con el pediatra Henry Coit en Nueva York en 1890 y que suponía que la leche debía producirse bajo un sistema controlado por la Medical Milk Commission, colectivo compuesto sobre todo por doctores. En este sistema, las vacas eran inspeccionadas con cierta frecuencia y las prácticas de ordeño y de conservación de las vacas eran, supuestamente “ejemplares” (2002, pp. 76,77).

El segundo método para conseguir seguridad en el consumo de leche de vacas consistía en la pasteurización, un proceso que inventó Pasteur en la década de 1860, aunque no se utilizó para purificar la leche hasta la década de 1890.

Los altos costes que suponía la purificación de la leche, el hecho de tener que adquirir plantas pasteurizadoras, hizo que la industria se convirtiese en cada vez más en un oligopolio si se quería conseguir hacer frente a los costes. DuPuis muestra el ejemplo del mercado de leche de Milwaukee, en el que los distribuidores de leche disminuyeron de 200 a 32 desde 1914, año en que la ordenanza de la pasteurización entró en vigor,

---

<sup>208</sup> "Milk was definitely the 'white poison' on many levels: it was produced from poor cows, in dirty dairies, diluted, adulterated, made toxic with presevatives and transported and stored without regard for cleanliness or coolness" (Velten, 2010, p. 66).

hasta 1920 y el de Detroit, en el que el número pasó de 159 a 68 al convertirse la pasteurización en obligatoria en 1915. La industria pasó de estar formada por muchos comerciantes de pequeña escala a componerse de pocos, pero grandes, distribuidores (DuPuis, 2002, pp. 80,82). Europa fue más tardía en la obligación de pasteurizar la leche; este proceso se haría obligatorio en el Reino Unido en 1949.

En el Estado de Nueva York, donde los consumidores tenían un poder político significativo y creciente, los funcionarios del gobierno favorecieron el crecimiento de una estructura industrial de alimentos que permitiría que las ciudades se alimentasen de manera barata y segura. La relación política entre la ciudad y el campo pasó de la ideología agraria anterior a una urbano-industrial. En esas circunstancias políticas, los pequeños agricultores no tenían voz. Estaban demasiado aislados geográficamente y políticamente como para tener mucha influencia en la política lechera de Nueva York.

Estos son los elementos esenciales de lo que llamaré el "pacto industrial": una alianza entre consumidores, capitalistas de producción en masa y agricultores intensivos en la creación de un sistema de nutrición barato. El pacto industrial era básicamente una política antiagraria que veía a los agricultores como servidores de la ciudad y ya no como actores políticos con su propia contribución a la nación (Melanie DuPuis, 2002, p. 89)<sup>209</sup>.

Estas fases de la economía láctea, en las que la producción y comercialización comienza por llevarse a cabo por muchos productores pequeños y termina en manos de pocas, pero grandes, empresas globales, no son solo particularidades de algunas regiones de Europa o de Estados Unidos; son comunes a la economía capitalista global.

---

<sup>209</sup> "In New York state, where consumers held significant and growing political power, government officials favored the growth of an industrial food structure that would enable cities to be fed cheaply and safely. The political relationship between city and country moved from the previous agrarian ideology to an urban-industrial one. Under these political circumstances, smaller farmers had no voice. They were too geographically and politically isolated to have much influence in New York dairy politics. These are the essential elements of what I will call the "industrial bargain": an alliance between consumers, mass-production capitalists, and intensive farmers in the creation of a system of cheap nutrition. The industrial bargain was basically an anti-agrarian politics that saw farmers as servants of the city, and no longer as political actors with their own contribution to the nation" (Melanie DuPuis, 2002, p.89).

La historia de la industria láctea en el siglo XX supone una complejización creciente respecto a las redes de producción y consumo de leche, posibilitada por la modernización de las tecnologías junto con un cambio en las organizaciones sociomateriales en el que se puede incluir el desarrollo del ferrocarril, la posterior distribución por medio de camiones, la refrigeración, las pruebas de tuberculina, la pasteurización, el embotellado, la municipalización y los subsidios, todo lo cual permitió que la leche fluyera a través de redes de expansión a través de territorios cada vez más amplios. En las últimas décadas del siglo XIX, la producción de leche en los países industrializados se encontraba en el mismo punto que cien años antes; aún era una industria local en el que la producción y el consumo no distaba en más de unos pocos kilómetros. La transformación de los siguientes 100 años no podría haber sido más dramática, implicando el surgimiento de un sistema de producción, distribución y comercialización masiva estandarizadas, a nivel nacional y posteriormente internacional, en el que la leche se sometía a un proceso de calentamiento, enfriamiento, homogeneización, refrigeración y transporte (Nimmo, 2017).

A partir de la mitad del siglo XX, una creciente proporción de leche de vaca consumida en los países occidentales no se ha producido en pequeñas granjas, sino a través de grandes compañías de la agroindustria, a una escala industrial y utilizando técnicas de alta producción, cada vez más permeadas por la ciencia y la tecnología. El fluido blanco se distribuye y comercializa no solo como una sustancia física con un valor de uso, sino como un producto inmerso en las relaciones económicas capitalistas (Nimmo, 2017, p. 2).

¿Qué hizo que la leche pasase de ser un producto marginal, que incluso contaba con ciertos sesgos peyorativos, a un alimento básico, con un pico de consumo en Europa en 1950? Según Ismael Hernández Adell y Josep Pujol (2017), hay varios factores que contribuyeron a este cambio radical, que convierten a la leche en un caso especial, pues, el aumento de consumo de leche en Europa desde mediados del siglo XIX fue mucho mayor que el aumento de consumo de otros productos animales, y no puede explicarse por ello, simplemente con un aumento en los ingresos de las familias debido al crecimiento económico, porque, de hecho, en algunos países, como España, el consumo de carne animal disminuyó mientras que el de leche aumentó, incluso a pesar de

que los precios de la leche aumentaron más que los de la carne (Hernández y Pujol, 2017, p. 67).

Como se ha argumentado en un párrafo anterior, en primer lugar, para explicar el aumento de consumo de leche, hay que tener en cuenta que las ciudades jugaron un papel crucial en la difusión del consumo de leche de vaca, por varios motivos. En primer lugar, los nuevos conocimientos sobre nutrición e higiene de los alimentos se expandieron de forma más rápida en los grandes centros de población. Por otra parte, la implementación de nuevas políticas de higiene pública y la difusión de nuevos productos era más sencilla en las grandes ciudades.

Hablando de manera general, y tal y como explican Hernández y Pujol, se dieron una serie de iniciativas que contribuyeron a generar una nueva demanda de leche de vaca. Y para atender esa nueva demanda, emergieron una serie de nuevas redes de distribución. A medida que esas redes de distribución se desarrollaron, se pudo atender la nueva demanda, con lo cual el consumo se popularizó.

Siguiendo a Hernández y Pujol, en cuanto a las iniciativas que ayudaron a la generación de la nueva demanda de leche de vaca, son variadas. Tuvieron lugar nuevas regulaciones de salud pública, y un importante fomento de consumo de leche en escuelas, hospitales e instituciones de caridad. Además, se llevaron a cabo una serie de iniciativas de innovación y difusión por parte de doctores y farmacéuticos, trabajando codo con codo junto con las empresas lácteas.

La emergencia de nuevas preferencias de consumo estuvieron muy determinadas por los avances en microbiología, que posibilitaron un aumento del conocimiento sobre las propiedades de los productos, en este caso de la leche de vaca, en especial en dos aspectos; por una parte, las bacterias que contaminaban el producto y cómo mitigar su acción (las medidas que explicamos anteriormente, en especial la pasteurización), y por otra parte, el contenido nutricional de la leche de vaca en micronutrientes, concretamente en calcio (conocido desde 1808), vitamina A (1914) y vitamina D (1918). Particularmente, los científicos comenzaron a desarrollar la teoría de que la vitamina D facilitaba la absorción del calcio en dientes y huesos, por lo que se achacaría al consumo de leche durante la infancia un favorecimiento del desarrollo óseo infantil (Hernández y Pujol, 2017:68). Hay que indicar aquí que en países como Inglaterra hubo

controversia en cuanto a los beneficios, sobre todo para los niños y niñas, del consumo lácteo. Según Atkins (2005), algunos médicos (Medical Officers of Health) no estaban convencidos por estudios como los de Corry Mann y otros nutricionistas acerca de la potenciación del crecimiento corporal o el efecto protector atribuidos al consumo de leche, y por lo tanto no estaban a favor del reparto de leche en colegios.

Hernández y Pujol destacan las iniciativas locales frente a las del gobierno central para fomentar el consumo de leche, sobre todo en su estudio del asunto en España. En un principio, tal y como cuentan estos académicos, el consumo de leche era peligroso, y en muchas ocasiones, las personas que consumían leche eran "miradas con sospecha"; en varias poblaciones españolas, el consumo de leche estaba recomendado a ciertos enfermos y por lo tanto era asociado con la enfermedad, con lo que su consumo era muchas veces escondido. Debido a esta serie de iniciativas, unidas a una mejor higienización y distribución del producto, el consumo de leche cambiaría radicalmente en cuestión de un siglo.

Entre las iniciativas relatadas por Hernández y Pujol estarían aquellas que promovían hábitos de alimentación saludables entre las personas más jóvenes (Hernández y Pujol, 2017:73), que, como veremos a continuación, fue una táctica seguida en toda Europa.

#### **5.1.2.2. Monopolio del uso comercial del nombre "leche"**

Según una Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (STJUE 14 junio 2017) difundida el 14 de junio de 2017, los productos "puramente vegetales" no pueden comercializarse con denominaciones como "leche", "nata", "mantequilla", "queso" o "yogur", términos que quedan reservados para los productos que contengan leche animal.

El Verband Sozialer Wettbewerb, asociación alemana dedicada a combatir la competencia desleal, consideró que el tipo de promoción que estaba realizando en concreto la sociedad mercantil alemana TofuTown infringía la normativa de la Unión Europea sobre las denominaciones de la leche y los productos lácteos, recogida bajo el reglamento EU 1308/2013<sup>210</sup> al comercializar productos denominados como "mantequilla de

---

<sup>210</sup> Reglamento (UE) n.o 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre

tofu Soyatoo", "queso vegetal", "Veggie-Cheese", "Cream" y con otras nomenclaturas similares. Por lo tanto, ejercitó contra TofuTown una acción de cesación ante el tribunal alemán. Éste derivó al Tribunal de Justicia una petición de interpretación de la normativa de la Unión, en cuya sentencia, recopilada bajo el asunto C-422/16<sup>211</sup> el Tribunal se posicionó a favor de Verbal Sozialer Wettbewerb.

Así, mediante el reglamento mencionado, desde 2013 las normas de la Unión Europea detallaban que designaciones como *leche*, *mantequilla*, *queso crema* y *yogurt* solo pueden ser utilizados para comercializar productos derivados de leche animal, con las excepciones de *leche de coco*, *mantequilla de cacahuete*, *leche de almendra* y *helado*.

Al conocer la noticia de la prohibición de este tipo de denominaciones para los productos vegetales, Alexander Anton, entonces secretario general de la European Dairy Association declaró que "es un buen día para los lácteos, un buen día para los ciudadanos europeos y un buen día para Europa", según un artículo de Dairy Reporter (Cornall, 2017).

#### **5.1.2.3. Fomento de los lácteos: leche en los colegios, hospitales y otras instituciones**

La leche ha sido subvencionada en las escuelas elementales británicas hasta cierto punto desde la década de 1920, cuando la leche era vendida como un alimento nutricionalmente rico que "ayudaría al crecimiento infantil" (Velten, 2010, p.91).

En 1925, solo unos 20.000 niños y niñas en Inglaterra y Gales recibían leche en el colegio (Atkins, 2005, p. 2). Según este autor, en la década de 1920 comenzaron a aparecer "clubs de leche voluntarios", en los que el profesorado estaba dispuesto a organizar un punto de distribución. Este movimiento despegó en 1927, con la creciente involucración del National Milk Publicity Council (NMPC) en promover los contactos entre las escuelas y los proveedores locales (Atkins, 2005, p. 2).

---

de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) n.o 922/72, (CEE) n.o 234/79, (CE) n.o 1037/2001 y (CE) n.o 1234/2007 del Consejo (DO 2013, L 347, p. 671).

<sup>211</sup> En este enlace se detalla la relación de documentos de dicho caso: <http://curia.europa.eu/juris/documents.jsf?num=C-422/16>

No fue, en un primer momento, el gobierno quien gestionó el National Milk Publicity Council –un grupo de “caballeros”, fundado por granjeros dedicados a la producción láctea y al procesamiento de leche- con el fin de “promover y defender la imagen de la leche” fundando el primer plan, denominado “Milk In Schools Scheme” (MISS por sus siglas en inglés) en 1927, que servía un tercio de pinta a cada niño al precio pactado de un penique. Para 1934, alrededor de un millón de niños de Inglaterra y Gales estaba recibiendo leche bajo este plan, llegando en total a suponer nueve millones de galones de leche al año (Velten, 2010, p. 92).

Entonces, llegó una crisis potencial en la industria láctea, debido a un “excedente” de producción de leche, que combinado con importaciones baratas de mantequilla y queso desde el extranjero, hizo que el nuevo Milk Marketing Board of England and Wales (MMB) tomase el control del plan MISS para elaborar un sistema oficial de provisión de leche en los colegios, con el objetivo de aumentar las ventas (Velten, 2010, p. 92). Para 1933, alrededor de 1 millón de niñas y niños en Inglaterra y Gales estaban participando de este sistema, constituyendo "un nuevo mercado de unos 9 millones de galones por año" (Atkins, 2005, p. 59). Según cuenta Atkins, en las primeras décadas del siglo XX se consideraba que las comidas que se servían en los colegios debían enfatizar un consumo de proteína y grasa, pues se pensaba que estos eran los dos macronutrientes promotores del crecimiento y se reconocía que estos nutrientes escaseaban especialmente en muchos hogares. Así que "por su composición y su disponibilidad, la leche fue vista como un alimento ideal para cumplir con dicha necesidad" (Atkins, 2005, p. 61). También se promovía, mediante subsidios, el consumo de queso y mantequilla. Sin embargo, según Atkins, había autores que no estaban de acuerdo con las bondades del reparto de leche en escuelas, argumentando que suponía una "contribución insignificante al problema de la pobreza y la desnutrición" y que en algunos casos "la leche se expandió por las escuelas a expensas de comidas sólidas en los colegios", por lo que el impacto positivo para las niñas y niños fue probablemente "mínimo".

Es decir, tal y como explica Atkins (2005, p. 75), "los conocimientos nutricionales tuvieron [para la promoción de la leche en los colegios] mucho menos impacto que una combinación de factores políticos y económicos". Así, según Atkins, las problemáticas de la industria láctea fueron tratadas de resolverse mediante medidas primero por par-



te de la NMPC y después gubernamentales, incluyendo la fundación de MMB y el comienzo de MISS. Tal y como afirma el mismo autor, el plan NMPC "es especialmente interesante porque muestra cómo la industria láctea utiliza de forma inteligente la fama de producto respetable promovida por los repartos en el colegio para aumentar sus ventas", concluyendo que el plan MISS fue "diseñado no tanto para engordar a los niños como para engordar a los granjeros" (Atkins, 2005, p. 76).

En todo caso, el plan de la leche continuó del mismo modo hasta que el recién creado Ministry of Food tomase el control de MISS en 1940 durante la Segunda Guerra Mundial para garantizar que la leche (racionada) llegase a los colegios. Para 1960, y de nuevo bajo el control del Milk Marketing Board of England of Wales (MMB), el 82% de los niños de Inglaterra y Gales estaban bebiendo leche gratis (Velten, 2010, p. 93). Esfuerzos similares habían tenido lugar en Estados Unidos en las primeras décadas del siglo XX y alrededor de la Primera Guerra Mundial (Melanie DuPuis, 2002, p.107).

Al mismo tiempo, el MMB comenzó a trabajar para renovar la imagen de la leche también en el sector adulto, lo cual fue una "ádua tarea" y necesitó una cantidad ingente de publicidad. (Velten, 2010, p. 94).

En el resto de los países de la zona Europea, y también en Estados Unidos, la historia de la comercialización y subsidización de la leche ha seguido pasos muy parecidos a los del Reino Unido. Como cuentan Hernández y Pujol para el caso español, una de las iniciativas más importantes para promover el consumo de leche fue la distribución de leche en las escuelas; otra, la creación de instituciones específicas, como "Gotas de Leche" en el caso de España (Hernández y Pujol, 2017, p. 73). Hay casos concretos a principios del siglo XX de reparto de leche en escuelas en Barcelona y Madrid en 1911, es decir, cuando el consumo aún era bajo. En estas escuelas, se distribuían unos 25 cl de leche por estudiante cada día durante el curso escolar. Esta práctica fue seguida por colegios de todo el Estado.

Gotas de Leche y otras instituciones de la caridad fueron creadas por ayuntamientos, familias incluyentes y doctores, como explican Hernández y Pujol, con el propósito de "proveer de sustitutos de leche materna a los recién nacidos en botellas esterilizadas". Este tipo de instituciones aparecieron también, primero en las grandes ciudades, y se propagaron después a municipios menores.

Otras dos instituciones españolas que también contribuyeron a popularizar el consumo de leche fueron el Instituto Municipal de Puericultura de Madrid y la Casa de Maternidad de Barcelona. Este tipo de instituciones existieron también en el resto de Europa.

Por otra parte, los especialistas sanitarios, además de asesorar a las instituciones públicas, y de formar parte en la creación de este tipo de entidades, jugaron un papel extremadamente relevante en la difusión del consumo de leche en dos formas adicionales: recomendando nuevas dietas en diferentes publicaciones y hospitales (se recomendaba en hospitales para pacientes de tuberculosis, aquellos que precisaban una dieta líquida, por supuesto para los niños enfermos y en muchos otros casos), y promoviendo innovaciones tecnológicas del producto en estrecha colaboración con la industria láctea. Fue muy importante también el consejo directo de médicos a sus pacientes, fomentando un consumo lácteo, que fue posteriormente también adoptado por individuos sanos al ver que médicos y farmacéuticos reomendaban su consumo (Hernández y Pujol, 2017, pp. 74-75).

Fue también muy común que doctores y farmacéuticos publicitasen de forma comercial los nuevos productos lácteos. Como ejemplo, Hernández y Pujol destacan un panfleto de 1914 de Industrias Lecheras S.A. en el que se promovía una leche condensada, incluyendo en el folleto los nombres de 99 doctores que apoyaban su calidad e higiene. En un congreso de médicos de 1919 también se promovió otra marca de leche condensada otorgándole un premio "por su calidad" (Hernández y Pujol, 2017, p. 75). En definitiva, a partir de finales del siglo XIX, se dan una serie de iniciativas, sobre todo presentes en las ciudades, tanto en España como en otros países europeos, que tuvieron repercusión sobre todo a medida que el siglo XX avanzaba, llevando "a un marco institucional y cultural en el que la leche se convirtió finalmente en un alimento básico" (Hernández y Pujol, 2017, p. 75).

Según el directorio general DG Health and Food Safety (2017) la Unión Europea ha promovido la leche como fuente "importante de vitaminas y minerales y anima a la infancia a beber leche mediante el EU School Milk Scheme desde 1977". Según esta misma fuente, solo en el curso 2013/14 unos 19 millones de niños y niñas de 26 Estados miembros se beneficiaron del plan de leche europeo con una contribución de casi 68 millones de euros de presupuesto europeos y 56 millones de euros de fondos pri-

vados (DG Health and Food Safety 2017, p. 7); según la página web de la Comisión Europea fueron 60,9 millones de euros europeos y 54 millones de fondos privados o públicos nacionales<sup>212</sup>.

El plan de 1977 se implementó hasta el 31 de julio de 2017. A partir del 1 de agosto de 2017, se implementó un nuevo plan de "fruta, verduras y leche" (el *School fruit, vegetables and milk scheme*)<sup>213</sup>, que combina dos planes anteriores (el plan de leche y un plan anterior de frutas y verduras).

Según el plan actual, cada administración nacional decide la lista de productos que reciben los niños y niñas. En el sitio web que explica el plan, afirman que dan prioridad a "fruta fresca, verduras y leche líquida", también que "la elección se basa en estacionalidad, variedad y disponibilidad y considera los aspectos de salud y ambiental". Por último especifica que "no se permiten azúcares, sal, grasa y endulzantes o saborizantes artificiales" pero como excepción, añaden que "la administración nacional podrá permitir cantidades limitadas de azúcares añadidos, sal o grasa".

La manera de participar consiste en que los colegios contacten con las autoridades nacionales de cada país, éstas solicitan el apoyo de la Comisión Europea. Antes de la solicitud desarrollan una estrategia para implementar el plan, durante un periodo de seis años. La cuantía total para el plan consiste en 250 millones de euros por curso escolar, que se reparten en 150 millones de euros para fruta y verdura y 100 millones de euros para leche.

Un ejemplo del programa escolar de consumo de leche y productos lácteos derivado de este plan en España es la campaña "Lucy y la pandilla láctea"<sup>214</sup>, en el que se implementó una web pensada para profesores, alumnos de 3 a 18 años, especialmente a los escolares de entre 6 y 10 años, y sus familias, con diferentes materiales, fichas, juegos didácticos y concursos (destaca el concurso "Selfie receta familiar con la pandilla láctea").

---

<sup>212</sup> [https://ec.europa.eu/agriculture/milk/school-milk-scheme\\_en](https://ec.europa.eu/agriculture/milk/school-milk-scheme_en)

<sup>213</sup> [https://ec.europa.eu/agriculture/school-scheme\\_en](https://ec.europa.eu/agriculture/school-scheme_en)

<sup>214</sup> <https://lucydisfrutaconloslacteos.es/>

#### **5.1.2.4. La Política Agraria Común (PAC) y las ayudas al sector lácteo**

Las repetidas crisis dentro de la industria láctea no sorprenden, pues las crisis son endémicas al capitalismo. Esta crisis, basada en la abundancia para las personas consumidoras y en los bajos beneficios para los productores, se crea a través de la sobreproducción de “productos lácteos”, generada a su vez por una explotación brutal de las vacas.

En muchos países europeos, la producción poco beneficiosa de leche no lleva a una crisis de escasez del producto; a menudo lleva a un aumento de las importaciones de “productos lácteos” desde otros países. Si en otros países hay disponibles medios de producción que resulten más económicos, la producción será subcontratada y deslocalizada. Así, las “crisis de la leche” serían un ejemplo clásico del funcionamiento del desarrollo capitalista. Las medidas que toma el gobierno, y las peticiones de las multinacionales, los lobistas y los *ganaderos* con el fin de aumentar las ventas, el sistema que tratan de mantener a flote es el mismo que crea y repite el problema que parecen intentar resolver.

Cada año, la Unión Europea subvenciona la producción de alimentos mediante la Política Agraria Común (PAC) o *Europe's Common Agricultural Policy*.

El origen de la PAC se remonta a 1962, momento en el que los Estados miembros europeos se encontraban acometiendo la reestructuración y el incremento de su producción alimentaria, dañada por la Segunda Guerra Mundial.

La PAC fue creada en 1962 para ser, según la Comisión Europea, “una asociación entre la agricultura y la sociedad, entre Europa y sus agricultores” (Comisión Europea, n.d.).

Los objetivos de la PAC según la Comisión Europea son los siguientes:

- apoyar a los agricultores y mejorar la productividad agrícola, asegurando un suministro estable de alimentos asequibles;
- garantizar a los agricultores de la Unión Europea un nivel de vida razonable;
- contribuir a la lucha contra el cambio climático y la gestión sostenible de los recursos naturales;
- conservar los paisajes y zonas rurales de toda la UE;

- mantener viva la economía rural, impulsando el empleo en la agricultura, las industrias agroalimentarias y sectores asociados (Comisión Europea, n.d.).

La PAC es uno de los grandes pilares de la Unión Europea: se implantó en Europa antes que la moneda común (euro), o que el espacio Shengen. Uno de sus grandes defensores fue el entonces presidente de Francia, Charles de Gaulle.

Ante los precios cambiantes de las materias primas y de la producción agrícola, Bruselas emprende acciones en tres frentes: apoyo con los ingresos (pagas directas), medidas de mercado y medidas de apoyo al desarrollo rural. Es decir, por una parte, otorga una subvención concreta calculada sobre el número de hectáreas poseídas. Por otra parte, Bruselas aporta capital para mejorar la productividad, tratando de garantizar que la actividad laboral agraria pueda continuar con el paso de los años a pesar de las subidas y bajadas de los precios (la agricultura depende mucho más del clima que otros sectores). La Unión Europea también fomenta, a su vez, a través de la PAC la venta de productos europeos frente a importaciones desde fuera de Europa.

A principios de la década de 1980, la PAC representaba un 66% de todo el presupuesto de la Unión Europea. Hoy en día, hablamos de un 40%, en un presupuesto total mayor (Comisión Europea, n.d.).

#### **5.1.2.4.1. Evolución de la PAC**

Una cronología de los momentos clave de la Política Agraria Común o PAC incluiría los siguientes momentos:

En primer lugar, y como se ha dicho antes, la PAC nace en 1962. Se concibe como una política común, con el objetivo de proporcionar alimentos a precios asequibles a todos los ciudadanos de la Unión Europea, a la vez que se garantiza un nivel de vida justo para los granjeros.

En 1984 las granjas se vuelven “tan productivas que producen más alimentos de los necesarios” (European Commission) así que se introducen medidas para “equilibrar los niveles de producción con las necesidades del mercado”.

En 1992 se dio la primera reforma de la PAC, también denominada Reforma McSharry, debido al creciente gasto agrícola y a la necesidad de equilibrar la oferta y la demanda. La PAC pasa de “apoyo al mercado” a “apoyo al productor”. El apoyo a los precios se baja y se reemplaza con pagos directos a los granjeros. “Se anima a los granjeros a ser más conscientes del medio ambiente”.

En 2003 una nueva reforma de la PAC corta la vinculación entre subsidios y producción. Debido a las crisis alimentarias de la década de 1990, la inclusión en Europa de los Países del Centro y del Este de Europa (*Pecos*) y la Conferencia sobre Desarrollo Rural de Cork impulsaron, tras arduas negociaciones, una nueva reforma de la PAC: la Agenda 2000. Los granjeros a partir de entonces recibirán un apoyo a los ingresos, con la condición de que cuiden del entorno y lleven a cabo medidas para con la seguridad alimentaria, medioambiente, salud y bienestar de los animales.

La Agenda 2000 proveía de ayudas directas a la renta, la disminución de precios institucionales, el aumento de competitividad de la agricultura europea y el establecimiento de la política de desarrollo rural como segundo pilar de la PAC.

La Unión Europea establece un nuevo sistema de ayuda directa a los agricultores denominado Pago Único, asignando a los agricultores ayudas independientes de sus niveles de producción en un futuro.

La PAC “garantiza un suministro estable de alimentos asequibles y de calidad para los 500 millones de ciudadanos de la Unión Europea, así como un volumen sustancial de exportaciones”.

En 2013 vuelve a darse una nueva reforma, con el objetivo de “reforzar la competitividad del sector, promover una producción sostenible e innovadora, garantizar empleos y crecimiento en áreas rurales y desplazar asistencia financiera hacia un uso de la tierra más productivo” (Comisión Europea, n.d.).

Con respecto al bienestar animal, en esta última reforma de 2013, de acuerdo con el Reglamento 1305/2013, se estipulaban pagos a los explotadores que asumiesen

“compromisos de bienestar animal más allá de los mínimos requeridos por la ley”. Sin embargo, “entre 2007 y 2013, solo el 0,1% del presupuesto de la PAC se destinó al bienestar de los animales” (Eurogroup for Animals, 2017), cantidad que no se materializó en mejoras sustantivas para los otros animales explotados para nuestro consumo (Romero, D. 2017), tal y como reconocían los mismos miembros del sector agrícola en una encuesta pública sobre el futuro de la PAC, en la que solo un 8% de los encuestados opinaba que la PAC garantiza el bienestar y la salud de los otros animales cautivos en granjas (Comisión Europea, 2017b).

#### **5.1.2.4.2. La PAC como influyente en los hábitos de consumo poco empáticos**

La PAC no solo ayuda a los productores de alimentos vegetales, sino que también subvenciona la explotación de los otros animales para ser utilizados como alimentos o como productores de alimentos, en el caso de las vacas.

“Comúnmente, se cree que el hábito, tradiciones culturales, el gusto y otras preferencias dietéticas explican nuestro consumo de productos de origen animal. Si bien estos elementos inciden en nuestras elecciones, el precio, el marketing y la disponibilidad de ciertos productos son también determinantes”. Según Daniela Romero Waldhorn, el sector ganadero, conocedor de este dato, ha incidido de manera cuidadosa en decisiones políticas europeas, manteniendo precios bajos con el fin de estimular la demanda (Romero, D. 2017).

En 2016 la Unión Europea subvencionó lo que denomina “mercancías específicas” dentro de la *ganadería* con un total de 13.623,69 euros. De este total, 2.184,93 euros fueron destinados a subvenciones específicas para los lácteos (un 4,55% del total), por detrás de las ayudas dedicadas a “carne de vaca y ternero”, “carne de pollo” y “carne de oveja” OCDE, 2017.

En estas cuantías nos dejaríamos fuera otra serie de pagos más cuantiosos que la Unión Europea otorga para la financiación de la *ganadería* mediante otras partidas más generales. También quedarían fuera de estas medidas los 12,6 millones de euros destinados en 2017 para la venta de productos derivados de la leche y la carne de cerdo fuera de Europa. Según la Comisión Europea, la carne y los lácteos

acaparan un 32% del presupuesto anual destinado a promover el consumo de productos agrícolas fuera de las fronteras de Europa (Comisión Europea, 2017).

En octubre de 2016, el comisario de Agricultura, Phil Hogan, prometía “contrarrestar la publicidad negativa sobre el consumo de proteínas animales” y para ello decidía destinar 15 millones de euros adicionales para incentivar el consumo de estos productos derivados de los otros animales en Europa (Green, 2016).

En concreto para el sector lácteo, en 2004 la OCDE estimó que si se tuvieran en cuenta las políticas de la Unión Europea en su conjunto, se estimularía entre un 40% a un 55% la parte percibida a través de ayudas dentro de los ingresos brutos del sector lácteo.

Por tanto, y tal y como concluía Romero, “la actividad ganadera no se sustenta meramente por el dinero de quienes consumen. Es posible afirmar que una parte importante de ella -al menos el 12,4%- no es financiada por sus consumidores, sino por todos los contribuyentes europeos, independientemente de sus elecciones en la compra del supermercado” (Romero, D. 2017).

Es reseñable, además, que el 80% de las subvenciones agrarias, debido a que las subvenciones se calculan por hectárea de tierra, van a un 20-25% de los productores agrícolas (los que más hectáreas poseen). Entre ellas, Cargill, Unilever, Leche Pascual, Campofrío o El Pozo (Fondo Español de Garantía Agraria, 2015; Verwoerd, 2019).

Estas ayudas, que además se concentran en unas pocas manos y consiguen crear un paisaje oligopolístico, tienen consecuencias trágicas sobre millones de individuos, a los que se hace nacer y crecer cautivos con el único fin de obtener productos a través de cuya venta se consigue continuar acumulando capital.

#### ***5.1.2.5. Las cuotas lácteas en Europa***

Europa cuenta con otras dos herramientas para evitar que bajen los precios de las



materias primas: cuotas y aranceles.

Las cuotas lácteas europeas de producción de leche se introdujeron el 2 de abril de 1984, tras más de una década en la que " la producción superaba con mucho la demanda", según explica el Parlamento Europeo en su página web<sup>215</sup>. El objetivo era, según esta misma fuente "acabar con las montañas de leche y mantequilla en Europa".

Desde 1984, cada Estado Miembro de la UE tenía dos tipos de cuota: uno que definía la cantidad máxima de leche que se entregaba a las lecherías y el otro fijaba el límite para las ventas directas. A los agricultores que superasen las cantidades definidas se aplicaba una tasa.

En 2009, la Common Agricultural Policy (CAP) decidió empezar los preparativos para terminar con las cuotas implementando un plan de desaparición progresiva de las mismas. De este modo, cada año se aumentarían las cuotas en un 1% durante cinco años consecutivos, comenzando el 1 de abril de 2009.

El 1 de abril de 2015, 31 años después de haber sido implementadas, se abolieron las cuotas. El motivo de su abolición se argumenta, según la web de Eurostat, explicando que se trata de ofrecer flexibilidad a los granjeros para expandir su producción, pudiendo beneficiarse, de este modo, a una demanda creciente de productos lácteos<sup>216</sup>.

Para Javier Guzmán, director de VSF Justicia Alimentaria Global, asociación cuyo objetivo es "cambiar el sistema agroalimentario actual", que, según la organización "opreme y expulsa a las comunidades rurales y destruye el medio ambiente<sup>217</sup>" (Justicia Alimentaria, s.f.), la gestión de las cuotas tiene un trasfondo ideológico. Guzmán escribió un artículo de opinión en el que explicaba cómo

---

<sup>215</sup> <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/economy/20150328STO38905/adios-a-las-cuotas-lacteas>

<sup>216</sup> [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Milk\\_and\\_milk\\_products\\_-\\_30\\_years\\_of\\_quotas#cite\\_note-3](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Milk_and_milk_products_-_30_years_of_quotas#cite_note-3)

<sup>217</sup> Ver autodefinición completa de la ONG en su página web: <https://justicialimentaria.org/quienes-somos>

“la desaparición de la cuota lechera beneficia directamente al proceso de concentración que la industria alimentaria y ganadera está impulsando los últimos años. La desaparición de las cuotas lecheras no es un ajuste técnico de un sector en concreto, se trata en realidad de una apuesta ideológica por la desaparición de los últimos vestigios de lo que fue una regulación de mercados” (Guzmán, J., 2015).

El mismo experto define el sector de la industria láctea en España como “un desacarado oligopolio” al explicar que “los diez grupos lácteos más importantes manejan el 80% de toda la leche que se recoge en España. Añade que “en 1994 existían en España 140.000 explotaciones lácteas. Hoy solo quedan 17.000” –es decir, que quedan un 12,14%– para finalizar concluyendo que el “desmantelamiento de la regulación del sector lechero en Europa supone la punta de lanza de toda una estrategia dirigida a exterminar la agricultura y ganadería campesina y familiar para entregarle en total control de nuestra alimentación a grandes multinacionales” (Guzmán, J. 2015). Como hemos ido observando, esta es una lógica que no solo pertenece al marco español, sino que se puede extender de forma prácticamente global.

A finales de la década de 1970 y principios de 1980 existía una sobreoferta de leche en el mercado europeo. La Comunidad Económica Europea alcanzaba el 100% del autoabastecimiento en leche y productos lácteos. Mientras que la producción de leche aumentaba a un ritmo del 4,1% anual, la demanda interna solo crecía un 0,5% al año (Castillo, 1992). Esta sobreproducción tenía unas consecuencias económicas que era necesario paliar, siendo la más importante que “los crecientes excedentes de carácter estructural son financiados a cargo del presupuesto comunitario (FEOGA-Garantía). Los gastos representaban un 42% en 1980 y un 19,5% en 1989, que se materializaban en compras de intervención y exportaciones y consumo interior subvencionados” (Castillo, 1992, p. 60). Para intentar equilibrar dicha sobreoferta, en julio de 1983, la Comisión Europea propuso la introducción de las cuotas lecheras, acordado por el Consejo el 31 de marzo de 1984.

Este sistema fijaba un límite de producción anual de leche por cada país, con la intención de desincentivar el desarrollo de un sector crónicamente subsidiado

(Freixes, 2015, p. 10).

En un principio, las cuotas lecheras se introducían durante cinco años, pero su fin se pospuso en varias ocasiones. La fecha final se acordó en la reforma de la PAC de 2003, ratificada en 2009, como se ha introducido anteriormente al principio de este capítulo, con medidas concretas para proporcionar una salida suave en marzo de 2015, que se hizo efectiva a partir del 1 de abril de 2015.

El motivo principal que impulsó el fin de las cuotas fue el aumento de consumo de productos lácteos a nivel mundial. Según el Comité Económico y Social Europeo (CESE), en los últimos 10 años la producción lechera mundial había aumentado un 22%. El régimen de cuotas y la PAC impedía que los productores europeos pudiesen atender la demanda de leche en todo el mundo, y otros mercados (el estadounidense y el neozelandés, principalmente) estaban aumentando su producción para la exportación.

A partir del fin del régimen de las cuotas lácteas se ha mantenido una tendencia al alza en las entregas de leche; las exportaciones de productos lácteos de la UE a Corea se duplicaron entre 2010 y 2014, pasando de 99 millones de euros a 235 millones. Con cerca de 55.000 millones euros, el sector lácteo representa el 30% de la Producción Final Ganadera y el 13% de la Producción Final Agraria (Yubero, 2016).

La Unión Europea perdió la mitad de sus explotaciones lecheras entre 1995 y 2007. Al mismo tiempo se produjo una intensificación de la producción. (Mugueta Lascarro, 2016, p.17)

### **5.1.3. El mercado de los lácteos en la Unión Europea hoy**

La Unión Europea es líder mundial en la producción de leche de vaca, una actividad que aporta el 30% de la Producción Final Ganadera y supone el 13% de la Producción Final Agraria (Yubero, 2016).

Históricamente, el sector lácteo se ha caracterizado por una fuerte regulación del mercado, establecida desde finales de la década de 1960, garantizando precios y almace-

namiento público, ayuda a las exportaciones y protección en fronteras. Los gastos de la PAC se dispararon, por ello, lo que provocó que en 1984 se estableciese el régimen de tasa suplementaria o régimen de cuotas, para controlar el exceso de producción.

Más recientemente se dio un fenómeno de desregulación, primero mediante la reducción de los precios garantizados y la compensación mediante ayudas directas, y posteriormente, con la abolición del sistema de cuotas lácteas, que se había mantenido en vigor durante 31 años. Esta desregulación tuvo como consecuencia que la producción aumentase y el precio descendiese.

Europa cuenta con un mapa muy diferenciado de producción láctea. Entre los diferentes países miembros se da un mínimo de 28 modelos productivos y multitud de estructuras empresariales con intereses muy diversos. Así, lo que puede ser bueno para países como Dinamarca u Holanda, más parecidos a las estructuras de Nueva Zelanda, es perjudicial para otros como España o Francia (Amat, 2017, p. 27).

El incremento de producción, junto con un descenso de consumo interno y la debilidad en las exportaciones hacen que el sector esté dependiendo en gran parte de las ayudas económicas de las administraciones (Amat, 2017, p. 28).

En la última década se han llevado a cabo varias iniciativas en Europa para mejorar el mercado de la leche: un grupo de expertos en 2010, la adopción del "Paquete Leche" en 2012 con el objetivo de reforzar la posición de los productores de leche en la industria, el nuevo Reglamento de la Organización Común de Mercado (OCM) de 2013 y, finalmente, el lanzamiento de un Observatorio del Mercado de la Leche por la Comisión Europea en 2014. Sin embargo, con una nueva caída en los precios de los productos lácteos desde 2014 y el veto ruso en los productos agrícolas, la situación se ha agravado y los principales actores han destacado la vulnerabilidad de la industria láctea en Europa (Amat, 2017, p. 28).

#### **5.1.3.1. Marco general de la industria de alimentación y bebidas**

El sector de los lácteos en Europa se enmarca en la industria europea de alimentación y bebidas. Según el informe de 2017 de FoodDrinkEurope, *Data & Trends of the European Food and Drink Industry 2017* (FoodDrinkEurope, 2017: 2), la industria europea

de alimentación y bebidas es el sector manufacturero más grande de Europa, con un volumen de negocio anual para 2014 de 1.098 miles de millones [1,098 billion] de euros. Con un porcentaje del 15.4% está por delante de otros grandes sectores manufactureros como puede ser el de la industria de la automoción, en términos de volumen de negocio, valor añadido y empleo.

Así, en volumen de negocio dentro de la industria manufacturera, ocupa un 15,4% del total, seguida por la industria de la automoción (13%), maquinaria y equipamiento (9%) y productos petrolíferos (7,8%).

La industria de alimentación y bebidas obtuvo un crecimiento sostenido en los últimos 20 años, con un crecimiento total de +413.000 millones [413 billion] de euros en total desde 1984 hasta 2014.

Existen 289.000 empresas dentro del sector de alimentación y bebidas en Europa, que es el principal proveedor de empleos en la región europea, ya que cuenta con [4.24 million] 4,24 millones de trabajadores en todo el sector (para estas cifras no se tuvo en cuenta el trabajo no remunerado de los animales no humanos). Comparando esta industria con otras, dentro del sector manufacturero, la alimentación y bebidas ocupó en 2014 un 15% en el reparto de empleos, seguida por la industria de fabricación de productos metálicos (11,7%), maquinaria y equipamiento (10,1%) y automoción (8,4%).

Los productos del sector de alimentación y bebidas supusieron en 2015 el 14% del gasto de los hogares europeos, lo que le concede un segundo lugar en la lista. Justo por delante, en primer lugar, está la categoría de “vivienda, agua y energía” (24%), y a alimentación y bebidas le siguen los gastos en transporte (13%) y ocio y cultura (9%).

En cuanto al comercio exterior, este sector obtuvo en exportaciones en 2014 un total de 102.000 millones [102 billion] de euros y efectuó importaciones en 2014 por valor de 71.900 millones [71.9 billion] de euros.

### **5.1.3.2. El sector lácteo como subsector dentro del sector de alimentación y bebidas**

Dentro del sector general de alimentación y bebidas, el subsector de *productos cárnicos* es el que ocupa un mayor volumen de negocio, ocupando un 20% del total en 2014, al que le sigue la categoría *varios productos alimentarios*, con un 16%. Justo después, en tercer lugar, está el sector de los lácteos, con un volumen de negocio del 15% del total. Por detrás quedarían, en orden descendente, las bebidas, los productos de panadería y derivados de harina, la alimentación para otros animales, las procesados de frutas y verduras, los aceites y grasas, los productos de molienda y de almidón, y los productos derivados de peces.

En cuanto a las exportaciones, dentro del sector de alimentación y bebidas en Europa los lácteos ocuparon en 2016 el cuarto lugar (10%) con un volumen de exportaciones por valor de 9.837 millones de euros, por detrás de las bebidas (28%: 28.675 millones de euros), varios productos alimentarios (23%: 23.320 millones de euros) y productos *cárnicos* (12%: 12.728 millones de euros).

### **5.1.3.3. El sector lácteo europeo**

Según el informe anual correspondiente a 2017-18 de la European Dairy Association (EDA), *Annual Report 2017/18. Connect to the World of Dairy*, la industria láctea europea cuenta con más de 12.000 lugares de producción en todo el territorio Europeo, y con alianzas con más de 700.000 granjas en toda Europa, y afirman tener a más de 300.000 personas contratadas para trabajar directamente para la industria en plantas de procesado de leche. (EDA, 2017a, p. 2)

Siguiendo el mismo informe de EDA, la industria láctea europea es líder en el mundo, dado que “5 de las 10 empresas de lácteos más grandes del mundo son europeas” (EDA, 2017a, p. 2).

En el mismo informe, EDA celebra que la láctea es una industria en la que hay una “coexistencia equilibrada y exitosa de los modelos de cooperativas y de administración privadas” en el que “alrededor de un 50% de la leche recogida en Europa se hace por cooperativas” (EDA, 2017a, p. 2). Sin embargo, son varios los agentes que protestan

acerca del modelo de las cooperativas de la industria láctea. De hecho, “el nivel de precios de intervención en Europa es tan bajo que resulta incompatible con el mantenimiento a largo plazo de la mayoría de explotaciones” (Amat, 2017, p. 29).

En cuanto al volumen de producción, según el informe de EDA de 2017/18, (EDA, 2017a, p. 9) las entregas de leche de vaca en Europa durante 2017 fueron “las más altas de la historia”. Según indica la asociación, se alcanzó un record de 155 millones de toneladas, 2 millones y medio más de toneladas que para el año anterior, 2016. Siguiendo con el mismo informe, la tasa de crecimiento fue para 2017 más alta que la velocidad media observada durante la última década (2006 informó de unas entregas de leche de algo más de 130 millones de toneladas).

De estas toneladas, en 2017, según el Economic Report 2017/18 de la European Dairy Association (EDA, 2017b, p. 5), 31.400.000 toneladas fueron convertidas en leche de vaca para beber; 10.380.000 en queso y 9.750.000 en productos fermentados y postres, quedando por detrás otros productos como la mantequilla, la leche desnatada en polvo, la leche entera en polvo y el polvo condensado.

Las exportaciones de estos productos también aumentaron en 2017 según el informe de la European Dairy Association, y destacan el volumen de exportación fuera de Europa de dos productos lácteos por encima de los demás: el queso y la leche desnatada en polvo. De esta última informan haber exportado 800.000 toneladas, pero ambas han experimentado crecimiento en 2017 frente a años anteriores. El destino al que la industria láctea europea exportó más productos fue a Algeria, según el informe económico de EDA (EDA, 2017b, p. 6), a donde fueron a parar 1.486.519 toneladas de equivalente a leche. Por detrás de este país está Estados Unidos, con 1.225.606 toneladas, después Arabia Saudí, con 975.519 toneladas y China, con 928.011 toneladas.

#### **5.1.4. Principales grupos empresariales del sector lácteo**

Las grandes multinacionales europeas del sector lácteo copan los tres primeros puestos de la lista mundial de las empresas con mayor volumen de negocio de la industria.

Así, en 2017 Nestlé (Suiza), Danone (Francia) y Lactalis (Francia) quedaron en primer, segundo y tercer lugar respectivamente en cuanto a volumen de negocio, con unas

cifras de facturación anuales para 2016 de 21.7 mil millones de euros (21.7 billion) para Nestlé, 16.6 mil millones de euros (16.6 billion) para Danone, que sube de puesto con respecto al año anterior, y 16.3 mil millones (16.3 billion) de euros para Lactalis, que baja de puesto con respecto al año anterior.

A estas tres empresas, en la lista a nivel mundial, le siguen Dairy Farmers of America (EEUU), FrieslandCampina (Holanda), Fonterra (Nueva Zelanda), Arla Foods (Dinamarca), Yili (China), Saputo (Canadá), Mengniu (China), Dean Foods (EEUU), Unilever (Holanda/Reino Unido), Kraft Heinz (EEUU), Meiji (Japón), y DMK (Alemania), según el informe “Global Dairy Top 20 de Rabobank” (2017). De las 20 principales empresas de lácteos del mundo en 2017, 10, la mitad, son europeas.

Figura 9: Principales empresas del sector lácteo en el mundo (Top 20 en 2017)

Global dairy top 20, 2017

2017	2016	Company	Country of headquarters	Dairy turnover, 2016*	
				(USD billion)	(EUR billion)
1	1	Nestlé	Switzerland	24.0	21.7
2	▲ 3	Danone	France	18.3	16.6
3	▼ 2	Lactalis	France	18.0	16.3
4	4	Dairy Farmers of America	USA	13.5	12.2
5	▲ 6	FrieslandCampina	Netherlands	12.3	11.1
6	▼ 5	Fonterra	New Zealand	12.0	10.8
7	7	Arla Foods	Denmark/Sweden	9.9	8.9
8	8	Yili	China	9.0	8.1
9	9	Saputo	Canada	8.4	7.6
10	▲ 11	Mengniu	China	8.2	7.4
11	▼ 10	Dean Foods	USA	7.4	6.7
12	12	Unilever	Netherlands/UK	6.9 <sup>†</sup>	6.2 <sup>†</sup>
13	13	Kraft Heinz	USA	6.4	5.7
14	▲ 17	Meiji	Japan	6.1	5.5
15	▲ 16	DMK	Germany	5.6	5.1
16	▼ 14	Sodiaal	France	5.3	4.8
17	▲ 18	Schreiber Foods	USA	4.9 <sup>†</sup>	4.4 <sup>†</sup>
18	▲ 19	Savencia	France	4.9	4.4
19	▼ 15	Müller	Germany	4.9 <sup>†</sup>	4.4 <sup>†</sup>
20	20	Agropur	Canada	4.6	4.2

Fuente: Rabobank (2017)

A continuación, se profundizará en las tres principales compañías lácteas de Europa, que tal y como se ha visto con anterioridad, son también las tres principales a nivel mundial: Nestlé, Danone y Lactalis, quienes, año tras año, se disputan los tres primeros puestos en la lista del top de empresas de productos lácteos. La evolución de estas tres multinacionales se puede entender como parte clave de la historia de la fabri-



cación y distribución a gran escala de productos derivados de leche de otros animales en Europa y en el mundo.

#### **5.1.4.1. Nestlé**

##### **a) Historia**

Nestlé es hoy en día la empresa más grande del mundo de alimentación y bebidas, que opera en todo el mundo y que comenzó vendiendo cereales infantiles para diversificar su negocio rápidamente e incluir una gran variedad de productos.

Para elaborar una breve historia de Nestlé se ha seguido la narrativa que la misma empresa traza en su web corporativa<sup>218</sup>. Según la página web de Nestlé dedicada a su historia, en 1866 se funda la Anglo-Swiss Condensed Milk Company. El fundador de Nestlé, Henri Nestlé, un farmacéutico de origen alemán, comienza desarrollando un alimento infantil en 1867, y en 1905 la compañía de Nestlé se fusionaría con Anglo-Swiss, formando lo que hoy en día se conoce como Grupo Nestlé.

Por una parte, los hermanos Charles y George Page, procedentes de Estados Unidos, fundan en 1866 la Anglo-Swiss Condensed Milk Company, aplicando sus conocimientos adquiridos en Estados Unidos para establecer la primera instalación de producción de leche condensada de Europa en Cham (Suiza). Los hermanos Page elaboraban los productos en Suiza, pero estos eran vendidos en el mercado inglés (hasta 1873 no abrieron su fábrica en Inglaterra).

Es importante tener en cuenta que esta empresa se lanzó en años de industrialización, un periodo en el que las ciudades estaban creciendo, era el auge del ferrocarril y los barcos de vapor. Todo esto hacía que se estimulase el comercio internacional de bienes de consumo, pero también que se diese un tipo de consumo que hasta entonces no había tenido lugar.

Así, comienzan a abastecer las ciudades industriales de Europa con leche condensada bajo la marca Milkmaid, que promocionan como “alternativa segura y duradera a la leche fresca”.

---

<sup>218</sup> Web corporativa de Nestlé, página dedicada a la historia de la compañía, disponible en: <https://www.nestle.com/aboutus/history/nestle-company-history>

Por otra parte, en 1867, Henri Nestlé, que comenzó trabajando como asistente de un farmacéutico local entre 1839 y 1843, lanza su “farine lactée” en Vevey, Suiza. Es un producto que contiene leche de vaca, harina de trigo y azúcar. Según cuentan, el cereal era tan nutritivo que según la historia de Nestlé salvó la vida de un bebé que no podría ser alimentado de otra manera, a quien los médicos habían desahuciado ya.

Nestlé comercializa este polvo para el consumo de los bebés que no podían ser amantados. Ya en esta época Nestlé comienza a utilizar su logotipo “Nest” en el que se puede observar a un pájaro alimentando a bebés pájaro en un nido. El primer logo de Nestlé fue creado en 1868, basándolo en el apellido de su familia, que en alemán significa *nido*. Nesté había emigrado a Suiza desde Alemania.

Sobre el logo nido, la autora Melanie DuPuis aporta una explicación muy interesante respecto a por qué se representa el alimento mediante un pájaro y no una vaca:

En los anuncios de fórmulas lácteas, un reemplazo obvio para el fabricante sería la vaca. Sin embargo, el pájaro se convirtió en el símbolo prominente de su fórmula láctea. Borden's anunció que su "Eagle Brand" condensa leche a través de una figura paternal de ave con autoridad. Los anuncios de Nestlé evolucionaron desde la pequeña imagen de un pájaro que alimenta a sus hijos en un nido hasta una imagen dominante de la cigüeña protectora. ¿Por qué esas empresas sintieron la necesidad de reemplazar la vaca con el ave?

Para explicar este fenómeno, no debemos mirar la comida en sí, sino el proceso ideal que el anunciante quiere fomentar. Un pájaro recolecta alimento y la lleva a casa al nido familiar. Una vaca produce alimento dentro de su propio cuerpo. En otras palabras, la vaca representaba demasiado cerca el proceso de alimentación encarnada, mientras que el pájaro representaba con mayor precisión a la madre participando en un proceso de consumo mercantilizado, es decir, comprando y llevando el sustento del bebé a casa. El icono de la naturaleza de "reemplazo", en este caso, se convierte en parte de un discurso

sobre la encarnación, la naturaleza y las relaciones familiares en torno a la leche (DuPuis, 2002, p. 106)<sup>219</sup>.

Henri Nestlé comenzó comprando la leche que utilizaba para elaborar su Farine lactée cada mañana. Pero para 1869 esto no era práctico, por lo que comenzó a comprar la leche de forma que se la sirviesen directamente en su fábrica.

Menos de una década más tarde, en 1875, los productos de Nestlé estaban ya en todo el mundo, desde Indonesia a Argentina, Egipto o Estados Unidos. En esa época, Nestlé vende su empresa y su fábrica en Vevey a tres empresarios suizos, que comienzan a emplear a químicos para expandir producción y ventas. En 1878 se da una intensa competencia entre Nestlé y Anglo-Swiss, cuando Nestlé comienza a vender leche condensada y Anglo-Swiss comienza a vender alimento infantil en polvo.

Los hechos clave de la historia de Nestlé a partir de este momento son:

#### Década de 1880

- En 1882, Anglo-Swiss pretendía expandirse a Estados Unidos, pero la muerte de uno de sus fundadores, George Page, frustra estos planes, con lo que en 1902 venden sus operaciones en EEUU. Esto allanará el camino para una futura fusión con Nestlé.

#### Década de 1900

---

<sup>219</sup> In milk formula advertisements, an obvious replacement for the maker would be the cow. However, instead, the bird became the prominent symbol of milk formula. Borden's advertised its "Eagle Brand" condenses milk through a fatherly bird-authority figure. Nestlé's advertisements evolved from the tiny image of a bird feeding its children in a nest to a dominating image of the protective stork. Why did these companies feel the need to replace the cow with the bird? To explain this phenomenon, we must look not at the food itself, but at the ideal process that the advertiser wants to encourage. A bird gathers food and brings it home to the family nest. A cow produces food within its own body. In other words, the cow too closely represented the process of embodied feeding, while the bird more accurately represented the mother participating in a process of commoditized consumption, that is, shopping and bringing the infant's sustenance back home. The "replacement" nature icon, in this case, becomes part of a discourse about embodiment, nature, and family relationships around milk (DuPuis, p. 2002, p. 106).

- En 1904 Nestlé comienza a vender chocolate por primera vez, cuando se hace cargo de las ventas de exportación de Peter & Kohler.
- En 1905, Nestlé y Anglo Swiss cuentan con más de 20 fábricas, y comienzan a utilizar filiales en el extranjero para establecer una red de ventas que se comienza a extender por África, Asia, América Latina y Australia. A medida que se acerca la Primera Guerra Mundial, la empresa se beneficia del periodo de prosperidad conocido como la Belle Époque, convirtiéndose en una empresa mundial.
- En 1905 Nestlé y Anglo-Swiss se fusionan, formando Nestlé & Anglo-Swiss Milk Company. La compañía tiene dos sedes centrales en Suiza, en Vevey y Champ, y abre una tercera oficina en Londres para impulsar las ventas de exportación de lácteos. La empresa continúa ampliando su gama de productos, incluyendo leche condensada sin endulzar y leche esterilizada.

#### Década de 1910

- El estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914 lleva a una mayor demanda de leche condensada y chocolate, pero la escasez de materias primas y los límites del comercio transfronterizo obstaculizan la producción de Nestlé & Anglo-Swiss. Para resolver este problema, la empresa adquiere plantas de procesado en EEUU y en Australia. Para el final de la guerra contará con 40 fábricas.
- Según la web de Nestlé, “la guerra se desata en toda Europa e interrumpe la producción de la compañía, pero las hostilidades también impulsan la demanda de productos lácteos de Nestlé en forma de grandes contratos gubernamentales”. Es decir, se trata de una industria que siempre ha sido alentada y animada por dinero gubernamental.
- La leche condensada no es perecedera y además es fácil de transportar, características que hacen que sea popular entre las fuerzas armadas. En 1915 el ejército británico comienza a incluir leche condensada enlatada a sus soldados en sus raciones de emergencia. Hay una fuerte demanda del producto que hace que la empresa tenga muchísimo trabajo.
- En 1916 Nestlé & Anglo-Swiss adquiere la empresa noruega de lácteos Egron, que tenía un proceso patentado para la elaboración de leche en polvo,

producto que rápidamente comienzan a vender los nuevos dueños.

- En los dos años siguientes, 1916 y 1917, comienza a haber escasez de leche en Suiza, lo que significa que Nestlé & Anglo-Swiss debe proveer con sus productos a las diferentes ciudades y pueblos. Para conseguir atender la demanda de leche condensada de las naciones en guerra, la empresa compra refinerías de EEUU y firma acuerdos de suministro con empresas australianas, que más tarde adquirirá.

#### Década de 1920

- Una vez terminada la guerra, la demanda militar de leche condensada desciende abruptamente, causando una importante crisis para Nestlé & AngloSwiss en 1921. La empresa se recupera, pero vuelve a ser golpeada por la Crisis de Wall Street de 1929, que reduce el poder adquisitivo de los ciudadanos. Sin embargo, en esa época también avanzan profesionalizando los puestos de gestión, avanzando en investigación, que se centraliza en un laboratorio de Suiza.
- En 1929 compran la compañía de chocolate más grande de Suiza, Peter-Cailler-Kohler, cuyos orígenes se remontan a 1819. El chocolate pasa a ser una parte integral del negocio Nestlé & Anglo-Swiss.

#### Década de 1930

- En 1934 lanzan Pelargon, una leche en polvo para bebés, a la que le añaden bacterias de ácido láctico.
- En 1936 lanzan un suplemento vitamínico Nestrovit.
- En 1938 lanzan Nescafé como “extracto en polvo de café puro”, que se puede preparar añadiendo agua caliente. El producto fue una creación de Max Morgenthaler, que había comenzado a trabajar en él en 1929, a partir de una petición del gobierno brasileño a Nestlé & Anglo-Swiss que les solicitaba que “encontrasen una salida para su enorme excedente de café”.
- Cuando llega la Segunda Guerra Mundial en 1939 y afecta a todos los mercados, Nestlé & Anglo-Swiss continúa operando en esas circunstancias complejas, a base de suministrar tanto a civiles como a las fuerzas armadas. En 1947 la compañía añade las sopas y condimentos Maggi a su línea de

productos, pasando a denominarse Nestlé Alimentana.

- En 1939, temiendo que las potencias del Eje pudiesen ocupar Suiza, Nestlé & Anglo-Swiss trasladan a algunos de sus gerentes a una nueva oficina en Stamford, Estados Unidos. Esta opera como segunda sede de la compañía durante la guerra. Los combates de la guerra hacen que Nestlé no pueda exportar leche desde Suiza, con lo que empiezan a suministrar a África y Asia desde EEUU y Australia, expandiendo la producción en América Latina.

#### Década de 1940

- La Segunda Guerra Mundial hace que, inicialmente, las ventas de Nescafé se ralenticen, pero vuelven a aumentar según continúan las hostilidades. A partir de la entrada en contienda de Estados Unidos, las marcas de Nestlé ganan popularidad rápidamente entre el personal de servicio estadounidense. Al final de la guerra, Nescafé será incluido también en las “CARE aid supplies” de Japón y Europa. A finales de 1940 se lanza Nestea.
- Las ventas totales aumentaron 125 millones de dólares de 1938 a 1945. Una vez finalizada la guerra, el período de la posguerra está marcado por una prosperidad creciente. Ciudadanos europeos y estadounidenses comienzan a gastar su dinero en electrodomésticos como neveras y congeladores. También se comienzan a popularizar los “convenience foods”, y Nestlé Alimentana aprovecha esta demanda para suplir nuevos productos incluyendo comidas preparadas de Nesquik y Maggi.

#### Década de 1950

- Los cereales infantiles Nestlé habían estado disponibles desde 1948 como producto en polvo, pero en 1954 se renombran como Cerelac. Maggi Fondor, que originalmente se vendía en forma de cubo de caldo, se lanza como polvo. Se lanzan también los raviolis enlatados bajo la marca Maggi. Su gran éxito impulsa a Nestlé a lanzar más alimentos enlatados y preparados, que se convertirán en un nuevo segmento de crecimiento.

#### Década de 1960

- Con el aumento del número de hogares que cuentan con congelador, la demanda de helado crece, así que Nestlé compra al productos alemán Jopa y al fabricante francés Heudebert-Gervais para capitalizar este crecimiento en la demanda. También compra la empresa británica de alimentos enlatados Crosse & Blackwell, y la marca de alimentos congelados Findus del fabricante sueco Marabou, extendiendo la marca a los mercados internacionales.
- Con la popularización de las neveras, los productos lácteos refrigerados comienzan también a ser cada vez más populares, y Nestlé compra al productor de yogur francés Chambourcy, que había lanzado la gama de yogures Sveltesse dirigida a los consumidores preocupados por bajar de peso. En las mismas décadas, Nestlé entra en el mercado de las aguas minerales comprando una participación en la marca de aguas francesas Vittel.

#### Década de 1970

- En 1976 Nestlé compra la compañía estadounidense de alimentos congelados Stouffer Corporation y a los productores de alimentos enlatados Libby.
- En 1977 Nestlé se diversifica más allá de la comida y la bebida, convirtiéndose en accionista minoritario de la compañía de cosméticos L'Oréal. Renombrada como Nestlé S.A., la empresa continúa su estrategia de diversificación, comprando al fabricante de productos farmacéuticos y oftalmológicos de Estados Unidos Alcon Laboratories.
- Comienzan en esos años también a surgir críticas hacia la compañía, que alegan que su comercialización de alimentación infantil no es ética. En 1977 llaman al boicot de los productos de Nestlé. Este boicot se suspendería en 1984 cuando Nestlé accede a seguir el Código Internacional para los países den desarrollo, aunque volvería a la actividad varios años después, cuando algunas organizaciones detectaron que Nestlé estaba enviando fórmulas de alimentación infantil muy baratas o gratis a países en desarrollo.
- Tras años de crecimiento, Nestlé se deshace de las marcas menos rentables, promoviendo aquellas con las que obtiene más beneficio. Para intentar estar en consonancia con unos consumidores cada vez más conscientes de su salud, se hace con un nuevo lema: "Nutrition, Health and Wellness". La empresa, en expansión en EEUU, Europa del Este y Asia tiene como objetivo obtener el

liderazgo mundial en agua, helados y alimentos para otros animales.

#### Década de 1980

- En 1981 los alimentos congelados Stouffer's Lean Cuisine se lanzan como línea de artículos bajos en grasas y calorías obteniendo cifras de venta destacables. Nestlé y L'Oréal establecen Galderma como empresa conjunta de productos dermatológicos.
- En 1985 adquieren la marca estadounidense Carnation Company por 3000 millones de dólares, agregando las marcas Carnation y Coffe-Mate a su cartera. También ingresa al negocio de alimentos para animales con los que convivimos, comprando la marca Friskies.
- En 1986 se lanza la marca Nespresso. En 1988 Nestlé compra la empresa británica de dulces Rowntree Mackintosh, agregando marcas como KitKat, After Eight y Smarties. También adquiere al grupo italiano de pasta y salsas Buitoni-Perugina.

#### Década de 1990

- En 1991 Nestlé establece una empresa conjunta con General Mills, Cereal Partners Worldwide, para producir y comercializar cereales pensados para el desayuno en todo el mundo.
- La compañía también crea una empresa conjunta con The Coca-Cola Company para formar Beverage Partners Worldwide, para fabricar y comercializar marcas como Nestea.
- En 1992 Nestlé adquiere el Grupo Perrier de aguas en Francia. Nestlé Sources Internationales se crea como un negocio separado de aguas en 1993 (la marca se renombraría como Nestlé Waters en 2002).
- En 1998, el nuevo director general, Peter Brabeck-Letmathe, ve un potencial de crecimiento en la nutrición personalizada. Articula la posición de Nestlé como líder en "Nutrition, Health and Wellness" según se aproxima el nuevo milenio.
- En el mismo año compran el negocio italiano de aguas minerales Grupo Sanpellegrino. Nestlé Pure Life se lanza en países en desarrollo "para garantizar agua potable limpia y saludable" y Aquarel se lanza en Europa dos años después.



## Década de 2000

- En 2000, the Sustainable Agricultural Initiative Nestlé (SAIN) se lanza “para promover la colaboración con los agricultores locales”.
- En 2001 compra el negocio estadounidense de alimentos para otros animales con los que convivimos Ralston Purina, fusionándolo con Nestlé Friskies Petcare, para establecerse como nuevo líder de mercado en este ámbito también, Nestlé Purina Petcare.
- En 2003 Nestlé adquiere los derechos de licencia para Häagen-Dazs en Estados Unidos y Canadá, y compra Mövenpick y Grand Helader de Dreyer. También adquiere el negocio de alimentos congelados Chef America.
- En 2006 Nestlé lanza su Nestlé Cocoa Plan y Nescafé Plan para desarrollar cadenas de suministro de cacao y café. A la vez que fortalece su posición en sus segmentos tradicionales, Nestlé refuerza su enfoque en la nutrición médica. En el mismo año Nestlé adquiere el negocio de control de peso Jenny Craig y la empresa australiana de cereales para el desayuno Uncle Toby's.
- En 2007 Nestlé adquiere Novartis Medical Nutrition. También compra la compañía de alimentos infantiles Gerber y las aguas minerales suizas Sources Minérales Henniez.
- Nestlé crea en 2009 una división de negocios de servicio de alimentos denominada Nestlé Professional.

## Década de 2010

- En 2010 adquiere el negocio de pizzas congeladas Kraft Foods.
- En 2011 se establecen Nestlé Health Science y el Institute of Health Sciences, con el fin de “investigar productos nutricionales basados en la ciencia destinados a prevenir y tratar afecciones médicas crónicas”.
- En 2012 Nestlé adquiere Wyeth Nutrition, anteriormente Pfizer Nutrition (nutrición infantil).
- También adquiere Pamlab, compañía de alimentos médicos con sede en EEUU especializada en nutrición de personas enfermas. Crean Nestlé Skin Health, tomando el control de la empresa conjunta Galderna (que había creado en 1981 con L'Oréal) y lanzan Innéov.

- En 2015 Nestlé lanza Cailler, como marca de chocolate suizo más antigua, en forma de chocolate premium.
- En 2016 Nestlé celebra su 150 aniversario. Una parte del negocio de helados, alimentos congelados y productos lácteos refrigerados es incorporada a una empresa conjunta, Froneri, con el fabricante de helados de Reino Unido R+R.
- En 2018 Nestlé y The Coca-Cola Company terminan su empresa conjunta Beverage Partners Worldwide.

## **b) Propiedad**

Según José F. Leal, en un artículo para El Mundo (Leal, 2015), "Tras 150 años de vida, en Nestlé aparentemente no manda nadie". En la memoria anual de Nestlé de 2017 (2018, p.127), la corporación afirmaba no estar al tanto de que ninguno de sus accionistas superase el 5%.

Con fecha 31 de diciembre de 2017, Nestlé tenía 157.753 accionistas según su registro, según su informe de 2017. Según el mismo informe, si se tienen en cuenta aplicaciones sin procesar y accionistas indirectos la cifra asciende a más de 250.000. Pero no detalla cómo se reparte el capital. Una de las propietarias de la compañía fue Lillianne de Bettencourt, máxima accionista de L'Oréal, hasta que a su muerte en septiembre de 2017 heredó su hija Françoise Bettencourt.

Nestlé tiene un presidente belga (Paul Bulcke), y sólo cinco de sus 13 consejeros son suizos. Y Bulcke figura en el consejo de Roche, Cereal Partners y del *think tank* Trustees of Avenir Suisse. El presidente anterior, el austriaco Peter Brabeck-Letmathe, Brabek fue además consejero de Exxon y vicepresidente del World Economic Forum. El vicepresidente primero de Nestlé, Andreas Koopman, fue miembro del Consejo de Administración de Credit Suisse Group AG y de Credit Suisse AG.

## **c) Think tanks propios**

Nestlé cuenta con diferentes institutos y entidades propios, que no solo ejercen como institutos de investigación sino también como think tanks, al tener entre sus objetivos la diseminación de conocimiento e ideas que sirve para apoyar el consumo de produc-

tos lácteos. Los más importantes, relacionados con el presente estudio, son los siguientes dos institutos:

### **Nestle Institute of Health Sciences<sup>220</sup>**

Según el sitio web del Nestle Institute of Health Sciences, dicha entidad provee diferentes servicios relacionados con la nutrición y la salud:

Nestlé Health Science ofrece soluciones nutricionales diseñadas para ayudar a mejorar los resultados de los pacientes, a promover el manejo dietético de las enfermedades y mejorar la calidad de vida de los pacientes. Nestlé Health Science también se compromete a reducir los costes de atención médica. En el futuro, nuestro objetivo es desarrollar terapias nutricionales basadas en la ciencia que ayuden a cambiar el curso de la gestión de la salud<sup>221</sup> (Nestle HealthScience, s.f.).

Este instituto cuenta con su propio programa de doctorado<sup>222</sup>.

### **Nestle Nutrition Institute<sup>223</sup>**

Este otro instituto, según información proporcionada por dicha entidad en su web, comparte "información y educación basadas en ciencia puntera con los profesionales de la salud, científicos y comunidades de nutrición y partes interesadas, en una manera interactiva"<sup>224</sup>. Y ofrecen series de publicaciones indexadas en Medline, becas aca-

---

<sup>220</sup> Sitio web del instituto disponible en: <https://www.nestleinstitutehealthsciences.com/>

<sup>221</sup> Nestlé Health Science provides nutritional solutions designed to help improve patient outcomes, promote the dietary management of disease, and enhance patients' quality of life. Nestlé Health Science is also committed to helping reduce health care costs. Going forward, we aim to develop science-based nutritional therapies that help change the course of health management (Nestle HealthScience, s.f.).

<sup>222</sup> Más información en. <https://www.nestleinstitutehealthsciences.com/research/phdstudentprogram>

<sup>223</sup> Sitio web del instituto disponible en: <http://www.nestlenutrition-institute.org/>

<sup>224</sup> "leading science based information and education with health professionals, scientists and

démicas, cursos de nutrición, aprendizaje médico continuo online, talleres científicos y simposios.

Afirman contar con más de 3000 publicaciones y más de 400 conferencias online disponibles para la comunidad médica.

#### **d) Principales conflictos de la compañía**

Las campañas de Nestlé en África e India, que trágicamente persuadieron a miles de madres a utilizar leche en polvo y fórmulas infantiles en lugar de su propia leche materna, y que consiguieron beneficios a costa de causar problemas de salud a miles de niños causando diarrea, desnutrición y muerte. Tal y como documentó la ONG británica War on Want, las representantes de alimentación infantil se disfrazaban de enfermeras para dar apariencia de credibilidad científica en los países más pobres de África, Latinoamérica y Asia, incluyendo India (Alvares, C.A., 1987).

Debido a situaciones de pobreza, en un contexto de falta de educación e información, muchas madres en dichos países empobrecidos no podían leer las instrucciones de los paquetes de fórmula, y no tenían acceso, como podía ser de esperar, a la esterilización de botellas o a agua potable. En su lugar, confiaron en la ideología “del progreso” y la “superioridad tecnológica de las naciones avanzadas”. En un mundo colonial, las personas indígenas sufren presión para adoptar los modos de vida de los colonizadores con la esperanza de “mejorar”. En India y África, multinacionales como Nestlé y Glaxo fueron directamente criticadas por la Organización Mundial de la Salud por sus ventas de fórmulas infantiles y leche en polvo, lo que conllevó la elaboración de un código internacional para los sustitutos de leche materna (International Code for the Marketing of Breastmilk Substitutes) en 1981.

#### **e) Datos clave**

**Nestlé**

---

nutrition communities and stakeholders, in an interactive way"

<b>Sede:</b> Vevey, Suiza.
<b>Personas empleadas:</b> 335.000 en 2016.
<b>Facturación:</b> En el ejercicio de 2017, Netlé S.A. facturó 77.466.693.000 euros (según Amadeus).
<b>Cotización en bolsa:</b> Sí, en el SIX Swiss Exchange. Forma parte del Swiss Market Index. Tiene cotización secundaria en Euronext. En 2011, Nestlé figuró en el puesto número 1 de la revista Fortune Global 500 como la empresa más rentable del mundo.

#### 4.1.4.2. Danone

##### a) Historia

La historia de Danone comienza en Barcelona en 1919. Según el sitio web de la empresa, en la página dedicada a su historia<sup>225</sup>, su fundador, Isaac Carasso vive en Barcelona en la década de 1910, y observa que la infección intestinal es frecuente en menores españoles. Al estar al tanto de la investigación en torno a los fermentos lácteos de Ilya Mechnikov, director del Instituto Pasteur y premio Nobel, Isaac Carasso decide introducir un producto conocido en los Balcanes por sus propiedades beneficiosas: el yogur, lanzando la empresa Danone en 1919, cuyo nombre viene del apodo de su hijo Daniel, “Danon”.

Los principales hechos relevantes en la historia de Danone son los siguientes:

##### Década de 1920

- En 1929, Danone llega a Francia, cuando Daniel Carasso funda la Société Parisienne du Yoghourt Danone y abre su primer centro de distribución al por mayor en la calle André Messenger de París. Sus pequeños yogures se vendían en farmacias antes de poder encontrarse en las tiendas de queso.

<sup>225</sup> Sitio web de Danone, apartado dedicado a la historia de la marca: <http://www.danone.com/en/for-all/our-mission-in-action/our-heritage/>

#### Década de 1940

- En 1941 Daniel Carasso y su esposa se trasladan a Nueva York (Estados Unidos). Recién llegados a la ciudad, compran un negocio de yogur que unos griegos regentaban en el Bronx, fundando Dannon Milk Products Inc. en 1942.

#### Década de 1960

- Mientras, en Europa, en 1966, Antonie Riboud forma la empresa BSN uniendo Verreries Souchon-Neuvesel, con Boussois, dos empresas productoras de cristal, botellas y jarras.

#### Década de 1970

- En 1970 BSN se convierte en el mayor productor de Francia de bebidas y de alimentación infantil al adquirir Evian, Kronenbourg, Société Européenne de Brasseries y Blédina (originalmente Evian Solide).
- En 1972 Daniel Carasso y Antoine Riboud se encuentran y unen sus compañías a finales de 1972.
- BSN-Gervais Danone comienza a adquirir diferentes empresas a partir de 1979, incluyendo Amora, Maille, Vandamme, La Pie qui Chante, Liebig, Galbani, y Volvic. En menos de 20 años se convierte en la tercera empresa de alimentación más grande de Europa, liderando el mercado en Francia, Alemania, Bélgica, España, Italia, Luxemburgo y Portugal.

#### Década de 1990

- BSN-Gervais Danone pretenden continuar su crecimiento. Sus adquisiciones en Asia comienzan en 1991 con la compra de Amoy (Hong Kong) especialistas en salsa de soja y alimentos congelados.
- Tras la caída del Muro de Berlín, BSN se expande también a Europa del Este, primero a Hungría y después a Polonia (1991), después a República Checa (1992) y Rusia (1992), para ir finalmente a Bulgaria (1993). Así completan su expansión europea.
- En 1991 se crea el primer Danone Institute, según Danone una organización independiente sin ánimo de lucro que “promueve la investigación en nutrición,

informa a los profesionales de la salud y ayuda a los consumidores a desarrollar hábitos alimenticios más sanos”. En la actualidad existen 19 institutos en todo el mundo, en los que trabajan unos 250 “expertos”.

- En 1994, BSN-Gervais Danone acorta su nombre a Danone. Una marca con potencial global que es ya conocida en 46 países. Con el nuevo nombre llega un nuevo logotipo: un niño mirando hacia arriba a una estrella. El logotipo simbolizaría el ánimo de la empresa de seguir asecendiendo y haciendo más continuamente.
- En mayo de 1996, Franck Riboud es nombrado director general de Danone, sucediendo a su padre. Continúa expendiendo la empresa de forma internacional, centrándose en las tres áreas que tenían más potencial de crecimiento, a saber: Productos Lácteos Frescos, Bebidas y Galletas.
- En 1996, Danone se asocia con Clover en Sudáfrica, La Serenísima en Argentina y Stonyfield en Estados Unidos. Las alianzas en agua incluían Bonafont en México (1995), Aguas Minerales en Argentina (1996) y Aqua en Indonesia (1998).
- En 1997 Danone define sus valores formando el acrónimo HOPE (esperanza en inglés), compuesto por “humanism, openness, proximity and enthusiasm.

#### Década de 2000

- En 2000 Danone lanza su Danone Nations Cup (DNC), una competición de fútbol para niños de 10 a 12 años.
- En 2007, Danone se asocia con Grameen Bank, una entidad que ofrece microcréditos, fundada por Muhammad Yunus, formando Grameen Danone. Produce yogur fortificado destinado a poblaciones rurales pobres. Danone Communities continúa esta labor financiera para ayudar a producir negocios locales.
- En 2007 Danone vende su negocio de galletas a Kraft y compra Royal Numico, líder global en nutrición médica e infantil. Royal Numico posee marcas fuertes, entre ellas Nutricia, Milupa y Cow & Gate.

#### Década de 2010

- Mientras que en 1996 Europa del Oeste constituía el 80% de las ventas de

Danone. En 2013, el 60% de las ventas venían de mercados “emergentes”.

- En 2013, Danone abre un nuevo centro de investigación en Utrecht (Holanda) denominado Danone Nutricia Research, que cuenta en la actualidad con 400 científicos y expertos de 30 nacionalidades diferentes y se centra en investigaciones acerca de nutrición infantil y nutrición médica avanzada, contando en la actualidad con más de 200 estudios publicados en su web<sup>226</sup>.
- En 2014 Danone decide separar las funciones de presidente y director ejecutivo y nombran director general a Emmanuel Faber, con Franck Riboud permaneciendo como presidente de la Junta.
- En 2014, Danone y Mars Inc., dos de los manufactureros de alimentación líderes en el mundo, se asocian para formar un nuevo fondo de inversión: el Livelihoods Fund for Family Farming.
- En el mismo año, Danone invierte 1000 millones de euros en el continente africano para “consolidar su posición y expandirse a nuevos territorios”.
- En 2017, Danone adquiere Unimilk, compañía rusa con marcas como Prostokvashino y Tëma (nutrición infantil). También adquiere WhiteWave (incluyendo entre sus marcas a Alpro), con la pretensión de “inspirar mejores decisiones en torno a la alimentación y bebidas”.  
<http://www.danone.com/en/for-all/our-mission-in-action/danone-whitewave/>

Los lácteos y sus derivados supusieron el 52% de sus ventas totales en 2017, según su informe anual de dicho año (2018, p. 6), y según la misma fuente (2018, p. 7), sus ventas fueron en un 53% a Europa y América del Norte (Danone clasifica dentro de esta categoría a Europa, Estados Unidos y Canadá), mientras que un 47% fueron al resto del mundo (en esta otra categoría Danone incluye a Asia-Pacífico, América Latina, Oriente Medio, África y otros).

## **b) Propiedad**

La empresa tiene su origen en el barrio del Raval de Barcelona. Su fundador, Isaac Carasso, comenzó vendiendo yogures en los tranvías y acabó siendo proveedor de Alfonso XIII.

---

<sup>226</sup> Danone Nutricia Research: <https://www.nutriciaresearch.com/publication-library/>



Hoy en día, la empresa es una sociedad limitada con sede en París (Francia). Cotiza en bolsa, siendo su cap. bursátil a fecha 6 de octubre de 2020 de 37.861 millones de euros en Euronext Paris.

Según Leal (2015), hoy en día empresas francesas y estadounidenses se reparten el 24% de su capital. El principal socio es el fondo estadounidense Massachusetts Financial Services (MSF), que posee un 12,6%. Le siguen la gestora Harris Associates (3%), filial estadounidense del banco de inversión francés Natixis, que además controla otro 1,9%. Otros de los accionistas son la familia belga Böel (2,2%), dueña del *holding* Sofina, que entró en el capital en 1987; la gestora neoyorquina First Eagle (2%) y el banco de inversión francés Amundi (2,1%) y Fiduciary Management, Inc. of Milwaukee (1,7%).

### c) Think tanks propios

Danone Nutricia Research: <https://www.nutriciaresearch.com/>

Danone Institute ("Nutrition for Health"): <https://www.danoneinstitute.org/> en España: <http://www.institutodanone.es/home.html>

### d) Principales conflictos de la compañía

Danone es también uno de los mayores productores de sustitutos de leche materna. Es frecuentemente acusado de violar el código de la OMS.

Según la investigación de Oxfam America, "Behind the Brands", Danone no hace frente a las necesidades de los pequeños granjeros de los países empobrecidos, no ofrece tratos justos para posibilitar que se ganen la vida de forma estable, ni tampoco para que adapten sus tierras según los patrones del cambio climático.

### e) Datos clave

<b>DANONE</b>
<b>Ubicación:</b> París, Francia.
<b>Personas empleadas:</b> 104.843 (2017)

102.449 (2019)
<b>Facturación:</b> 25.041.000.000 euros en 2017 según Amadeus.  24.711.000.000 euros en 2018 según Amadeus.  25.298.000.000 euros en 2019 según Amadeus.
<b>Cotiza en bolsa:</b> Sí

### 5.1.4.3. Lactalis

#### a) Historia

Según el sitio web de Lactalis, en la página que dedican a su historia<sup>227</sup>, el 19 de octubre de 1933 André Besnier produce sus primeros 17 quesos de Camembert en Laval, utilizando 35 litros de leche de vacas de la zona. Besnier establece la empresa utilizando su propio nombre. La primera marca que dio nombre a sus quesos fue “Le Petit Lavallois”.

A partir de aquí, los hechos relevantes de la historia de Lactalis son los siguientes:

En la década de 1940 la empresa continúa creciendo, y cada vez más granjeros suministran leche. En 1948, la empresa se convierte en “SARL Société Laitière de Laval A. Besnier & Cie”, una sociedad limitada, que ahora cuenta con 25 empleados y una cantidad de leche recogida que sobrepasa los 10.000 litros.

En la década de 1950, a medida que el sector de los lácteos se vuelve más competitivo, André Besnier diversifica la oferta: comienza a fabricar también mantequilla y cremas, y empieza también a vender leche, siendo el primero en comercializar una botella de un litro de leche bajo la marca “SSL Le Bon Lait”.

A la muerte de Besnier en 1955, su hijo Michel Besnier hereda la empresa, duplicando el volumen de negocio en los dos años siguientes.

<sup>227</sup> Sitio web de Lactalis: <http://www.lactalis.fr/en/the-group/history/#/annees1940> Consultado por última vez el 3 de abril de 2018.

La década de 1960 es un periodo clave para la empresa Besnier. Varias granjas lácteas del oeste de Francia se unen a la compañía, expandiendo el volumen de leche recogida y ayudando a cumplir los requisitos de distribución para los supermercados, que comienzan a aparecer en Francia en esta época.

En 1968 se lanza la marca Président, que se convertirá en el producto estrella de la compañía. Y vuelve a innovar con “Lait 2000”, vendiendo por primera vez leche en un paquete Tetra Pack.

En 1972 la compañía Besnier comienza a exportar queso tipo brie a Estados Unidos. En ese mismo año Besnier funda una fábrica de quesos para elaborar Président en Domfront (Normandía, Francia).

En la década de 1980 la empresa continúa aumentando su tamaño con operaciones de crecimiento externo, sobre todo en Estados Unidos. En 1981 adquiere negocios en Belmont (Wisconsin, EEUU) y en 1987 construye una fábrica en California.

Al mismo tiempo, adquiere en Francia las empresas lácteas Claudel-Roustang y Atlalait, ahora la mitad de la empresa, que le introducen en el segmento de los quesos procedentes de cabras.

En paralelo, en 1984 y 1985, Michel Besnier continúa invirtiendo en herramientas industriales y construye una fábrica de yogur en Laval, seguida por una fábrica de queso dedicada a hacer queso tipo emmental en Charchigné, al norte de Mayenne (Francia).

Lactel, como marca de leche para beber, se convertirá a finales de la década de 1980 en marca estrella de la empresa.

En la década de 1990 continúa el crecimiento de la empresa en Europe del Este, Ucrania y Polonia, y también en Egipto y en Italia, adquiriendo Locatelli, la tercera marca de mozzarella en el mercado.

En 1990 en Francia, dos grandes empresas se unen al Grupo Besnier: Bridel, rival histórico ya presente en 60 países, y la Société des Caves de Roquefort.

En 1992 adquiere la empresa estadounidense Sorento.

En 1999 la Empresa Besnier cambia el nombre del grupo a Lactalis, “cumpliendo con las demandas de internacionalización con un nombre que pudiese ser pronunciado fácilmente en los cinco continentes”, perteneciente al holding BSA International SA, con base en Bélgica.

También en 1999 Michel Besnier monta el André Besnier Lactopôle, un museo tributo a la “profesión de los lácteos”.

A comienzos de la década de 2000, muere Michel Besnier y su hijo Emmanuel Besnier pasa a heredar la empresa.

En 2006 se adquiere la marca italiana Galbani y se crea un proyecto conjunto con Nestlé para comercializar productos lácteos refrigerados, permitiendo obtener un crecimiento beneficioso a través de marcas como La Laitière.

En 2007, la empresa láctea líder en Croacia, Dukat, se une al Grupo Lactalis.

A pesar de la crisis de 2008 el Grupo Lactalis mantiene un nivel constante de crecimiento.

En 2008 se adquiere la empresa suiza Baer, fabricante de queso.

En 2010, el grupo compra tres empresas lácteas españolas: Forlasa (queso), Puleva (leche) y Sanutri (alimentación infantil).

En 2011 se convierte en accionista mayoritario de Parmalat, empresa Italiana líder en su país en ventas de leche como producto final. Esta compañía opera de forma global en territorios en los que el Grupo Lactalis no opera aún, lo que proporciona una posición estratégica clave.

La leche se convierte en el segundo mercado más importante para el grupo después del queso.

En 2013 la empresa aumenta su presencia en Europa del Este, convirtiéndose en accionista mayoritario de la empresa Eslovena Ljubljanske Mlekarne.

En 2014 el Grupo Lactalis entra en Australia de la mano de la empresa Harvey Fresh, que le permite entrar en todas las categorías lácteas en toda Australia.

También se expande a India con la adquisición de Tirumala, una gran empresa láctea del sudeste del país.

\*En 2016 se convierte en “partner” del European Master in Food Studies:

Este programa único es una estrecha colaboración entre cuatro prestigiosas universidades públicas europeas (AgroParisTech, Lunds Universitet, University College Cork y Wageningen UR) y empresas privadas. Como parte de su estrategia de Relaciones Escolares, Lactalis Group quería convertirse en socio de esta educación de posgrado de clase mundial que prepara a los estudiantes para una carrera emocionante en la industria alimentaria. El Departamento de Investigación y Desarrollo del Grupo acompañará a un alumno en la próxima promoción (Lactalis, 12 agosto 2016)<sup>228</sup>.

También es “empresa colaboradora del Máster de Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad del Centro Superior de Diseño IED Madrid<sup>229</sup>”.

## **b) Propiedad**

El propietario del grupo Lactalis es Emmanuel Besnier (Amadeus). La empresa tiene su dirección fiscal en Laval (Francia). La familia Besnier figura al frente de la compañía y del accionariado; así, como vicepresidente figura el hermano de Emmanuel, Jean Michel Besnier y como miembro de la Junta figura su hermana, Marie Besnier.

Lactalis es el primer productor mundial de queso, procesa 15.000 millones de litros de leche al año y explota marcas como Président, Galbani, o Lauki y, en España también posee marcas como Puleva.

---

<sup>228</sup> “This unique program is a close collaboration between four prestigious European public universities (AgroParisTech, Lunds Universitet, University College Cork and Wageningen UR) and private enterprises. As part of its Schools Relationships Strategy, Lactalis Group wanted to become a partner of this world-class postgraduate education which prepares students for an exciting career in the food industry. The Group Research and Development Department will accompany a student of the next promotion” (Lactalis, 12 agosto 2016).

<sup>229</sup> Ver noticia en: <https://iedmadrid.com/noticias/lactalis-empresa-colaboradora-del-master-de-direccion-y-gestion-de-comunicacion-marketing-y-publicidad/>

Según Leal, de Emmanuel Besnier "apenas circulan dos fotografías. No concede entrevistas y su empresa es conocida como una de las más opacas de la industria alimentaria".

Emmanuel Besnier figura en 2018 en el puesto 194 de la lista de billonarios de Bloomberg, que incluye a las 500 personas más ricas del mundo.

Es difícil encontrar información directamente proporcionada desde Lactalis en la web. Gracias a web.archive se puede todavía observar su anterior página web<sup>230</sup>, en la que se facilitaban más datos que en la web actual. Sin embargo ni antes ni ahora Lactalis ha publicado sus cuentas, ni tampoco una lista completa de sus marcas.

### c) Principales conflictos de la empresa

2007: La “Guerra del Camembert”.

En 2007, se desató una “auténtica rebelión” por parte de los productores artesanales de queso tipo Camembert en Francia, cuando **Lactalis “presionó” a las autoridades del país galo** para que le autorizaran a utilizar en la producción de sus camembert industriales el sello de *Appellation d'Origine Contrôlée*. La normativa respecto a este tipo de producto imponía que la leche a utilizar en la elaboración del queso fuese cruda (no pasteurizada). Lactalis intentó modificar esa norma, y para ello “utilizó tácticas como denunciar en 2008 a sus competidores de leche cruda por una ‘posible’ contaminación de ‘bacterias patógenas’ de un lote de quesos camembert de estos”. Las autoridades francesas retiraron dichos productos por precaución; sin embargo, “las analíticas posteriores desmintieron la acusación, pero el mal ya estaba hecho” (Guzmán, J. 2015).

En España, Lactalis estuvo implicada en el “Caso Campeón de corrupción en Galicia negociando que se le pagase un 30% del coste de la fabricación de una nueva planta de producción con fondos públicos”. Al mismo tiempo, en sus puertas se manifestaban sindicatos agrarios exigiendo un precio justo por su leche (Guzman, J. 2015).

2015: La Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC) impone al Grupo Lactalis Iberia una multa de 11.6 millones de euros por “conductas anticompetitivas”.

---

<sup>230</sup> Sitio web archivado de Lactalis, disponible en [web.archive.org](http://web.archive.org/web/20120825193105/http://www.lactalis.fr:80/english/groupe/chiffres.htm)

(También imponen multas a Danone (23,2 millones de euros), Nestlé España (10,6 millones de euros); 9 lecheras en total. (Noceda, 2015).

2016: Diversas protestas

A lo largo de 2016 hubo protestas contra los bajos precios que Lactalis paga a los ganaderos en varios países europeos; incluso el ministro francés de agricultura, Stéphane Le Foll, criticaba el precio que Lactalis pagaba, el más bajo de Francia, según una noticia de la agencia EFE del 29 de agosto (EFE, 2016).

Entre 2.000 y 3.000 ganaderos protestaron durante el mes agosto de 2016 por los bajos precios que Lactalis les ofrece por su leche cruda. Las protestas fueron llevadas a cabo en la sede de la empresa en Laval, al norte de Francia y también en supermercados, pidiendo a los consumidores que no comprasen los productos de Lactalis. Los productores llevaban experimentando un descenso de los precios de la leche por el “exceso de producción desde que la Unión Europea eliminara el sistema de cuotas el año pasado [2015], Rusia vetara la importación de productos de alimentación occidentales y se debilitara la importación de productos lácteos por parte de China”. (AgWeb, 2016; Reuters, 2016).

Este tipo de protestas se han convertido en una tónica frecuente. Ganaderos españoles e italianos también protestaron por la misma problemática entre 2015 y 2016 (Palacios, 2016) y anteriormente (VSF Justicia Alimentaria Global, 2010).

La cuestión de fondo es que todos los ganaderos que venden a grandes multinacionales como Lactalis no podrían “dar salida” a su leche si no aceptan los contratos propuestos por la multinacional (Europa Press, 2016).

2017: El 8 de diciembre de 2017 se descubren trazas de salmonela en leches de la marca Picot y Milumel. El gobierno francés ordena la retirada masiva de productos de Lactalis a partir de más de 30 casos de bebés afectados de salmonelosis en toda Europa.

La orden afectó a 12 millones de productos en 83 países del mundo (Fava, P. 2018, EFE París, 2017)

2017: En octubre y noviembre de 2017 aparecen informaciones en varios medios explicando que una de las principales filiales del grupo Lactalis estaría realizando vertidos en el río Isère “con toda impunidad”, “equivalentes a los producidos por una ciudad de 10.000 habitantes durante 15 años”. Frente a estas actuaciones, la población de Saint-Just-de-Claix lleva a cabo protestas. “En las aguas se encuentra una parte de lactosuero y también parte de los productos de limpieza y desinfección que utiliza la planta productora”. Según este medio de comunicación, Lactalis ya había sido citado en otro caso ligado a la saturación de una de sus estaciones de depuración en la Bretaña francesa, con cuatro toneladas de peces que habrían muerto a causa de una importante contaminación de lactosa en la rivera de la Seiche.

### **La cuestión del oligopolio frente a modelos de circuito corto**

A Lactalis se le hace la crítica de ser parte de un oligopolio, y de fomentar un modelo “basado en alimentación industrial, grandes corporaciones y alimentos kilométricos frente a otro basado en la agricultura familiar y campesina y sistemas locales de la alimentación, basado en criterios sociales, de justicia y sostenibilidad ambiental” (Guzmán, J. 2015). Esto, sin embargo, podría hacerse extensivo a todas las grandes multinacionales que se dedican a la industria láctea.

Lactalis ejemplifica, en todo caso, el modelo contrario al basado en canales cortos [de comercialización en el sector agroalimentario], que según el Ministerio de Agricultura y Medioambiente son “canales de comercialización en los que el número de intermediarios es uno o una cantidad muy limitada de personas, que está asociado al desarrollo económico local y en el que se valora la relación productor-consumidor, y además explicita que sus formas de comercialización se realizan a través de mercados de productores, venta directa en la explotación, envíos a domicilio, etc.”. Según Javier Guzmán, “la desaparición de la ganadería familiar no deja lugar a dudas. En el Estado español, la intensidad de la extinción se ha incrementado últimamente, en los últimos 8 años, con 255 pérdidas al día. Y no solo en la fase productiva, cualquier iniciativa de pequeña escala en las fases de transformación y comercialización tiende a seguir la misma suerte. La apisonadora de los que mandan en la cadena las hace inviables. **En 1994, existían en España 140.000 explotaciones lácteas. Hoy, sólo quedan 23.000**” [negritas en el texto original] (Guzmán, J. 2015).



“En concreto, los diez grupos lácteos más importantes manejan el 80% de toda la leche que se recoge en España. El 60% de toda la leche recogida se destina a la leche líquida envasada; en este subsector, siete empresas controlan el 75%, y las tres primeras más del 40%. Del resto del mercado lácteo (del que, como se ve, apenas queda nada), el 50% lo controlan, directamente, los supermercados a través de sus “marcas blancas”. No se ve mucha atomización, la verdad más bien un descarado oligopolio (Guzmán, J. 2015).

#### e) Datos clave

<b>LACTALIS</b>
<b>Ubicación:</b> 229 plantas de producción en 43 países (se ignora el año de esta cifra; visto en su web en diciembre de 2018).
<b>Empleados:</b> 75.000 empleados en 85 países. (indicado en su sitio web en 2018 sin especificar el año).  80.000 empleados (indicado en su sitio web en 2019).  Américas: 18.900 empleados. Europa: 32.000. África: 9.900 empleados. Asia y Oceanía: 10.700.
<b>Facturación</b>  17.000 millones de euros al año (indicado en su sitio web sin especificar el año).  Por lugar: 58% en Europa. 21% Américas. 14% Asia/Oceanía. 7% África.  Por producto: 34% queso. 25% leche líquida. 12% yogur y lácteos refrigerados. 10% mantequilla y nata. 12% ingredientes lácteos y polvos. 6% otros.  Según Amadeus, sus ingresos de explotación en 2019 fueron 2.837.976 millones de euros. En 2018, 2.680.142 millones de euros y en 2017 2.670.075 millones de euros.

A estas últimas cifras se podrían añadir las correspondientes a las 54 compañías diferentes de todo el mundo que aparecen en el registro de Amadeus al buscar por "Lactalis".
<p>Producción:</p> <p>-Cuánta leche cruda al año recoge: Solo en Francia 5.5 billones de litros de leche al año.</p> <p>-En cuántos países produce: en 43 (en 2016, según un artículo de Bloomberg<sup>231</sup>)</p> <p>-En cuántos países vende: en más de 150 (en 2016, según el mismo artículo de Bloomberg).</p>
<b>¿Cotiza en bolsa?</b> No.

### 5.1.5. Principales lobbies y think tanks del sector lácteo europeo

Para el presente estudio se han tenido en cuenta los grupos de presión inscritos en el Registro de Transparencia europeo actualizados a 30 de diciembre de 2018. Los resultados han sido obtenidos realizando varias búsquedas, en las que se ha refinado la base de datos en torno a los conceptos *dairy*, *leche*, *lait* y *milk*.

Realizando la búsqueda de este modo, se han obtenido 48 organizaciones. En el registro, los grupos de interés se organizan por sección y subsección. Es interesante saber que los datos que se deberá proporcionar para la inscripción dependen de la categoría que el propio grupo escoja a la hora de inscribirse. Cada organización solo puede inscribirse en una categoría, aunque teóricamente pueda encajar en varias.

Las 48 organizaciones, que se organizarán y presentarán en las páginas siguientes son: 1-Landmark Public Affairs, 2-Science Consult, 3-Cadenza Consulting, 4-Ibec, 4-European Agri-Cooperatives (COGECA), 5-European Farmers (COPA), 6-Nederlandse

<sup>231</sup> "Billionaire French Milk King Shaken by Lactalis Farmer Protests". Bloomberg, 4 de octubre de 2016. Disponible en:

<https://www.agweb.com/mobile/article/billionaire-french-milk-king-shaken-by-lactalis-farmer-protests-blmg/>

Última consulta el 4 de abril de 2018.

Zuivel Organisatie, 7-Danish Dairy Board Brussels, 8-European Dairy Association (EDA), 9-European Association of Dairy Trade (EUCOLAIT), 10-Farmhouse and Artisan Cheese and dairy producers' European Network (FACE), 11-Deutscher Raiffeisenverband (Alemania), 12-Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda, 13-US Dairy Export Council, 14-Associazione Italiana Lattiero Casearia, 15-Polska Izba Mleka, 16-Dairy UK, 17-Iris Co-operative Organisation Society, 18-Irish Co-operative Organisation Society, 19-Global Dairy Platform Inc., 20-International Dairy Federation, 21-National Milk Producers Federation, 22-Irish Creamery Milk Suppliers Association, 23-European Milk Board, 24-Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto - Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners (MKT), 25-Coordination Rurale Union Nationale (CRUN), 26-Centre National Interprofessionel de l'Economie Laitière (CNIEL), 27-Fédération Nationale des Producteurs de lait (FNPL), 28-Association des yaourts & laits fermentés vivants (YFLA International), 29-Fédération Nationale des Eleveurs de Chèvres, 30-Nestlé, 31-Danone, 32-Arla Foods, 33-Kellogg Company Trading, 34-Valio Oy, 35-Barry Callebaut, 36-Ornua Co-operative, 37-Fonterra Co-operative Group Limited, 38-Lactalis, 39-Royal FrieslandCampina, 40-DeLaval International AB; 41-Glanbia, 42-VanDrie Group, 43-Agriculture and Horticulture Development Board, 44-Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals, 45-Compassion in World Farming, 46-Matvett, 47-Baby Milk Action, 48-Associazione Italiana Allevatori (AIA).

A continuación se puede observar el cuadro de clasificación del registro:

Tabla 7: “Registro de transparencia: Cuadro de clasificación”.

**«Registro de transparencia»**

**Organizaciones y personas que trabajan por cuenta propia que participan en la elaboración y aplicación de las políticas de la Unión Europea**

Categorías		Particularidades/observaciones
<b>I Consultorías profesionales, bufetes de abogados y consultores que trabajan por cuenta propia</b>		
Subcategoría	Consultorías profesionales	Sociedades que ejercen, en nombre de sus clientes, actividades de representación, defensa de intereses, promoción, asuntos públicos y relaciones con las autoridades públicas.
Subcategoría	Bufetes de abogados	Bufetes de abogados que ejercen, en nombre de sus clientes, actividades de representación, defensa de intereses, promoción, asuntos públicos y relaciones con las autoridades públicas.
Subcategoría	Consultores que trabajan por cuenta propia	Consultores o abogados que trabajan por cuenta propia que ejercen, en nombre de sus clientes, actividades de representación, defensa de intereses, promoción, asuntos públicos y relaciones con las autoridades públicas. No deberá inscribirse en esta subcategoría ninguna entidad compuesta por más de una persona.
<b>II Grupos de interés internos y agrupaciones comerciales, empresariales y profesionales</b>		
Subcategoría	Empresas y grupos	Empresas o grupos de empresas (con o sin estatuto jurídico) que ejercen dentro de las empresas, por cuenta propia, actividades de representación, defensa de intereses, promoción, asuntos públicos y relaciones con las autoridades públicas.
Subcategoría	Asociaciones comerciales y empresariales	Organizaciones (con o sin fines de lucro) que representan a sociedades que persiguen un fin lucrativo o grupos y plataformas mixtos.
Subcategoría	Sindicatos y asociaciones profesionales	Representación de intereses de trabajadores, empleados, oficios o profesiones.
Subcategoría	Otras organizaciones, incluidas: —entidades organizadoras de actos (con o sin fines de lucro), —medios de comunicación vinculados a intereses o entidades con fines de investigación vinculados a intereses privados con fines de lucro, —coaliciones <i>ad hoc</i> y estructuras temporales (con miembros que persiguen fines de lucro)	

<b>III Organizaciones no gubernamentales</b> —		
Subcategoría	Organizaciones no gubernamentales, plataformas, redes, coaliciones <i>ad hoc</i> , estructuras temporales y otras organizaciones similares	Organizaciones sin ánimo de lucro (con o sin estatuto jurídico), independientes de las autoridades públicas o de las organizaciones comerciales. Se incluyen las fundaciones, las asociaciones benéficas, etc. Las entidades que incluyan elementos con fines de lucro entre sus miembros deberán registrarse en la categoría II.
<b>IV Grupos de reflexión, instituciones académicas y de investigación</b> —		
Subcategoría	Grupos de reflexión e instituciones de investigación	Grupos de reflexión e instituciones de investigación especializados que se interesan por las actividades y políticas de la Unión Europea.
Subcategoría	Instituciones académicas	Instituciones cuyo primer objetivo es la enseñanza pero que se interesan por las actividades y políticas de la Unión Europea.
<b>V Organizaciones que representan a las iglesias y las comunidades religiosas</b> —		
Subcategoría	Organizaciones que representan a las iglesias y las comunidades religiosas	Personas jurídicas, oficinas, redes o asociaciones creadas para llevar a cabo actividades de representación.
<b>VI Organizaciones que representan a autoridades locales, regionales y municipales, otros organismos públicos o mixtos, etc.</b> —		
Subcategoría	Estructuras regionales	No procede que se inscriban en el Registro las propias regiones ni las oficinas que las representan, aunque pueden inscribirse si lo desean. Procede que se inscriba en el Registro toda asociación o red creada para representar a regiones de manera colectiva.
Subcategoría	Otras autoridades públicas de rango inferior al nacional	Procede que se inscriban en el Registro todas las demás autoridades públicas de rango inferior al nacional, como ciudades, autoridades locales y municipales, o sus oficinas de representación, y asociaciones y redes nacionales.
Subcategoría	Asociaciones y redes transnacionales de autoridades públicas regionales o de rango inferior al nacional	
Subcategoría	Otros organismos públicos o mixtos, creados por ley, cuyo objetivo es actuar en favor del interés público	Incluye a todos los demás organismos de estatuto público o mixto (público/privado).

Fuente: Secretaría Común del Registro de Transparencia (2018).

De los 48 resultados obtenidos, todos están inscritos en los primeros tres epígrafes.

Tres organizaciones están inscritas en la categoría I del Registro: “Consultorías profesionales, bufetes de abogados y consultores que trabajan por cuenta propia”; dos de ellos en el subapartado “Consultorías profesionales” y el grupo restante se encuentra en “Consultores que trabajan por cuenta propia”.

Cuarenta de los grupos restantes se enmarcan dentro del segundo epígrafe, denominado “Grupos de presión dentro de las empresas y asociaciones comerciales, empresariales o profesionales”. 18 de ellos en el subepígrafe “Asociaciones comerciales y empresariales” y 8 de ellos en el subepígrafe “Sindicatos y asociaciones profesionales”. 13 en “empresas y grupos” y 1 en “otras organizaciones”.

Los cinco grupos restantes se encuentran inscritos bajo el epígrafe 3: “III - Organizaciones no gubernamentales”, subepígrafe “Organizaciones, plataformas y redes no gubernamentales y similares”.

Es decir, la amplia mayoría se enmarcan en el segundo epígrafe, es decir, que casi todos ellos son grupos de presión de empresas y asociaciones comerciales, empresariales o profesionales, y dentro de éstos, la mayoría son asociaciones comerciales y empresariales, seguidos de las empresas y grupos y de los sindicatos y asociaciones profesionales.

Como se verá en la siguiente tabla, y siguiendo los datos incluidos en el registro, las organizaciones que invierten más euros en hacer lobby pro-dairy en Europa, con inversiones en torno al millón de euros anuales, son grupos del epígrafe I y II, a saber Ibec (Irlanda) con una inversión entre 1.250.000€ y 1.499.999€, seguidos por European Agri-Cooperatives (COGECA) y European Farmers (COPA) (con inversiones entre 1.000.000€ y 1.249.999€) y Landmark Public Affairs (1.000.000€).

Las entidades que cuentan con más tiempo de trabajo contratado para llevar a cabo las actividades de lobbying en Europa son las mismas, aunque variando ligeramente el orden: European Agri-Cooperatives (COGECA) y European Farmers (COPA) con 18 jornadas completas cada una, Landmark Public Affairs con 11,2 e Ibec (Irlanda) con 10 jornadas a tiempo completo.

Se hace necesario diferenciar las organizaciones a nivel europeo, de las organizaciones nacionales, que representan a las industrias de su país, de las que representan a algún gremio en concreto (por ejemplo, crianza de una especie animal específica, por ejemplo cabras; elaboración de productos determinados como yogures, etc.). Las organizaciones a nivel europeo, como es esperable, tienen más financiación que las que

se limitan a un solo país, con la importante excepción de las organizaciones irlandesas.

Si observamos las horquillas de las cifras que tienen para elegir las organizaciones a la hora de registrar a su organización, vemos que se tratan de cifras muy aproximadas. Da la impresión de que nadie comprueba la actualización de estos datos; se tiene que hacer cargo cada entidad de que los datos sean fidedignos. Esto es especialmente significativo respecto a la información de las reuniones mantenidas, que en algunos casos no se actualiza desde hace tres o cuatro años (por eso para la presente investigación no se tendrá en cuenta dicho dato).

Hay algunas organizaciones que, además de estar incluidas por sí mismas en el Registro, también se hallan representadas bajo consultorías profesionales de los epígrafes la y lb. Son los casos de FoodDrinkEurope (9.999€) –FoodDrinkEurope no aparece en el registro utilizando dairy y similares, pero merece la pena observarla también– Unilever (Entre 50.000 y 99.999€), Kellogg (Entre 50.000 y 99.999€), Danone (Entre 100.000 y 199.999€), representadas todas ellas por Landmark; la International Dairy Federation (9.999€), representada por ScienceConsult y Dairy Australia (entre 10.000 y 24.999€) representada por Cadenza.

Si sumamos la inversión anual de todas las organizaciones pro-dairy obtenemos unas cifras de entre 6.133.492€ y 8.669.465€, frente a lo que invierten las organizaciones pro-empatía, que logran invertir entre 1.000.000 y 1.199.998 € registradas en 2018.

Tabla 8: Organizaciones inscritas en el Registro en 2018 “dairy y análogos”

<b>TIPOLOGÍA / NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN</b>	<b>GASTO/AÑO (En €)</b>	<b>JORNADAS COMPLETAS CONTRATADAS /AÑO</b>
<b>I. Consultorías profesionales, bufetes de abogados y consultores que trabajan por cuenta propia</b>		
<b>I.a. Consultorías profesionales</b>		
Landmark Public Affairs	1.000.000	11,2
Science Consult	<9.999	1
<b>I.b. Consultores que trabajan</b>		

<b>por cuenta propia</b>		
Cadenza Consulting	>=25.000 y <49.999	1
<b>II. Grupos de presión dentro de las empresas y asociaciones comerciales, empresariales o profesionales.</b>		
<b>II.a. Asociaciones comerciales y empresariales.</b>		
Ibec (Irlanda)	>=1.250.000 y <1.499.999	10
European agri-cooperatives (COGEC-CA)	>=1.000.000 y <1.249.999	18
European Farmers (COPA)	>=1.000.000 y <1.249.999	18
Nederlandse Zuivel Organisatie (Holanda)	600.000	1,5
Danish Dairy Board Brussels	>=400.000 y <499.999	3
European Dairy Association (EDA)	>=400.000 y <499.999	2,8
European Association of Dairy Trade (EUCOLAIT)	>=300.000 y <399.000	3
Farmhouse and Artisan Cheese and dairy producers' European Network (FACE Network)	>=100.000 y 199.999	0,8
Deutscher Raiffeisenverband (Alemania)	112.500	1,5
Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda (Estonia)	111.000	1,2
US Dairy Export Council (EEUU)	>=50.000 y <99.999	1
Associazione Italiana Lattiero Casearia (Italia)	>=50.000 y <99.999	0,8



Polska Izba Mleka (Polonia)	>=50.000 y <99.999	0,5
Dairy UK	50.000	1,5
Irish Co-operative Organisation Society	>=25.000 y <49.999	1
Irish Co-operative Organisation Society	>=25.000 y <49.999	1
Global Dairy Platform Inc.	<9.999	4,5
International Dairy Federation	<9.999	0,2
National Milk Producers Federation (EEUU)	<9.999	0,2
<b>II.b. Sindicatos y asociaciones profesionales</b>		
Irish Creamery Milk Suppliers Association (ICMSA) (Irlanda)	>=300.000 y <399.999	6,8
European Milk Board (EMB)	>=300.000 y <399.999 €	3
Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto – Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners (MTK) (Finlandia)	>=100.000 y <199.999 €	1,2
Coordination Rurale Union Nationale (CRUN) (Francia)	>=25.000 y <49.999	1,5
Centre National Interprofessionel de l'Economie Laitière (CNIEL)	>=10.000 y <24.999€	4,5
Fédération Nationale des Producteurs de lait (FNPL) (Francia)	>=10.000 y <24.999€	1,2
Association des yaourts & laits fermentés vivants (YFLA International)	>=10.000 y <24.999	0,5
Fédération Nationale des Eleveurs de Chèvres (Francia)	<9.999	0,5
<b>II.c. Empresas y grupos</b>		
Nestlé	>=400.000 y <499.999	6

Danone	>=400.000 y <499.999	3,5
Arla Foods	>=200.000 y <299.999	3
Kellogg Company Trading	>=200.000 y <299.999	2
Valio Oy	>=200.000 y <299.999	1,5
Barry Callebaut	>=100.000 y <199.999	1,8
Ornua Co-operative	>=50.000 y <99.999	0,8
Fonterra Co-Operative Group Limited	>=50.000 y <99.999	0,5
Lactalis	>=25.000 y <49.999	1
Royal FrieslandCampina	<9.999	1
DeLaval International AB	<9.999	0,5
Glanbia	<9.999	0,2
VanDrie Group	<9.999	0,2
<b>II.d. Otras organizaciones</b>		
Agriculture and Horticulture Development Board	>=300.000 y <399.999	5
<b>III. Organizaciones no gubernamentales</b>		
<b>III.a Organizaciones, plataformas y redes no gubernamentales y similares</b>		
Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals	>=900.000 y <999.999	6,5
Compassion in World Farming	>=100.000 y <199.999	11
Matvett	220.000	0,5
Baby Milk Action	10.000	0,2

Associazione Italiana Allevatori (AIA)	>=100.000 y <199.999	2
--	-------------------------	---

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Registro

A continuación se hará una breve descripción de cada una de las organizaciones seleccionadas por su relación con los lácteos, representadas en el Registro, mediante el uso de la propia descripción que cada organización dispone en el apartado “Objetivos” del mismo registro. Todos los datos y definiciones de cada una de las organizaciones han sido obtenidas del Registro, a través de la información proporcionada directamente por cada una de las organizaciones.

## I. Consultorías profesionales, bufetes de abogados y consultores que trabajan por cuenta propia

### I.a. Consultorías profesionales

Dos empresas se encuentran inscritas bajo este epígrafe: Landmark Public Affairs (Reino Unido) y Science Consult (Holanda). Las dos trabajan a nivel mundial, y ambas se especializan, entre otros temas, en nutrición, alimentación y bebidas, y en políticas agrícolas.

- **Landmark Public Affairs**, apunta unos costes anuales de un millón de euros. Tiene contratadas a 15 personas que en total suponen 11,5 jornadas completas de trabajo y representa, entre las más cercanas a los temas que se abordan en el presente estudio a FoodDrink Europe, a la EU Food Sustainable Consumption and Production Round Table, a US Dairy Export Council, a Unilever, a Danone.
- **Science Consult** representa a la International Dairy Federation. Tiene a una persona contratada, con un cuarto de jornada completa de trabajo. Apunta unos gastos anuales de menos de 9.999€.

### I.b. Consultores que trabajan por cuenta propia

- **Cadenza Consulting** apunta unos costes anuales de más de 25.000€ y menos de 49.999€, trabaja para ella una única persona a jornada completa y representa a Dairy Australia.

## II. Grupos de presión dentro de las empresas y asociaciones comerciales, empresariales o profesionales.

### II.a. Asociaciones comerciales y empresariales.

- **Ibec** (Irlanda): Es la “federación nacional de Irlanda que aglutina a negocios, industria y empleadores. Es la organización más grande de este tipo en Irlanda y representa negocios de todo tipo de tamaños y sectores en la economía irlandesas; hay 42 sectores diferentes representados en Ibec. Es decir, los lácteos son una pequeñísima porción de los intereses representados por Ibec, concretamente las asociaciones Dairy Industry Ireland (DII), por lo que su inversión anual no es representativa del sector lácteo, sino de una gran parte de los negocios irlandeses”.
- **European agri-cooperatives** (COGECA): “Representa los intereses generales y específicos de las cooperativas europeas agrícolas, forestales, pesqueras y agroalimentarios y contribuye al desarrollo de las cooperativas en general”.
- **European Farmers** (COPA): “Representa la voz de los agricultores europeos y establece los objetivos políticos necesarios para promover sus intereses, aumentar sus ingresos y defender un sector agrícola fuerte”.
- **Nederlandse Zuivel Organisatie** (Holanda): La Asociación Holandesa de Productos Lácteos representa a la “industria láctea holandesa, en concreto los intereses de 13 compañías lecheras que, combinadas, procesan el 98% de la leche de los Países Bajos en una amplia gama de productos lácteos para la industria alimentaria y el sector farmacéutico”.
- **Danish Dairy Board Brussels:** (Dinamarca) “La Junta de Lácteos Daneses tiene como objetivo representar los intereses de la industria láctea danesa, en particular, en la política de la Unión Europea”.
- **European Dairy Association** (EDA): Es el “organismo representativo de la industria de procesamiento de leche (de propiedad cooperativa y privada) en Europa”. Trasladan “los intereses de la industria láctea europea a Bruselas, Europa y más allá”.
- **European Association of Dairy Trade** (EUCOLAIT): Es la asociación que “representa los intereses de la industria láctea [emplean el término trade] europea. Fue fundada en 1959 y hoy tiene miembros en 16 estados miembros,

así como miembros asociados fuera de la UE. Unas 500 empresas activas son miembros directos o indirectos”.

- **Farmhouse and Artisan Cheese and dairy producers’ European Network** (FACE Network): FACE, “la Red Europea de Productores de Quesos y Productos Lácteos artesanales y de granja representa al sector de las granjas y queserías de granja y artesanales en Europa, compuesto por negocios que procesan leche de vaca, cabra, búfala y oveja a pequeña escala, y en su mayoría, en estos dos tipos de instalaciones: locales de *granja*, que procesan al menos la mayoría de sus propios animales según métodos tradicionales, e instalaciones *artesanales*, que recolectan leche de agricultores locales y la procesan en pequeñas estructuras, de acuerdo con métodos tradicionales”.
- **Deutscher Raiffeisenverband** (Alemania): La asociación alemana DRV, “como organización paraguas, representa los intereses de las empresas organizadas cooperativamente en la industria agroalimentaria alemana, partícipes de comercio agrícola y procesamiento de productos agrícolas”.
- **Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda** (Estonia): La Cámara de Agricultura, Comercio e Industria de Estonia “se estableció en 1996 como asociación privada de agricultores y procesadores, y desde 1997 se han ido adhiriendo organizaciones e instituciones que apoyan al sector alimentario”.
- **US Dairy Export Council** (EEUU): Organización que representa los intereses comerciales de exportación de los productores de leche de EEUU (procesadores, cooperativas, exportadores).
- **Associazione Italiana Lattiero Casearia** (Italia): “Representa y protege a las industrias activas en Italia en el sector lácteo”.
- **Polska Izba Mleka** (Polonia): La “Cámara de Leche Polaca” “representa a los miembros del sector lácteo polacos en Europa”.
- **Dairy UK** (Reino Unido): Es la “asociación comercial para la cadena de suministro de productos lácteos del Reino Unido. Reúne a agricultores, cooperativas y fabricantes de productos lácteos, compradores de leche de botella y lecheros en todo el Reino Unido”.
- **Irish Co-operative Organisation Society** (ICOS) (Irlanda): “La Sociedad de Organización Cooperativa de Irlanda es una organización paraguas cooperativa que sirve y promueve la actividad de las empresas y empresas cooperativas comerciales en múltiples sectores de la economía irlandesa. Representa a 130

cooperativas relacionadas con la educación, el ocio, alimentación, pesca y bebidas, sector ganadero, cooperativas de lácteos y comercios”.

- **Global Dairy Platform Inc.** (EEUU): Su objetivo es “alinearse y apoyar a la industria láctea para promover una nutrición láctea sostenible”.
- **International Dairy Federation:** La Federación Internacional de Lácteos representa “al sector lácteo mundial y garantiza que se utilice la mejor experiencia científica para respaldar la leche de alta calidad y productos lácteos nutritivos, seguros y sostenibles”.
- **National Milk Producers Federation** (EEUU): La Federación Nacional de Productores de Leche de Estados Unidos, “establecida en 1916 y con sede en Vancouver, desarrolla y lleva a cabo políticas que promueven el bienestar de los productores de lácteos y las cooperativas que poseen. Los miembros de las cooperativas de NMPF producen la mayor parte del suministro de leche de EEUU, lo que convierte a NMPF en la voz de los productos de lácteos en Capitol Hill y con las agencias gubernamentales”.

## II.b. Sindicatos y asociaciones profesionales

- **Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto – Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners** (MTK) (Finlandia): Es una “asociación independiente que representa a los agricultores, propietarios de bosques y empresarios rurales finlandeses. El objetivo de MTK es mejorar el bienestar económico y social de sus miembros y el uso sostenible y económico de los recursos en las zonas rurales de Finlandia”.
- **European Milk Board** (EMB): El “Consejo Europeo de Leche hace lobby para los productores de leche en Europa. La Junta tiene miembros de 15 países europeos y representa unos 100.000 productores de leche. Defendemos una producción de leche sostenible y con visión de futuro en todas las regiones de Europa, que permita a los agricultores ganarse la vida dignamente con su trabajo. El prerequisite básico para esto es un precio de la leche que cubra los costes promedio de producción de leche”.
- **Irish Creamery Milk Suppliers Association** (ICMSA) (Irlanda): “Organización agrícola que representa aproximadamente a 18.000 productores lecheros en Irlanda. Nuestra función es representar sus intereses en todos los asuntos de

política que impactan en sus negocios”.

- **Association des yaourts & laits fermentés vivants** (YFLA International): “La asociación tiene por objetivo promover y defender los yogures, leches fermentadas y otros productos lácteos fermentados, así como los probióticos. Es miembro observador del Codex Alimentarius”.
- **Fédération Nationale des Producteurs de lait** (FNPL) (Francia): “El objetivo de FNPL es la coordinación, organización, representación y defensa de los intereses de todos los productores de leche y productos lácteos, así como el estudio de todos los problemas técnicos, económicos, jurídicos y sociales resultados de su competencia”.
- **Centre National Interprofessionnel de l’Economie Laitière** (CNIEL): “Es la organización interprofesional de la leche de vaca en Francia. Creada por profesionales de la leche: productores de leche, procesadores privados y cooperativas. Sus objetivos son promover la imagen de la leche y los productos lácteos entre los consumidores para contribuir al desarrollo de las ventas, anticipar los ataques contra el sector y responder a ellos confiando en una experiencia científica innegable”.
- **Fédération Nationale des Eleveurs de Chèvres** (Francia): La FNEC “representa a los criadores de cabras y a los granjeros queseros franceses y defiende sus intereses en todos los dominios necesarios”.
- **Coordination Rurale Union Nationale** (CRUN) (Francia): Sus objetivos son “el estudio y defensa de los derechos, así como los intereses materiales y morales, tanto colectivos como individuales, de la profesión agrícola a nivel nacional, europeo e internacional. Con este fin, CRUN organiza, coordina, armoniza y representa todos los intereses profesionales de sus miembros”.

### **II.c. Empresas y grupos**

- **Valio Oy:** “Valio Oy es una empresa propiedad de cooperativas de leche. Cerca de 5.300 granjas lecheras finlandesas son propiedad de las cooperativas lecheras de Valio Oy. Traemos productos elaborados con leche finlandesa con las características que los consumidores desean, como buen sabor, comodidad, limpieza y salud. Valio paga un precio mensual por adelantado a los copropietarios por igual, el precio es por litro, independientemente del

volumen producido. Por lo tanto, el objetivo es apoyar el sustento de las granjas lecheras grandes y pequeñas y mantener la vitalidad de todo el campo de Finlandia. Las ventas netas del Grupo Valio fueron de 1.708 en 2017. El 38% fueron generadas por exportaciones y operaciones de las subsidiarias de Valio. Valio exporta productos lácteos a más de 60 países. Número promedio de empleados: 4.196”.

- **Ornua Co-operative:** (Irlanda) Su objetivo es “producir, comercializar y vender productos lácteos de sus cooperativas miembros”.
- **Barry Callebaut:** (Suiza) “Es el fabricante líder mundial de productos de chocolate y cacao de alta calidad, y se ha dedicado a este negocio durante más de 150 años. La compañía opera en más de 30 países, opera cerca de 60 instalaciones de producción, emplea una fuerza laboral global de más de 11.500 personas y genera ventas anuales de alrededor de 6,9 mil millones de euros”.
- **Nestlé:** (Suiza) Empresa ya descrita en el epígrafe anterior.
- **Fonterra Co-Operative Group Limited:** Fonterra “es una cooperativa global de productos lácteos de Nueva Zelanda. Nuestra visión es ser la fuente natural de nutrición láctea para todos, en todas partes, todos los días. Nuestro negocio se basa en el suministro de leche segura y de alta calidad y en explotar su bondad natural de manera que agregue un valor real a nuestros clientes y consumidores de todo el mundo”.
- **Danone:** (Francia) Empresa ya descrita en el epígrafe anterior.
- **Arla Foods:** (Denmark) Arla es “una cooperativa propiedad de 11.200 agricultores de 7 estados miembros de la Unión Europea (Alemania, Reino Unido, Dinamarca, Suecia, Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos). Arla produce productos lácteos y los vende a nivel mundial en más de 100 países bajo marcas como LURPAK, CASTELLO, ARLA y PUCK”.
- **Lactalis:** (Francia) Empresa ya descrita en el epígrafe anterior.
- **Royal FrieslandCampina:** (Holanda) “Royal FrieslandCampina es una cooperativa lechera activa en la recolección, procesamiento, y distribución de productos lácteos. El objetivo de la empresa es proporcionar a los clientes de todo el mundo alimentos producidos de forma sostenible y saludable. Los productos de la compañía incluyen bebidas a base de lácteos, alimentos para bebés y niños pequeños, queso, mantequilla, crema, postres e ingredientes



lácteos funcionales. La compañía tiene un ingreso anual de alrededor de 12.1 billones de euros (2017). Tiene oficinas en todo el mundo y cuenta con 23.000 empleados”.

- **DeLaval International AB:** (Suecia) “Cuenta con más de 130 años de innovación y experiencia en el negocio de los productos lácteos, apoyando a los granjeros en la gestión de sus granjas. Nuestra iniciativa de producción sostenible de productos lácteos contribuye a la producción de alimentos de mejor calidad para más personas, con menos impacto en el medio ambiente. Nuestra estrategia de agricultura inteligente tiene como objetivo influir y dar forma al futuro de la ganadería lechera en la actualidad. El objetivo es acelerar la transición de la gestión de ordeño a la gestión global de la rentabilidad de la granja mediante el uso de herramientas y tecnologías de automatización para obtener una leche de mejor calidad y obtener ganancias”.
- **Glanbia:** (Irlanda) “Es una compañía global de nutrición, basada en la ciencia y la naturaleza, y dedicada a brindar una mejor nutrición en cada paso de la vida. Los consumidores de hoy en día son cada vez más conscientes de la importancia de la nutrición para mejorar su salud y bienestar en general. Buscan soluciones nutricionales mejores, más saludables y más inteligentes que se ajusten a sus estilos de vida. Glanbia toma ingredientes puros y limpios, incluyendo la leche, el suero de leche y cereales, y utilizando nuestros conocimientos y capacidades expertas, producimos ingredientes nutricionales de alta calidad y productos de consumo de marca para nuestros clientes y consumidores de todo el mundo. Empleamos a más de 6.600 personas en 32 países y nuestros productos se venden o distribuyen en más de 130 países con una facturación anual de 3.6 mil millones de euros. Nuestras principales instalaciones de producción se encuentran en Irlanda, EE. UU., Reino Unido, Alemania y China. Tenemos tres segmentos; Glanbia Performance Nutrition, Glanbia Nutritional Solutions y Joint Ventures & Associates. Nuestras acciones están listadas en las Bolsas de Valores de Irlanda y Londres (símbolo: GLB)”.
- **Kellogg Company Trading:** “Es un productor líder de cereales listos para comer y alimentos de conveniencia. Las marcas líderes en Europa incluyen los copos de maíz Kellogg's y cereales especial K. Entre los productos de conveniencia y bocadillos se incluyen Pringles, Pop Tart Toaster Pastries, Nutri-Grain Morning Bar, así como también Frosties, Coco Pops y Smacks

Cereal y Milk Bars. Las ventas globales de 2016 alcanzaron algo más de 14 mil millones de dólares. Kellogg's emplea a unas 33.000 personas en todo el mundo, actualmente fabrica productos en 20 países y mercados en más de 160”.

- **VanDrie Group:** (Holanda) “La empresa familiar holandesa VanDrie Group es el líder mundial en el mercado de ternera, piel de ternera y sustituto de la leche de ternera. VanDrie Group es el agronegocio privado más grande de los Países Bajos con más de 25 compañías y una facturación anual de aproximadamente 2.000 millones de euros. Exporta sus productos de alta calidad a más de 60 países en todo el mundo”.

#### **II.d. Otras organizaciones**

- **Agriculture and Horticulture Development Board** (Reino Unido): “La Junta de Desarrollo de la Agricultura y la Horticultura es un organismo público no departamental del Reino Unido financiado por un impuesto estatutario pagado por los agricultores, productores y otros miembros de la cadena de suministro del Reino Unido. Es administrado como organización independiente (de la industria comercial y del gobierno). El propósito de AHDB es dotar a los contribuyentes con información y herramientas independientes basadas en evidencia científica para crecer y ser más competitivos y sostenibles. AHDB apoya a 6 sectores que cubren alrededor del 75% de la producción agrícola total en el Reino Unido: horticultura comercial, patatas, cereales y oleaginosas, leche, carne de cerdo, carne de vaca y cordero. Los servicios prestados por AHDB incluyen programas de transferencia de conocimiento a nivel de granja, información de mercado, trabajo de desarrollo de mercado de exportación y actividad de comercialización interna”.

### **III. Organizaciones no gubernamentales**

#### **III.a Organizaciones, plataformas y redes no gubernamentales y similares**

Cuatro de las organizaciones inscritas bajo el epígrafe de las ONG tienen en común que no representan a la industria láctea.

- Dos de ellas están basadas en Reino Unido y hacen actividad de lobby a favor

de los animales: la **Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals y Compassion in World Farming**.

- Una de ellas, **Matvett**, es una asociación noruega contra el desperdicio de alimentos.
- Otra, **Baby Milk Action**, del Reino Unido, trabaja para “detener el marketing engañoso por parte de la industria de alimentación infantil, protegiendo la lactancia materna y a los bebés alimentados con fórmula, para prevenir muertes y sufrimiento innecesario”.
- La quinta, la **Associazione Italiana Allevatori (AIA)**, se aleja de las anteriores en naturaleza y objetivos, pues sí representa a la industria láctea. Más concretamente representa a los “criadores” italianos, y nació tras la II Guerra Mundial con el objetivo de “revitalizar los programas de crianza de ganado nacionales tras los destrozos que produjo la guerra”, y trabaja con ingeniería genética para la reproducción de los otros animales, representando a técnicos y granjeros.

**Otros grupos que representan intereses de la industria láctea y no han aparecido en el registro utilizando términos como dairy y homólogos:**

Es necesario recordar que en el Registro de Transparencia solo constan las organizaciones que deciden registrarse en el mismo porque tienen interés en llevar a cabo funciones de lobby de forma directa a los miembros del Parlamento Europeo y la Comisión Europea. Si realizar tareas de lobby directamente ante miembros de estas instituciones no está entre sus objetivos, dichas instituciones no necesitan estar registradas.

Esto significa que, con toda probabilidad, hay más organizaciones, entidades, empresas, asociaciones y federaciones realizando, de algún modo, tareas de influencia; sin embargo es difícil precisar quiénes, cuántas y las labores que realizan de un modo sistematizado, por lo que se ha decidido limitar la presente investigación a aquellas entidades que constan en el Registro y que han aparecido mediante los términos de búsqueda anteriormente especificados.

Además de las anteriores instituciones, hay otras, que también defienden, de algún modo, los intereses de la industria láctea europea, aunque de forma general y no específica. Por ejemplo otras asociaciones que representan a miembros de la industria

láctea a nivel europeo son aquellas que defienden la industria de bebidas en general (Union of European Beverages Association (UNESDA)), o las industrias de bebidas y alimentos aún más en general (en el caso de Food Drink Europe), o las marcas europeas (European Brands Association), los anunciantes (World Federation of Advertisers (WFA)), fabricantes de alimentos (Fédération Européenne des Fabricants d'Aliments Composés (FEFAC)), granjeros (Animal Task Force)... A continuación se describen ejemplos de este tipo de instituciones, con información obtenida de sus propias fichas en el Registro:

### **Lobbies relacionados con alimentación/bebidas**

- **AIM - European Brands Association:** Dentro de la sección *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, AIM representan a las marcas en Europa. Se definen del siguiente modo en el registro:

AIM es la Asociación de Marcas Europeas. Representa a los fabricantes de marcas en Europa en cuestiones clave que afectan a su capacidad para diseñar, distribuir y comercializar sus marcas. La membresía de AIM agrupa a unas 1800 empresas de todos los tamaños a través de miembros corporativos y asociaciones nacionales de 21 países. En el único sector de productos diarios vendidos a los consumidores como alimentos, bebidas, hogar y cuidado personal, los consumidores gastaron hasta 653 mil millones de euros en la UE en 2014. La misión de AIM es crear para las marcas un entorno de competencia justa y vigorosa, fomentando la innovación y garantizando el máximo valor para los consumidores ahora y en las generaciones venideras<sup>232</sup>.

- **FoodDrinkEurope - EU Food & Drink Industries Association:** Dentro de la sección *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, FoodDrinkEurope se

---

<sup>232</sup> "AIM is the European Brands Association. It represents brand manufacturers in Europe on key issues which affect their ability to design, distribute and market their brands. AIM's membership groups some 1800 companies of all sizes through corporate members and national associations in 21 countries. In the sole sector of daily branded consumer products such as food, drink, home and personal care consumers spent as much as 653 billion Euro in the EU in 2014.

AIM's mission is to create for brands an environment of fair and vigorous competition, fostering innovation and guaranteeing maximum value to consumers now and for generations to come".

dedican a defender los intereses de la industria de alimentación y bebidas, y explica del siguiente modo en el registro su actividad:

El propósito de FoodDrinkEurope es atender a los intereses horizontales de la industria europea de fabricación de alimentos y bebidas desde los puntos de vista comercial, técnico, económico, legal y científico, y en particular: a) la defensa y promoción de los productos de las industrias de alimentos y bebidas, con total transparencia y con total independencia frente a los miembros de la Asociación; b) el estudio de problemas de interés en los ámbitos científico, tecnológico, económico y legislativo relacionados con la industria europea de fabricación de alimentos y bebidas, así como la búsqueda y la realización de soluciones relevantes; c) la cooperación con cualquier organización establecida en el contexto de la Unión Europea y con cualquier otra organización internacional, así como con las federaciones de las industrias de alimentos y bebidas en los Estados miembros de la Unión Europea y más allá. Para cumplir con su misión, FoodDrinkEurope participa de forma proactiva en el desarrollo de un entorno en el que todas las empresas europeas de alimentos y bebidas (sea cual sea su tamaño) puedan competir de forma eficaz por un crecimiento sostenible, al tiempo que satisfacen las necesidades de los consumidores y desempeñan su papel en la consecución de los objetivos fijados por la declaración de Lisboa del Consejo Europeo.

FoodFrinkEurope contribuye al desarrollo sostenible de un marco legislativo y económico que aborde la competitividad, la calidad y seguridad de los alimentos, la información al consumidor y el respeto por el medio ambiente<sup>233</sup>.

---

<sup>233</sup> "The purpose of FoodDrinkEurope is servicing the horizontal interests of the European food and drink manufacturing industry from the commercial, technical, economic, legal and scientific points of view, and in particular: a) the defence and promotion of the products of the food and drink industries, in full transparency and in complete independence vis-à-vis the members of the Association; b) the study of problems of concern in the scientific, technological, economic and legislative areas related to the European food and drink manufacturing industry, as well as the search for and carrying out of relevant solutions; c) the cooperation with any organisation established in the context of the European Union and with any other international organisation, as well as with the federations of food and drink industries in the Member States of the European Union and beyond.

In order to fulfil its mission, FoodDrinkEurope participates pro-actively in the development of an environment where all European food and drink companies (whatever their size) can compete effectively for sustainable growth, while meeting consumers' needs and playing their part in

- **EUFIC - The European Food Information Council:** EUFIC, inscrito en el registro bajo el epígrafe *III - Non-governmental organisations*, se define en el registro como:

El European Food Information Council (EUFIC) es una organización sin ánimo de lucro, establecida en 1995, que responde a la necesidad de información precisa y comprensible sobre alimentación y salud. La misión de EUFIC: Ofrecer información accesible, atractiva y procesable basada en la ciencia sobre la alimentación y la salud para inspirar y empoderar. La visión de EUFIC: Un mundo en el que las personas elijan vivir de forma saludable porque saben cómo hacerlo. La Información que publica EUFIC ha sido objeto de un proceso de revisión por parte de los miembros de sus consejos editoriales y de asesoramiento científico por parte de los miembros de sus Consejos Editoriales y de Asesoramiento Científico (<https://www.eufic.org/en/who-we-are/working-with-experts/>). Los Conejos Asesores están compuestos por expertos científicos de renombre de toda Europa que asesoran al EUFIC sobre sus programas de información y comunicación y garantizan que los materiales de EUFIC sean relevantes, fácticamente correctos y representen las opiniones de la comunidad científica en general. EUFIC consulta con otros expertos científicos para proyectos específicos en áreas como la investigación del consumidor y la comunicación científica. Con sus oficinas principales ubicadas en Bruselas (Bélgica), EUFIC colabora con organizaciones internacionales, europeas y nacionales para mejorar el impacto y el alcance de sus instrumentos y programas de comunicación en otros países. EUFIC participa activamente en proyectos de investigación y comunicación financiados por la Comisión Europea (European Commission Directorates General for Research & Innovation, European Institute for Innovation and Technology), donde contribuye como socio de investigación y difusión. EUFIC también es miembro de la plataforma de acción de la UE sobre dieta, actividad física y salud (DG Health and Food Safety)<sup>234</sup>.

---

delivering the targets set by the Lisbon declaration of the European Council".

"FoodFrinkEurope contributes to the sustainable development of a legislative and economic framework addressing competitiveness, food quality and safety, consumer information and respect for the environment".

<sup>234</sup> "The European Food Information Council (EUFIC) is a non-profit organisation, established in 1995, that responds to the need for accurate and understandable information on food and health.

- **SNE - Specialised Nutrition Europe:** bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, en el mismo su definición sobre sus actividades es como sigue:

Specialised Nutrition Europe (SNE) es la voz de la industria de la nutrición especializada en toda Europa. Los miembros de SNE son las asociaciones nacionales de 19 países europeos, incluida la mayoría de los estados de la UE, y sus miembros son las empresas que producen soluciones dietéticas a medida para poblaciones con necesidades nutricionales muy específicas. Estos incluyen: bebés y niños pequeños, pacientes bajo supervisión médica, deportistas, consumidores con sobrepeso y obesidad, y aquellos que padecen enfermedad celíaca. Se estima que el 90% de los europeos necesitarán una nutrición especializada en algún momento de sus vidas. La asociación tiene como objetivo aumentar el conocimiento y la comprensión de la nutrición especializada y la forma en la que satisfacen las necesidades de los consumidores europeos con requisitos nutricionales específicos. Con más de cincuenta años de experiencia, SNE reúne y coordina la experiencia técnica y regulatoria detallada de los miembros para desarrollar posiciones comunes de la industria a nivel de la UE y ayudar a respaldar las decisiones de políticas públicas europeas<sup>235</sup>.

---

EUFIC's mission: To offer accessible, appealing and actionable science-based information on food and health to inspire and empower. EUFIC's vision: A world where people choose to live healthily because they know how to. Information that EUFIC publishes has been subject to a review process by members of its Scientific Advisory and Editorial Boards (<https://www.eufic.org/en/who-we-are/working-with-experts/>). The Advisory Boards comprise renowned scientific experts from across Europe who advise EUFIC on its information and communication programmes and ensure that EUFIC materials are relevant, factually correct and represent the views of the broader scientific community. EUFIC consults with other scientific experts for specific projects in areas such as consumer research and science communication. With its main offices located in Brussels (Belgium), EUFIC collaborates with international, European and national organisations to enhance the impact and outreach of its communication instruments and programmes in other countries. EUFIC actively participates in European Commission funded research and communication projects (European Commission Directorates General for Research & Innovation, European Institute for Innovation and Technology), where it contributes as research and dissemination partner. EUFIC is also a member of the EU platform for action on diet, physical activity and health" (DG Health and Food Safety)

<sup>235</sup> "Specialised Nutrition Europe (SNE) is the voice of the specialised nutrition industry across Europe.

SNE members are the national associations of 19 European countries including a majority of EU states and their members are the companies producing tailor made dietary solutions for

- **International Probiotics Association – Europe (IPA):** Bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, definen sus objetivos de la siguiente forma:

IPA Europe, la voz europea de los probióticos, aboga por un estado bien definido de los probióticos en Europa que tiene como objetivo informar adecuadamente al consumidor a así aumentar la conciencia de los beneficios de los probióticos<sup>236</sup>.

- **Medical Nutrition International Industry (MNI):** Bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, MNI:

fue fundada por empresas líderes internacionales en nutrición médica especializada. La misión de MNI es reunir a empresas que brindan productos y servicios para optimizar el resultado del paciente a través de soluciones nutricionales especializadas<sup>237</sup>.

- **Union of European Beverages Association (UNESDA):** bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*,

UNESDA representa la industria europea de refrescos. Su membresía comprende empresas de refrescos así como asociaciones nacionales de toda Europa. Con sede en Bruselas, el rol de UNESDA es defender los intereses del sector de los refrescos y promover sus actividades entre las partes interesadas de toda

---

populations with very specific nutritional needs. These include: infants and young children, patients under medical supervision, sportspeople, overweight and obese consumers, and those suffering from coeliac disease. It is estimated that 90% of Europeans will need specialised nutrition at some stage in their lives. The association aims to increase awareness and understanding of specialised nutrition and the way in which they meet the needs of European consumers with specific nutritional requirements.

With over fifty years of experience, SNE gathers and coordinates the detailed technical and regulatory expertise of members to develop common industry positions at EU level and help to support European public policy decisions".

<sup>236</sup> "IPA Europe, the European voice for probiotics, advocates for a well-defined status for probiotics in Europe that aims to properly inform the consumer and thus increase awareness of the benefits of probiotics".

<sup>237</sup> "was founded by leading international companies in specialized medical nutrition. The mission of MNI is to bring together companies that provide products and services to optimize patient outcome through specialized nutritional solutions".



Europa<sup>238</sup>.

- **World Federation of Advertisers (WFA):** Bajo el epígrafe, *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*,

La World Federation of Advertisers (WFA) es la organización global que representa los intereses comunes de los especialistas en marketing. A través de su red de alrededor de 60 asociaciones nacionales de anunciantes en seis continentes y alrededor de 80 de los principales comercializadores del mundo, la WFA representa alrededor del 90% del gasto global en comunicaciones de marketing, casi 700 mil millones de dólares al año. La WFA defiende las comunicaciones de marketing responsables y eficaces en todo el mundo<sup>239</sup>.

- **European Whey Processors Association** Directamente relacionados con la producción láctea, pero sin estar presentes en el registro, cuentan con 32 miembros entre los que destaca Lactalis. Según su sitio web<sup>240</sup>:

EWPA promueve una buena comunicación y comprensión sobre el suero y las cuestiones relacionadas con los clientes y consumidores. Apoya a sus miembros en el desarrollo y mantenimiento de mercados basados en el conocimiento y la información<sup>241</sup>.

- **Sustainable Agriculture Initiative (SAI Platform).** No presentes en el registro, entre sus

---

<sup>238</sup> "UNESDA represents the European soft drinks industry. Its membership comprises soft drinks companies as well as national associations from around Europe. Based in Brussels, the role of UNESDA is to uphold and defend the interests of the soft drinks sector and promote its activities to stakeholders across Europe".

<sup>239</sup> "The World Federation of Advertisers (WFA) is the global organization representing the common interests of marketers. Through its network of around 60 national advertiser associations on six continents and around 80 of the world's top marketers, WFA represents around 90% of global marketing communications spending, almost US\$ 700 billion annually. WFA champions responsible and effective marketing communications worldwide".

<sup>240</sup> <http://ewpa.euromilk.org/about-ewpa/members.html>

<sup>241</sup> "EWPA promotes good communication and understanding on Whey and related issues towards potential customers and consumers. It supports its Members in developing and sustaining markets based on knowledge and information".

miebro destacan Danone, Nestlé o Unilever. Según su web<sup>242</sup>:

SAI reúne a más de 100 empresas y organizaciones miembro que lideran el camino de la agricultura sostenible en todo el mundo<sup>243</sup>.

- **European Ice Cream Association (Euroglaces):** Bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, Euroglaces es

es la voz de la industria del helado en Europa. Su misión es 1. trabajar para crear un entorno normativo óptimo para todas las empresas europeas de helados industriales, sea cual sea su tamaño; Euroglaces opera en todas las áreas de interés para el negocio de los helados, centrándose en particular en cuestiones regulatorias de alimentos. Más específicamente, Euroglaces está involucrado en temas de seguridad y calidad de los helados, y salud y nutrición de los helados, información al consumidor sobre los helados, etc. 2. promover los intereses específicos de la industria del helado a nivel europeo; 3. garantizar la coherencia en los mensajes que transmite la industria del helado y las acciones que lleva a cabo<sup>244</sup>.

- **Fédération Européenne des Fabricants d'Aliments Composés (FEFAC):** Bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*,

La misión de FEFAC es

---

<sup>242</sup> <https://saipatform.org/members/sector/manufacturer/>

<sup>243</sup> "SAI brings together over 100 member companies and organisations leading the way in sustainable agriculture worldwide".

<sup>244</sup> "is the voice of the ice cream industry in Europe.

Its mission is

1. to work towards creating an optimum regulatory environment for all European industrial ice cream companies, whatever their size;

Euroglaces is active in all areas of interest to the ice cream business, focusing in particular on regulatory food issues.

More specifically, Euroglaces is involved in issues of ice cream safety & quality, ice cream health & nutrition, consumer information on ice cream, etc.

2. to promote the specific interests of the ice cream industry at European level;

3. to ensure consistency in the messages the ice cream industry delivers and the actions it takes".

- Representar, defender y promover los intereses de la industria europea de piensos compuestos y premezclas ante las instituciones europeas, organismos internacionales (IFIF, Codex Alimentarius, OIE, etc.) y plataformas de partes interesadas;
- Hacer lobby por un marco legislativo y su implementación, sin discriminación en los Estados miembros de la UE, a fin de maximizar las oportunidades de mercado para las empresas de piensos compuestos y premezclas de la UE;
- Desarrollar normas profesionales y buenas prácticas de fabricación, incluida la obtención de materias primas para piensos que garanticen la calidad y la seguridad de los piensos compuestos y las premezclas;
- Salvaguardar las condiciones de libre acceso a las materias primas, el buen funcionamiento de sus mercados y la definición de su calidad;
- Fomentar el desarrollo sostenible de la producción ganadera respondiendo a los requisitos del mercado, a fin de maximizar las oportunidades de mercado para las empresas de piensos compuestos y premezclas;
- Fomentar el desarrollo de proyectos europeos precompetitivos de investigación y desarrollo relacionados con la nutrición animal que busquen mejorar la competitividad y la capacidad de los sectores europeos de piensos y ganado para innovar y/o transferir soluciones basadas en la ciencia y la tecnología para mejorar la sostenibilidad de los sistemas de producción ganadera eficientes en el uso de recursos;
- Contribuir a las campañas de comunicación públicas que buscan mejorar la imagen de la industria de piensos compuestos y premezclas<sup>245</sup>.

---

<sup>245</sup> "FEFAC's mission is to

- Represent, defend and promote the interests of the European compound feed and premix industry with the European Institutions, international bodies (IFIF, Codex Alimentarius, OIE, etc.) and stakeholders platforms;
- Lobby for a legislative framework and its implementation, without discrimination in EU Member States so as to maximise market opportunities for EU compound feed and premix companies;

- **Primary Food Processors** Bajo el epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations*,

La misión de PFP es representar los intereses de las industrias primarias de procesamiento de alimentos europeos, a nivel de instituciones tanto europeas como internacionales. Para cumplir con su misión, la PFP tiene tres funciones principales:

1. promover los puntos de vista de la industria europea de procesamiento primario de alimentos ante las instituciones europeas, las organizaciones internacionales y otros organismos interesados.
2. mejorar la comprensión de sus requisitos operativos, especialmente en respuesta a los miembros del Parlamento Europeo, los órganos consultivos y los servicios de la Comisión Europea, las consultas de las organizaciones internacionales y el enlace con otras partes, en particular los agricultores europeos y los socios en la cadena de suministro del sector alimentario;
3. proporcionar información y asesoramiento a sus miembros sobre una amplia gama de temas comunes<sup>246</sup>

---

- Develop professional rules and good manufacturing practices including the sourcing of feed materials that ensure the quality and the safety of compound feed and premix;  
 - Safeguard conditions of free access to raw materials, the proper functioning of their markets and the definition of their quality;  
 - Encourage the sustainable development of livestock production responding to the market requirements, so as to maximise market opportunities for compound feed and premix companies;  
 - Encourage the development of precompetitive European animal nutrition-related Research & Development projects seeking to enhance the European feed & livestock sectors competitiveness and capacity to innovate in and/or transfer science and technology-based solutions to improve the sustainability of resource efficient livestock production systems;  
 - Contribute to public communication campaigns seeking to enhance the image of the compound feed and premix industry".

<sup>246</sup> "PFP's mission is to represent the European primary food processing industries' interests, at the level of both European and international institutions. In order to fulfill its mission, PFP has three principal functions:  
 1. to promote the European primary food processing industry's views to the European institutions, international organisations and other interested bodies;  
 2. to improve understanding of its operational requirements, especially in responding to Members of the European Parliament, European Commission's consultative bodies and services, international organisations' consultations and through liaison with other parties, in particular the

- **European Crop Protection Association (ECPA)** Presentes en el registro bajo el *epígrafe II*

- *In-house lobbyists and trade/business/professional associations*, su definición es:

La Asociación tendrá como objetivo el estudio y análisis científico de todos los campos de interés de la industria fitosanitaria en todas sus dimensiones, en particular las de carácter técnico, documental e institucional, así como promover el conocimiento de las actividades de esta industria. A tal efecto, ECPA se propone realizar las siguientes actividades para alcanzar su objetivo:

Estar informado y posicionarse en todos los dominios científicos, regulatorios y técnicos, que sean de relevancia directa o indirecta para el sector. La Asociación actuará frente a sus miembros para garantizar que las recomendaciones técnicas, científicas y reglamentarias, la legislación y las directrices emitidas por los organismos europeos se interpreten correctamente.

Las actividades de la asociación incluirán información al público general y cooperación a nivel europeo e internacional, en particular en el marco de la Unión Europea. Como miembro, la asociación proporcionará, para la región europea, apoyo para el logro de los objetivos conferidos a CropLife International, la asociación mundial de protección de cultivos y ciencias de las plantas<sup>247</sup>.

---

European farmers and partners in the food supply chain;  
3. to provide information and advice to its members on a wide range of common subjects

<sup>247</sup> "The Association shall have as its objective the scientific study and analysis of all fields of interest to the crop protection industry in all its dimensions, in particular those of a technical, documentary, and institutional nature as well as promoting knowledge of this industry's activities.

To this effect, ECPA proposes to undertake the following activities in order to reach its objective:

Be informed of and shall position itself in all scientific, regulatory and technical domains, which are of direct or indirect relevance to the sector.

The Association shall act vis-à-vis its members to ensure that the technical, scientific and regulatory recommendations, legislation and guidelines issued by the European bodies are correctly interpreted.

The activities of the association shall include information to the general public and cooperation at the European and international level, in particular within the framework of the European Union.

As its member, the Association shall provide, for the European region, support to the achievement of the objectives vested in CropLife International, the global crop protection and plant sciences association".

- **Agriconsulting Europe S.A (A.E.S.A.)** Bajo el epígrafe *I - Professional consultancies/law firms/self-employed consultants,*

Nuestro objetivo es producir resultados con un impacto directo y positivo en los objetivos de nuestro cliente, proporcionando servicios especializados de calidad y soluciones innovadoras a largo plazo adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente en las áreas de agricultura y desarrollo rural, comercio y desarrollo económico, desarrollo social y en gestión ambiental y de recursos naturales.

En AESA estamos comprometidos con el cumplimiento de nuestra misión integrando los siguientes valores fundamentales en nuestra visión: Esfuerzo (...), Calidad (...), Innovación (...), Desarrollo (...).<sup>248</sup>.

- **AnimalhealthEurope** Epígrafe *II - In-house lobbyists and trade/business/profession, al associations,*

Animalhealth Europe (anteriormente conocida como IFAH-Europe) es la federación que representa a los fabricantes de medicamentos veterinarios, vacunas y otros productos de salud animal en Europa. Representa tanto a miembros corporativos como a asociaciones nacionales de salud animal en Europa. Estas asociaciones comprenden tanto empresas locales medianas (PyMES) como empresas internacionales. Los miembros de Animalhealth Europe cubren el 90% del mercado europeo de productos veterinarios.

Nos comprometemos a colaborar con las instituciones de la UE, las partes interesadas incluyendo los veterinarios, dueños de mascotas, así como los medios de comunicación y otros socios para garantizar una relación de trabajo basada en la confianza y el respeto mutuos mediante una mayor

---

<sup>248</sup> "Our aim is to produce results with a direct and positive impact on our client's objectives", by providing specialized quality services and innovative long-term solutions tailored to the specific needs of each client in the areas of agriculture and rural development; trade and economic development; social development; and in environmental and natural resource management. We, at AESA are committed to accomplishing our mission by integrating the following core values in our vision: Endeavour (...), Quality (...) Innovation".

conciencia del valor que la salud animal aporta a la sociedad en términos de animales de granja y de compañía; agricultura sostenible; alimentos seguros y enfermedades que pueden impactar la salud pública; y promover un mercado predecible, armonizado, basado en la ciencia e innovador para medicamentos animales de calidad.

Animalhealth Europe es una asociación comercial sin ánimo de lucro. Su presupuesto se financia con las contribuciones de sus miembros. Animalhealth Europe no se financia mediante subvenciones o adquisiciones de instituciones de la UE o de otras instituciones. En nuestro Código de Buenas Prácticas, disponible en nuestro sitio web, Animalhealth Europe comunica su compromiso con el Código de Conducta establecido por el Acuerdo Interinstitucional sobre el Establecimiento de un Registro de Transparencia y el cumplimiento requerido de su Código de Conducta<sup>249</sup>.

- **Linking Environment And Farming (LEAF).** Epígrafe III - *Non-governmental organisations,*

LEAF desarrolla sistemas agrícolas más sostenibles y fomenta una mejor comprensión y participación del público en la agricultura y el campo, a través del desarrollo y la promoción de la Gestión Agrícola Integrada (IFM por sus siglas en inglés) para ofrecer una agricultura más sostenible. El trabajo de LEAF se ha desarrollado y construido sobre métodos

---

<sup>249</sup> "Animalhealth Europe (formerly known as IFAH-Europe) is the federation representing manufacturers of veterinary medicines, vaccines and other animal health products in Europe. It represents both corporate members and national animal health associations in Europe. These associations comprise both local medium-size enterprises (SMEs) and international companies.. Animalhealth Europe's membership covers 90% of the European market for veterinary products.

We are committed to engaging with the EU institutions, stakeholders including veterinarians, farmers, pet owners, as well as the media and other partners to ensure a working relationship based on mutual trust and respect by: increasing awareness of the value animal health brings to society in terms of farm and companion animals, sustainable agriculture, safe food and diseases which can impact public health; and promoting a predictable, harmonised, science-based and innovative market place for quality animal medicines. Animalhealth Europe is a not-for-profit trade association. Its budget is financed by contributions from its members. Animalhealth Europe is not financed by grants or procurement from EU institutions or other institutions. In our Code of Good Practice, available on our website, Animalhealth Europe communicates its commitment to the Code of Conduct set out by the Interinstitutional Agreement on the Establishment of a Transparency Register and the required compliance to its Code of Conduct".

tradicionales "probados y comprobados" y fomenta la adopción y el desarrollo de nuevas tecnologías. El trabajo de LEAF involucra a toda la cadena alimentaria, incluidos agricultores, ecologistas, minoristas y consumidores. El enfoque LEAF IFM ha sido desarrollado como un sistema eficaz y viable para abordar problemas económicos, ambientales, sociales y de bienestar. Específicamente, LEAF ha buscado comprender qué genera cambios y enfoca su trabajo a través de la entrega de IFM para desarrollar herramientas de gestión incluyendo la LEAF Sustainable Farming Review, actualizada anualmente y utilizada por más de 1000 granjeros cada año. LEAF también ofrece formación para granjeros, consultores, estudiantes y universidades. LEAF ejecuta el Open Farm Sunday y este año más de 400 agricultores participaron dando la bienvenida a más de 291.000 miembros del público a las granjas en un solo día.

LEAF también ofrece una cartera de programas educativos líderes en el mercado para fortalecer la comprensión de los niños y jóvenes sobre de dónde proviene lo que comen<sup>250</sup>.

## **5.2. Análisis crítico del discurso de la industria láctea relativo a los animales que explota**

El análisis crítico del discurso ha permitido identificar con claridad un grupo de ideas principales que se repiten a lo largo de los textos de la muestra de grupos de interés estudiados con respecto a la representación que las vacas.

---

<sup>250</sup> "LEAF develops more sustainable farming systems & encourages a better public understanding & engagement in farming & countryside, through the development & promotion of Integrated Farm Management (IFM) to deliver a more sustainable agriculture. LEAF's work has been developed & built on 'tried & tested' traditional methods & encourages the adoption & development of new technologies. LEAF's work involves the whole food chain, including farmers, environmentalists, retailers & consumers.

The LEAF IFM approach has been developed as an efficient, workable system to address economic, environmental, social & welfare issues.

Specifically, LEAF has looked at understanding what delivers change & focuses its work through the delivery of IFM by developing management tools including the LEAF Sustainable Farming Review, updated annually & used by over 1000 farmers each year. LEAF also delivers training for farmers, advisors, students & colleges.

LEAF runs Open Farm Sunday & this year over 400 farmers took part welcoming over 291,000 members of the public out on to the farms on the one day.

LEAF is also delivering a portfolio of market leading education programmes to strengthen the understanding of children and young people about where what they eat comes from".



### **5.2.1. Supresión de los sujetos: De su existencia y/o sintiencia**

La sintiencia, tal y como se explicó en el apartado referente a la ética animal en el capítulo que aborda la ética animal como la gran laguna en los estudios críticos de comunicación, es la capacidad de los individuos de percibir experiencias, tanto positivas como negativas. Estas experiencias vividas condicionan el estado de bienestar de los individuos denominados sintientes. La capacidad de sintiencia de las vacas a las que se explota por su leche está reconocida formalmente desde hace décadas, del mismo modo que ocurre en casi todos los animales vertebrados y numerosos invertebrados.

Esta capacidad de sintiencia, frente a la mera reacción ante estímulos, es un hecho que, desde el punto de vista de la ética animal, les hace merecedores de la garantía de una serie de derechos que les protejan contra el sufrimiento o les garanticen el acceso a necesidades básicas.

Sin embargo, a través de los textos elaborados y difundidos por la industria, se obvia esta capacidad, estableciendo una supresión del sufrimiento que padecen los actores sociales bóvidos, las vacas explotadas por su leche, así como una supresión de su individualidad y de su capacidad de acción, a través del recurso de la no mención de los individuos.

En cuanto a la manifestación de dolor o de bienestar de los bóvidos en concreto, no se hace referencia en ningún momento; a pesar de que podría haber numerosas situaciones comunicativas en las que se podría abordar este tema. No se menciona directamente el sufrimiento animal en general ni en posibles enfermedades o dolencias que puedan parecer.

Por otra parte, se ha detectado que en las comunicaciones de la industria se evita mencionar a las vacas y en este caso el silencio comunica más que las palabras. A lo largo de todos los documentos analizados se ha detectado la falta de menciones explícitas, y también implícitas, de los individuos a los que explota la industria láctea, a pesar de su relevancia para la industria, ya que sin las vacas no existe la materia prima esencial para la existencia de su actividad.

En los casos en los que sí se menciona al "bienestar" de los animales, se hace siempre desde un punto de vista empresarial: el bienestar de los animales importa en la

medida en que este influye directamente en la calidad del "producto" de los cuerpos de los animales.

En el siguiente ejemplo de un documento de COPA-COGECA se puede ver este caso, en el que hablan de que "los alimentos seguros son producidos por animales saludables". Además se puede observar que redactan la frase de forma pasiva analítica, de modo que "los alimentos" son el sujeto paciente y los "animales saludables" se posicionan al final de la oración, lo que denota que dan prioridad a los alimentos; no a los animales: "Los alimentos seguros son producidos por animales saludables. La salud y el bienestar están muy influenciados por la forma en que se guarda y cría a los animales" (COPACOGCECA\_01\_2013\_AHW(13)4498)<sup>251</sup>.

En el único post de la web de EUFIC sobre "Bienestar animal" afirman que "[l]os humanos dependen de la agricultura animal para los componentes principales de nuestro suministro de alimentos, como carne, pescado y lácteos" (EUFIC\_Animal\_Welfare), dando a entender que estos alimentos son esenciales por medio de la palabra "dependen" y la expresión "componentes principales de nuestro suministro de alimentos". En dicho documento (EUFIC\_Animal\_Welfare), que habla exclusivamente de la alimentación de las vacas a las que se explota por su leche, estas no son mencionadas en ningún momento. No se utiliza la palabra "vaca"; no se habla de ellas, no se habla de sus actividades, se evita incluso la mención de la palabra más genérica: "animal".

### **5.2.2. Supresión de la individualidad de los sujetos: Metonimia**

Otra forma de borrar, en cierto modo, la existencia de los sujetos, es eliminar del discurso la existencia vivida de estos como individuos. Un recurso utilizado por la industria para ello es el uso de la metonimia. Según el diccionario de la Real Academia Española, la metonimia es un "Tropo que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa o viceversa, el autor por sus obras, el signo por la cosa significada", y que a lo largo de la muestra se presenta como un recurso que permite poner el énfasis en el producto en lugar de en las productoras; en el motivo de la explotación en lugar de en las víctimas de la explotación, definiendo al animal por el producto que se obtiene de sus funciones corporales.

---

<sup>251</sup> "Safe food is produced by healthy animals. Health and welfare are greatly influenced by the way animals are kept and raised" (COPACOGCECA\_01\_2013\_AHW(13)4498)

En algunos de los pasajes en los que mencionan a los bóvidos, es recurrente a lo largo de la literatura analizada encontrar la expresión "dairy animals" que hemos traducido como "animales lácteos" o "animales lecheros". El siguiente párrafo de uno de los documentos de EDA es un ejemplo:

"EDA es miembro de pleno derecho de la Plataforma de la UE sobre Bienestar Animal y presenta allí todo su apoyo a todos los esfuerzos por mantener a los animales lácteos sanos y bien como clave para su producción lechera. Esto también está explicado en nuestra hoja informativa especial" (EDA\_Annual\_Report\_2018-19-web)<sup>252</sup>

El uso de la metonimia está distribuido a lo largo de toda la muestra; el discurso de la industria desvela, a través de esta expresión, que su interés es puramente la producción y el lucro a través de ella, a pesar de que su narrativa no vaya siempre por ese camino de forma explícita. La industria adjetiva o nombra a estos individuos con el tipo de explotación que se lleva a cabo con ellos.

Hay numerosos ejemplos del uso de los términos "dairy animals" o "dairy cows" con su traducción al español "animales lecheros" y "vacas lecheras", el siguiente párrafo pertenece también a EDA:

"Lanzamiento de la plataforma de abastecimiento sostenible de proteínas para alimentar a animales lecheros en EDA (...) Un grupo de representantes de empresas se reunió para reflexionar sobre posibles acciones conjuntas para apoyar un mayor esfuerzo en Abastecimiento Sostenible de Proteínas para alimentar a las vacas lecheras" (EDA-Dairy\_Flash\_2016\_54)<sup>253</sup>.

Definitivamente, las vacas explotadas por la industria láctea son representadas como máquinas, y máquinas no deseantes. En la muestra, en una de las notas de prensa de

---

<sup>252</sup> "EDA is a full member of the EU Platform on Animal Welfare and brings forward there its support of every effort in keeping dairy animals healthy and well as key of its dairy production. This is also elated in our special factsheet: <http://bit.ly/2Xjg6HZ>"

<sup>253</sup> "Kick-off of the platform on sustainable protein sourcing for feeding dairy animals at EDA (...) A group of company representatives came together to reflect about possible joint actions to support further effort in Sustainable Sourcing of Protein for feeding dairy cows".

EDA que habla de la importancia del forraje como componente proteico de la alimentación de las vacas, estas son representadas como máquinas que transforman en proteína el alimento que les hacen ingerir:

Las vacas lecheras tienen una capacidad única de consumir lo que para los humanos es un alimento no comestible y convertirlo en la proteína de mayor valor para el consumo humano (EDA\_PR\_1\_Statement\_EU\_Protein\_Strategy\_and\_the\_dairy\_sector\_October\_2018)<sup>254</sup>

Para EUFIC, las vacas y otros animales son "animales productores de alimentos" o "food-producing animals":

Garantizar la salud y el bienestar de los animales productores de alimentos abarca una amplia gama de prácticas de gestión del ganado que van desde el manejo humano, condiciones de alojamiento y matanza, hasta el control de enfermedades a través de la vacunación, el uso responsable de antibióticos y otras innovaciones tecnológicas (Animal welfare/ EUFIC)<sup>255</sup>

Es interesante que en esta selección en concreto se habla de "animales productores de alimentos", lo que, en este caso, les otorgaría cierta capacidad de acción y autonomía, como si, de algún modo, escogiesen trabajar produciendo alimentos, a pesar de que en la realidad no se trata de una decisión de la que puedan formar parte.

### **5.2.3. Supresión de la individualidad de los sujetos: Símil con plantas**

La cosificación y la supresión de la individualidad de los animales se realiza, como estamos viendo, de formas diferentes. Uno de los medios por los que se lleva a cabo es mediante la comparación del proceso de obtención de lácteos con el de obtención de cosechas de plantas:

---

<sup>254</sup> "Dairy cows have a unique ability to consume what for humans is non-edible food stock and turn it into the highest value protein for human consumption".

<sup>255</sup> "Ensuring the health and welfare of food- producing animals encompasses a wide range of livestock management practices ranging from humane handling, housing and slaughter conditions, to disease control through vaccination, responsible antibiotic use, and other technological innovations"

La leche se deriva de animales y, aunque hay ciclos de producción como en muchos otros sectores agrícolas, el 'periodo de cosecha' y el 'periodo de procesamiento' en los productos lácteos son esencialmente diarios (EUCOLAIT, 20181031)<sup>256</sup>.

Este párrafo bien merece una observación más detenida. En el texto se habla de la explotación de animales como si se hablase del uso de tierras, de cultivos; se desanimaliza a los animales utilizados para sus fines utilizando términos que se utilizan con cosechas como "proceso de cosecha" o "periodo de procesado".

Se comienza hablando de "derivar"; "La leche se deriva de animales". La palabra "derivar" sugiere una corriente conductora natural, hace pensar en que la leche mana de estos animales de forma perpetua y natural, como si brotase de forma espontánea de un manantial en una montaña. Este tipo de narrativa, en la que, para la industria, las vacas producen leche porque son "lecheras", como si ser una vaca "lechera" fuese pertenecer a una raza especial de vacas cuya leche no brota como consecuencia de un embarazo y un retoño al que alimentar, tal y como sucede en el resto de las mamíferas, se trata de una narrativa que, mediante una observación simple se puede decir que ha tenido mucho éxito entre la población general.

A esta misma narrativa se unen otras expresiones del mismo párrafo como "ciclos de producción" en lugar de "embarazos, ciclos de embarazos y lactancia"; y "periodo de cosecha" en lugar de hablar de "ordeñar" o "extraer leche de las ubres".

#### **5.2.4. Supresión de la individualidad de los sujetos: Alienación**

Otra forma de suprimir la individualidad de los sujetos es obviar su capacidad de acción y autonomía. La afirmación "Los animales producen alimentos" construye una narrativa por la cual la esencia de los individuos reside en ser productores de alimentos para los humanos.

Al mismo tiempo, mediante este tipo de afirmaciones se niegan los intereses de los otros animales. Ello es así porque implícitamente se indica que la salud de los anima-

---

<sup>256</sup> "Milk is derived from animals and while there are production cycles like in many other agricultural sectors, the "harvesting period" and the "processing period" in dairy is essentially a daily one".

les es interesante siempre y cuando haya un beneficio para los humanos, la producción de alimentos por parte de estos, un tema que desarrollaremos en un epígrafe posterior, en el que abordamos la idea del "bienestar animal".

Esta narrativa tiene consecuencias de vida o muerte para los animales pues normaliza y legitima la idea del *culling*, o sacrificio de los animales que no son aptos para los presupuestos que los humanos les han impuesto. Así, es un procedimiento habitual que ante la bajada de "producción" de leche de las vacas, o si enferman, se las envíe al matadero para sacrificarlas y vender así sus cuerpos.

La apelación de "naturalidad" mencionada anteriormente con respecto a la leche se extiende también a la explotación de animales en general, mediante expresiones como la siguiente, en un párrafo de COPA-COGECA que habla de cómo diferentes negocios de explotación organizan visitas guiadas:

Muchas organizaciones agrícolas y cooperativas europeas están abriendo sus puertas de forma gratuita al público en 2017, llevando de vuelta a los consumidores al contacto con la naturaleza y mostrándoles los muchos beneficios de la agricultura (COPACOGECA\_06\_20170329)<sup>257</sup>.

Este tipo de narrativa se repite en los documentos de la industria láctea; la apelación a la naturaleza, y el intento de asociar a esta su industria por medio de continuar evocando el imaginario idílico de vacas pastando libres en los prados y montañas.

"Llevando de vuelta a los consumidores al contacto con la naturaleza"; la asociación léxica entre explotación de animales y naturaleza es una referencia muy utilizada, que permite a los interlocutores ubicar a los animales a los que explotan y a su negocio en el mundo social como entes naturales.

Mediante estos textos, los grupos de interés de la industria láctea equiparan una visita a las explotaciones agrícolas con un paseo por la naturaleza, a la vez que se afirma que la agricultura tiene "múltiples beneficios".

---

<sup>257</sup> "Many European farm and cooperative organisations are opening their doors free to the public in 2017, bringing consumers back in touch with nature and showing the many benefits of farming" (COPACOGECA\_06\_20170329).

### 5.2.5. Supresión de la autonomía de los sujetos: Propiedad

Otra forma común identificada para suprimir la individualidad y autonomía de los sujetos es representarlos como propiedad de alguien en lugar de como individuos con intereses propios. En los discursos de la industria se habla de los animales como propiedad del granjero: "su animal", "your animal". Esta es una estrategia habitual que recuerda que legalmente los animales son objetos propiedad de humanos, por ejemplo: "No medique usted mismo a su animal" ["Do not medicate your animal yourself" en el original]. (COPACOGECA\_01\_2013\_AHW(13)4498)

Los textos hacen énfasis en que las vacas son propiedad de alguien por medio del uso del adjetivo posesivo "sus", o "their" en la versión original:

**Los productos de alta calidad** provienen de productores de lácteos que cuidan mucho a sus animales y les proporcionan alimentos de alta calidad. Los productores lecheros son administradores de gran parte de la tierra del mundo y tanto los agricultores como los procesadores pueden desempeñar un papel clave en la protección de la biodiversidad

(EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding)<sup>258</sup>.

Por otra parte, en esta narrativa en la que se muestra a las vacas como herramientas, se llega a obviar su identidad como productoras, y el título de tal recae en los explotadores. Los sujetos productores de leche, en el discurso de la industria, son los granjeros, no las vacas explotadas. Cuando Copa-Cogeca habla de "productores de leche" siempre se refiere a los granjeros, y nunca a los bóvidos, que son, realmente quienes producen la leche, como puede verse en este extracto:

Además de cumplir los objetivos establecidos en el Tratado CE, el objetivo final de la política láctea de la UE debe ser mantener e incrementar los **ingresos de 1 millón de productores de leche** que requieren un mercado remu-

---

<sup>258</sup> "**High quality products** come from dairy producers who take great care of their animals and provide them with high quality feed. Dairy farmers are stewards of much of the world's land and both farmers and processors can play a key role in protecting biodiversity" (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding).

nerativo que asegure sus considerables inversiones a largo plazo, ofrezca perspectivas de futuro y aliente a los jóvenes productores lecheros a establecer negocios (COPACOGECA\_14\_What future for milk)<sup>259</sup>.

Este término calificativo "productores", que puede parecer una forma de acortar la expresión, es uno de los usos más reiterados en la narrativa de la industria láctea, que obvia a las vacas y pone todo el énfasis en el beneficio económico que obtienen quienes explotan a las vacas.

### 5.2.6. Reiteración de bondades de la industria: Bienestar animal

La industria láctea utiliza la expresión "bienestar animal" en sus comunicaciones, aunque no definen la locución en la documentación analizada.

El significado implícito de bienestar animal se ve apoyado por las menciones reiteradas de que la leche que ofrecen procede de "productores locales". A pesar de que las grandes empresas lecheras conforman grandes estructuras empresariales, la forma de abastecerse que poseen, a partir de granjas propias y granjas de terceros, les permite poder connotar su producto como "local", lo cual puede resonar como algo contrapuesto a lo industrial. Al relacionarse con animales puede evocar imágenes de granjas familiares, en medio de la naturaleza bucólica, en el imaginario colectivo (de personas que mayoritariamente viven en grandes ciudades).

A lo largo del hilo discursivo empleado en diferentes comunicaciones, los grupos de interés afirman que se preocupan por el 'bienestar animal', tal y como hacen en el siguiente ejemplo, en el que aseguran que la industria apoya y respalda el 'bienestar animal', razonando que dicho bienestar es esencial para producir productos seguros y de calidad, así como para asegurar la productividad y la rentabilidad de los negocios. A

---

<sup>259</sup> "In addition to fulfilling the goals set in the EC Treaty, the ultimate goal of the EU dairy policy must be to maintain and increase the **income of the 1 million milk producers** who require a remunerative market which secures their considerable long-term investments, offers prospects for the future and encourages young dairy farmers to set-up business" (COPACOGECA\_14\_What future for milk)



lo largo de su explicación, relatan una serie de agentes para quienes es importante el 'bienestar animal', sin incidir en los animales:

## "LA INDUSTRIA LÁCTEA EUROPEA RESPALDA Y APOYA COMPLETAMENTE EL BIENESTAR ANIMAL

Los productores europeos dependen de animales sanos y ganado lechero bien cuidado.

El cuidado animal es esencial para producir leche segura y de alta calidad, igual de esencial que para asegurar la productividad y rentabilidad de la granja.

La esencia del bienestar de los animales lecheros se sigue cuando un animal está sano, cómodo, bien alimentado y tiene acceso a agua potable segura y limpia, cuando está seguro, cuando es capaz de expresar comportamiento normal y no sufre estados desagradables como dolor, miedo o sufrimiento. Dichas prácticas de cuidado animal incluyen condiciones de vida saludables, dietas nutritivas y adaptadas y buena atención médica.

La industria láctea es plenamente consciente de la importancia del bienestar de los animales para todas las partes de la cadena, desde los agricultores a los consumidores, y comparte las preocupaciones de los gobiernos, los inversores y la sociedad civil para garantizar el bienestar de los animales lecheros a lo largo de su vida. Por ello, desde hace muchos años, los miembros de EDA se han alineado con iniciativas ya sea a escala nacional o de empresa, de acuerdo con las últimas leyes y reglamentos de la UE" (EDA\_FS\_20\_2015\_05\_08\_EDA\_statement\_on\_animal\_welfare)<sup>260</sup>.

---

<sup>260</sup> "THE EUROPEAN DAIRY INDUSTRY FULLY ENDORSES AND SUPPORTS ANIMAL WELFARE

The European manufacturers rely on healthy animals and well-kept dairy livestock

The European dairy industry processes milk and dairy ingredients in around 12,000 plants in the EU and partners with around 750,000 farmers, over an incredible range of territories. –As they are the core pillars of these economic, social and environmental realities, the animals giving the milk have long been deserving our particular care and attention. Then, the dairy industry wants to confirm that healthy cattle, as well as sheep, goats and buffaloes assure the sustainability of our sector Animal care is essential to produce safe and high quality milk, just as it is essential to assure farm productivity and profitability.

En los textos analizados de los lobbies y think tanks de la industria láctea europea no se ha encontrado una definición de lo que es el bienestar animal. La web de EUFIC es un ejemplo de que cuando se habla de "bienestar animal", no se está definiendo lo bien o mal que se encuentren los bóvidos, sino que el tema que interesa y en el que se enfocan está relacionado con evitar pérdidas económicas por fallos en la seguridad alimentaria, o incluso pérdidas ecológicas. Es decir, nunca se menciona el estado de los animales respecto a su sintiencia. Esto es todo lo que argumentan en EUFIC respecto al tema "bienestar animal":

Los humanos dependen de la agricultura animal para los componentes principales de nuestro suministro de alimentos, como carne, pescado y lácteos. Los animales sanos son fundamentales para la seguridad alimentaria pues reducen los riesgos de transmisión de enfermedades infecciosas animales a los humanos. Las pérdidas de producción relacionadas con enfermedades alimentarias pueden tener también impactos ambientales y económicos significativos. Garantizar la salud y el bienestar de los animales productores de alimentos abarca una amplia gama de prácticas de gestión del ganado que van desde el manejo humano, condiciones de alojamiento y matanza, hasta el control de enfermedades a través de la vacunación, el uso responsable de antibióticos y otras innovaciones tecnológicas (Animal welfare/ EUFIC)<sup>261</sup>.

En este sentido, desde COPA-COGECA, productores, dejan claro que medidas en torno al bienestar animal suponen, ante todo, costes económicos que se ven reflejados en una menor capacidad de competencia frente a los competidores internacionales:

También debe recordarse que las **normas europeas para la seguridad alimentaria, salud animal, bienestar animal y la protección del medio am-**

---

The essence of the well-being of dairy animals is followed when an animal is healthy, comfortable, well-fed and has access to safe clean drinking water, is safe, able to express normal behaviour and is not suffering unpleasant states such as pain, fear and distress. Such animal care practices include healthy living conditions, nutritious and adapted diets and good medical care".

<sup>261</sup> "Humans rely on animal farming for major components of our food supply such as meat, fish and dairy. Healthy animals are critical to food safety as they reduce the risks of transmission of infectious animal diseases to humans. Production losses related to animal diseases can also have significant negative environmental and economic impacts. Ensuring the health and welfare of food-producing animals encompasses a wide range of livestock management practices ranging from humane handling, housing and slaughter conditions, to disease control through vaccination, responsible antibiotic use, and other technological innovations".

**biente tienen un coste económico**, que debe tenerse en cuenta en cualquier debate sobre la competitividad y rentabilidad de los productores lecheros. Estos costes debilitan seriamente la capacidad de la agricultura europea para competir con sus competidores internacionales (Negritas en el original) (COPACOGECA\_03\_200709\_LP(09)7581)<sup>262</sup>.

### **5.2.7. Reiteración de bondades de la industria: Medioambiente**

Los grupos de interés de la industria láctea comunican una serie de datos que hacen alusión a lo que la industria defiende como beneficios para el medioambiente y para la diversidad, derivados del funcionamiento de su actividad. Relativizan la huella ambiental que dejan mediante su desempeño; y afirman fomentar y proteger la vida rural como base de su producción, tal y como se detallará a continuación.

#### **5.2.7.1. Beneficios para el medioambiente y la diversidad**

Una de las áreas en las que todas las organizaciones hacen énfasis en su discurso son los beneficios para el medio ambiente que, según su narrativa, se derivan del funcionamiento de la industria láctea. Así, afirman que la reproducción de bóvidos ayudaría a "preservar la biodiversidad animal", aunque no ofrecen explicación detallada del modo en que hacen esto; "revitalizar los paisajes", contribuyendo "a la restauración de los pastizales, la biodiversidad de las plantas", hablando también de "la calidad de la tierra".

(...)La cría de ganado lechero (diferentes especies) ayuda a preservar la biodiversidad animal y revitalizar los paisajes. Al mismo tiempo, mantener pastizales permanentes no solo apoya el crecimiento de las plantas, sino que también contribuye a la restauración de los pastizales, la biodiversidad de las plantas y los microorganismos del suelo, el secuestro de carbono en los suelos y la calidad de la tierra

---

<sup>262</sup> "It should also be recalled that European **rules for food safety, animal health, animal welfare and environmental protection have an economic cost**, which must be taken into account in any debate on dairy farmers' competitiveness and profitability. These costs seriously weaken the capacity of European agriculture to compete with its international competitors (Bold in the original)" (COPACOGECA\_03\_200709\_LP(09)7581)

(EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>263</sup>.

En el mismo documento, se justifica el uso de las tierras que utilizan los bóvidos explotados por la industria argumentando que se trata de tierras que, de cualquier modo, no podrían ser utilizadas por la agricultura:

Además, las vacas residen en tierras que no pueden ser utilizadas para la agricultura; por lo tanto, pueden **utilizar paisajes que de otra manera no serían adecuados para la producción de alimentos**. Van Zanten et al. han publicado recientemente una revisión de investigación del concepto de '**ganado alimentado con alimento de bajo costo**', sugiriendo que el papel de los animales en el sistema alimentario debería centrarse en convertir biomasa (biomasa de pastizales y restos) que no podemos o no queremos comer, en productos valiosos (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>264</sup>.

En el siguiente párrafo se persigue comunicar el mismo concepto del aprovechamiento y la mejora de las tierras:

**Phil Hogan, el comisionado europeo de Agricultura y Desarrollo Rural**, recientemente mencionó en la Convención Anual EDA 2018 que: "muchos suelos en Europa tienen un contenido en materia orgánica bajo o muy bajo (0-2%) y con un pastoreo/producción de lácteos eficiente podemos compensar la baja fertilidad de los suelos. Algunos proyectos (por ejemplo el **proyecto TYFA**: Diez años para la agroecología en Europa) muestran que la extensificación del pastoreo de ganado podría tener efectos sustanciales, contribu-

---

<sup>263</sup> "Farming dairy livestock (different species) helps to preserve animal biodiversity and revitalise landscapes. At the same time, keeping permanent grasslands not only supports plant growth, it also contributes to the restoration of the grasslands, plant and soil microorganism biodiversity, carbon sequestration in soils and land quality".

<sup>264</sup> Additionally, cows reside on land that cannot be used for agriculture; they therefore are able to **utilise landscapes that would otherwise be unsuitable for food production**. Van Zanten et al.<sup>(38)</sup> have recently published in a research review the concept of livestock fed with '**low opportunity' cost feedstuff**, they suggest that the role of animals in the food system should be centered on converting biomass (biomass from grassland and leftovers) that we can not or do not want to eat into valuable products.

yendo a la restauración de la biodiversidad, la mitigación del clima y la producción animal de alta calidad (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>265</sup>.

#### **5.2.7.2. Relativización de la importancia de la huella ambiental**

Por otra parte, el discurso de la industria láctea asegura que la huella ambiental derivada de la actividad de la industria no tiene un impacto considerable, como se puede comprobar en el siguiente extracto de un documento de EDA:

La figura 5 muestra que evitar todos los productos lácteos probablemente tendrá poco impacto en la huella ambiental general de nuestra dieta (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>266</sup>.

Se pretende justificar lo insostenible mediante la narrativa de que los lácteos tienen grandes beneficios nutricionales que los vegetales no tendrían, es decir, se relativiza la huella ambiental por la importancia que, según la industria, tiene consumir sus productos:

**Numerosos estudios de evaluación del ciclo de vida (LCA)** informan que los alimentos de origen vegetal producen menos GHGE que los alimentos de origen animal. Sin embargo, esta es una vista simplista. Si bien los alimentos de origen vegetal pueden parecer beneficiosos en los modelos de ACV porque producen un GHGE/kcal más bajo, también tienen una baja densidad de nutrientes; en contraste, **los productos de origen animal pueden tener un**

---

<sup>265</sup> **Phil Hogan**, the **European Commissioner for Agriculture and Rural Development**, recently mentioned at the EDA Annual Convention 2018: “many soils in Europe have a low or very low organic matter content (0–2%)” (17); and with efficient grazing/dairying we can compensate for the low fertility of soils. Some projects (e.g. **TYFA project**: Ten Years for Agroecology in Europe) show that extensification of livestock grazing could have substantial effects, contributing to the restoration of biodiversity, climate mitigation and high-quality animal production.

<sup>266</sup> **Figure 5** shows that avoiding all dairy products will probably have little impact on the overall environmental footprint of our diet (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019).

**GHGE comparativamente más alto, pero también son fuentes ricas en nutrientes y excelentes proteínas de alta calidad. (24.26.)** (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>267</sup>.

El ganado actualmente produce más de un tercio de las proteínas del mundo, y los animales rumiantes tienen una capacidad única para convertir la biomasa no digerible en proteínas de alta calidad, proporcionando el equilibrio óptimo de aminoácidos esenciales (EAA) que requiere el cuerpo humano y no puede sintetizar él mismo (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>268</sup>.

La industria láctea claramente mantiene una narrativa medioambiental a lo largo de todo su discurso para justificar y promocionar su negocio. Más adelante abordaremos el discurso nutricional de la industria, pero en este apartado pretendemos analizar dicho discurso cuando lo comparan con su huella ambiental, pues al margen de su narrativa puramente nutricional, construyen además un discurso en el que ensalzan posibles virtudes nutricionales de dicho fluido, frente a los problemas ambientales y éticos; es decir, en su narrativa, el hecho de que la leche materna de los bóvidos sea un producto completo y sano compensaría los daños que se derivan de su producción con respecto al medioambiente, tal y como indican en párrafos como el siguiente:

Estudios recientes han demostrado que los productos lácteos en realidad tienen un bajo impacto climático cuando se los compara con su importancia nutricional en una dieta saludable

---

<sup>267</sup> **Numerous Life-Cycle Assessment(LCA)** studies (e.g. Figure 7) report that plant-based foods produce less GHGE than animal-based foods. However, this is a simplistic view. Whilst, plant-based foods may appear beneficial in LCA models because they produce lower GHGE/kcal, they also have a low nutrient density; in contrast, **animal-based products can have comparatively higher GHGE, but they also are nutrient-rich and excellent sources of high-quality protein (24.26.)**

<sup>268</sup> Livestock currently produces more than one-third of world's protein, and ruminant animals have a unique capacity to convert non-digestible biomass into high-quality proteins, providing the optimal balance of essential amino acids (EAAs) that the human body requires and is not able to synthesise itself.

(EDA\_FS\_18\_EDA\_Nutritional\_Fact\_sheet\_NFS\_Carbon\_Footprint\_and\_Nutr  
)<sup>269</sup>.

Y el siguiente extracto sigue la misma narrativa, según la cual destacan los poderes nutricionales de los productos lácteos frente a los recursos y carbono necesarios para su elaboración, destacando al mismo tiempo la cuestión de la seguridad alimentaria, cuestión a la que aluden con frecuencia:

Los productos lácteos, con todos sus nutrientes naturales, ofrecen una forma eficiente en recursos y carbono de lograr una dieta equilibrada y pueden hacer contribuciones clave a la seguridad alimentaria y nutricional (EDA\_FS\_18\_EDA\_Nutritional\_Fact\_sheet\_NFS\_Carbon\_Footprint\_and\_Nutr  
)<sup>270</sup>.

### **5.2.7.3. Retórica de protección de lo rural**

En línea con algo mencionado anteriormente respecto al discurso de producción de la leche en granjas idílicas, de carácter extensivo, también existe un discurso de la voluntad que tendría la industria por proteger las áreas rurales de los países donde desarrollan su actividad. En pasajes como el siguiente de un documento de EDA se ensalza esto, a la vez que se destaca el componente tradicional de los productos lácteos:

Las zonas rurales son muy importantes porque siempre han sido el origen de muchas tradiciones. Son el lugar de nacimiento de los procedimientos artesanales, los guardianes de las tradiciones y los conocimientos, que le dan a sus productos un valor agregado apreciado por los consumidores.

---

<sup>269</sup> Recent studies have shown that dairy products actually have a low climate impact when balanced against their nutritional importance in a healthy diet.

<sup>270</sup> Dairy products, with all their natural nutrients, **offer a resource and carbon efficient** way of achieving a balanced diet and can make key contributions to nutrient- and foodsecurity.

Aseguran ciertos estándares de calidad, benefician a los agricultores que producen estos productos y son positivos para el comercio exterior (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>271</sup>.

En una nota de prensa de COPA-COGECA, se afirma que la industria láctea crea empleo y "juega un papel crucial para las economías y para el tejido social de las áreas rurales".

Pero no solo es importante como parte de una dieta equilibrada, la producción de lácteos juega un papel crucial para las economías y para el tejido social de las áreas rurales, creando empleos donde a menudo no existen otras alternativas. Los productores de leche de la UE y sus cooperativas lácteas, en total más de 1 millón de personas, trabajan juntas para garantizar que la leche y los productos lácteos se produzcan de acuerdo con estrictas normas de seguridad alimentaria, trazabilidad, bienestar animal y normas ambientales para nuestros consumidores de la UE" (COPACOGECA\_07\_20170601\_CDP(17)4486)<sup>272</sup>.

Del mismo modo que las "alternativas lácteas" a los productos lácteos "no existen", tampoco existen, para COPA-COGECA, alternativas de empleo en el mundo rural que no pasen por la explotación animal. El discurso de la industria consiste en afirmar que crea empleos en zonas en las que no hay ningún otro modo posible de ganarse la vida.

---

<sup>271</sup> "**Rural areas** are very important because they have always been **the origin of many traditions**. They are the birthplace of artisanal procedures, keepers of traditions and know-how, which give their products an **added value** appreciated by consumers. They ensure certain **quality standards**, they benefit farmers producing these products, and they are positive for **external trade**".

<sup>272</sup> "But it is not only important as part of a balanced diet, dairy production plays a crucial role for the economies and social fabric of rural areas, creating jobs where often no alternatives exist. EU milk producers and their dairy cooperatives, in total more than 1 million people, work together to ensure that milk and dairy produce are made according to strict food safety, traceability, animal welfare and environmental standards for our EU consumers".



### 5.3. Análisis crítico del discurso de la industria láctea relativo a las guías y consejos dietéticos

El análisis crítico del discurso ha permitido identificar una serie de ideas principales, relativas a las orientaciones alimentarias, que se repiten a lo largo de los textos de la muestra de grupos de interés estudiados. El fin último de este análisis era conocer aquellos mensajes que puedan o pretendan influir en estas directrices y en los medios de comunicación y en la opinión pública en general.

#### 5.3.1. Apelación a la salud

Beber leche de vaca es normal, natural y necesario para los humanos, según los textos analizados. A lo largo de las comunicaciones analizadas, se ve el empleo de las palabras "salud" y "nutrición" como un evento recurrente. La palabra "saludable" destaca por su uso continuado en muchas de las comunicaciones de la industria:

Aún más importante, los productos lácteos son importantes para los consumidores. La leche y el queso, la mantequilla y otros productos asequibles y de alta calidad, ricos en proteínas y en grasas naturales saludables, son un pilar de las dietas europeas (EDA\_PR\_2\_Brexit\_June\_2018)<sup>273</sup>.

De forma repetitiva, se emplazan este tipo de términos junto con los productos lácteos, de modo que mediante la redundancia se lleva a cabo una asociación; por ejemplo, "lácteos, nutrición y salud". En el caso del siguiente ejemplo es, precisamente, el nombre con el que titulan la conferencia, y esta asociación de términos por cercanía en la oración es muy habitual:

**"EDA Scientific Advisory Board: Dairy, Nutrition & Health - Consejo Asesor Científico de EDA: Lácteos, Nutrición y Salud"** (EDA-Dairy\_Flash\_2016\_56)

Utilizan vocabulario propio de las ciencias de la salud y la nutrición e identifican sus productos con una vida saludable, pero no solo hacen referencias positivas. En la do-

---

<sup>273</sup> "Even more importantly, dairy matters to consumers. Affordable and high-quality milk, cheese, butter and other products, rich in protein and healthy natural fats, are a mainstay of European diets" (EDA\_PR\_2\_Brexit\_June\_2018).

cumentación analizada se hacen referencias repetitivas, utilizando una retórica alarmista, a lo que ocurrirá en caso de no consumir lácteos:

Los consumidores pueden perder, por tanto, nutrientes cuando no comen productos lácteos (EDA\_FS\_14\_Fact\_sheet\_on\_nutrition\_goals)<sup>274</sup>.

### 5.3.2. Apelación a la ciencia

Los textos analizados utilizan apelaciones a la ciencia para reforzar los mensajes relativos a la salud. Utilizan, en este sentido, la redundancia, insisten en indicar que los productos lácteos tienen beneficios saludables para todos los diferentes consumidores. Transmiten un mensaje continuo de las propiedades nutricionales de los lácteos, y comunican que los lácteos tienen propiedades curativas para varias enfermedades de los mismos (que abordaremos en un epígrafe posterior en el que explicitaremos el tratamiento de la industria de la leche a su producto como sustancia cuasi mágica). Las apelaciones a la ciencia son constantes, y explicitan la idoneidad de un consumo de los productos que venden. A menudo, comunican que incluso una reducción en su consumo podría ser fatal para la salud, y lo hacen en ocasiones autocitándose como referencia científica:

EDA basa sus acciones en la ciencia (...) El sector lácteo ha demostrado que la leche y los lácteos son ricos en nutrientes y que contienen nutrientes esenciales altamente biodisponibles. (...) Reducir su consumo podría conducir a un mal estado nutricional: un impacto negativo en la salud (EDA-Dairy\_Flash\_2016\_47)<sup>275</sup>.

En otras ocasiones, se produce una apelación a la ciencia de forma equívoca. Se cita como expertos en nutrición a expertos en otros campos. Por ejemplo, se cita a una persona con el título de doctor y se explicita reiteradamente que es "doctor" para legitimar su discurso desde la ciencia. Sin embargo no se especifica que se trata de un doctor en un campo que no es la medicina -doctor en cibernética en el caso del si-

---

<sup>274</sup> "Consumers might hence lose out on nutrients when not eating dairy" (EDA\_FS\_14\_Fact\_sheet\_on\_nutrition\_goals).

<sup>275</sup> "EDA bases its actions on science (...) The dairy sector has proved that milk and dairy are nutrient-rich and contain highly bioavailable essential nutrients. Reducing their intake could lead to poor nutritional status: a negative impact on health" (EDA-Dairy\_Flash\_2016\_47).

guiente ejemplo-. En ninguna parte del texto se puede averiguar esta información, a pesar de que las afirmaciones por las que es citado son sobre todo referentes a nutrición:

El Dr. Philippe Ankers, Jefe de la Subdivisión de Sistemas de Producción Ganadera de la FAO, destacó los beneficios de la leche y de los lácteos como fuentes vitales de nutrición para el mundo en su discurso (EDA\_PR\_15\_10\_14\_WDF\_Nutrition\_Challenges)<sup>276</sup>.

Muy importante también es lo que no dicen. En las comunicaciones analizadas afirman que sus productos son beneficiosos para todas las personas, obviando a menudo que hay muchísimas personas en el mundo alérgicas/con intolerancia, a pesar de que se estima que el 70-75% tienen problemas para digerir la lactosa (Praveen et al. 2019; Corgneau et al. 2013, Delacour et al. 2017). Algunos ejemplos de esta afirmación de que hay productos lácteos para todas las personas son los siguientes, ambos de EDA: "Los productos lácteos están disponibles en una amplia gama de productos, adaptados a las necesidades y preferencias nutricionales de cada consumidor"(EDA\_FS\_8\_2017\_08\_30\_EDA)<sup>277</sup>; "Se encuentra disponible una amplia gama de productos lácteos naturales, incluyendo opciones bajas en grasas. Todo el mundo puede elegir una dieta saludable con alimentos lácteos nutritivos que se adecúen a las necesidades personales y preferencias de cada uno" (EDA\_FS\_14\_Fact\_sheet)<sup>278</sup>.

En los casos en los que hablan de dichas intolerancias es para hacer propuestas de productos especiales y para hacer afirmaciones como las siguientes, cuando explicitan que "las personas con intolerancia a la lactosa no tienen por qué renunciar a los lácteos":

La mayoría de las personas con intolerancia a la lactosa pueden comer productos lácteos.

---

<sup>276</sup> "Dr. Philippe Ankers, Chief of the Livestock Production Systems Branch at FAO, highlighted the benefits of milk and dairy as vital sources of nutrition for the world in his speech".

<sup>277</sup> "Dairy foods are available in a wide range of products, adapted to every consumer's nutritional needs and preferences" (EDA\_FS\_8\_2017\_08\_30\_EDA).

<sup>278</sup> "A wide range of natural dairy products, including low-fat options, are available. Everyone can choose a healthy diet with nutritious dairy foods that suit his/her personal needs and preferences" (EDA\_FS\_14\_Fact\_sheet).

Cada vez más personas eliminan los productos lácteos de su dieta debido a preocupaciones sobre la intolerancia a la lactosa (real o percibida).

Las personas que dejan los productos lácteos corren el riesgo de una ingesta insuficiente de calcio y otros nutrientes importantes proporcionados por los productos lácteos.

Una revisión científica estadounidense muestra los beneficios para la salud de comer productos lácteos y argumenta que las personas con intolerancia a la lactosa no necesitan renunciar a los productos lácteos. (EDA\_FS\_5\_2013\_Dairy\_Nutrition\_Digest\_3)<sup>279</sup>.

### **5.3.3. Grupos concretos como consumidores**

Dentro de la apelación a la ciencia identificada anteriormente, la industria interpela mediante los textos de sus grupos de interés a grupos concretos, que en ocasiones además son especialmente vulnerables, como públicos objetivos concretos de la industria.

La industria construye una narrativa en la que toda la población se beneficia, en su salud, de los productos que vende. Dentro de la población en general, la industria interpela como públicos objetivos a ciertos grupos que, por diferentes razones, son especialmente vulnerables como la infancia, las personas mayores o las mujeres, especialmente las que se encuentran en estado de gestación. También interpellan a públicos concretos como las mujeres posmenopáusicas, o a las personas que practican deporte, que, por los mensajes analizados, se entiende que necesitan tomar lácteos de forma obligatoria, para evitar desarrollar problemas de salud.

A continuación se desglosa cada uno de los temas en los siguientes apartados:

#### **5.3.3.1. Infancia como público objetivo específico**

Los textos estudiados incluyen referencias con mucha frecuencia a la necesidad concreta de tomar productos lácteos durante la etapa infantil. Uno de los mensajes princi-

---

<sup>279</sup> "Most people with lactose intolerance can still eat dairy products. More and more people remove dairy products from their diet because of concerns about lactose intolerance (real or perceived). These people risk insufficient intake of calcium and other important nutrients provided by dairy products. This review shows the health benefits of eating dairy and argues that people with lactose intolerance do not need to give up dairy" (EDA\_FS\_5\_2013\_Dairy\_Nutrition\_Digest\_3).

pales en este sentido es que los lácteos son necesarios para "un crecimiento normal". Se puede corroborar este tipo de mensaje en afirmaciones como la siguiente de EDA:

El yodo, un nutriente que se puede encontrar en la leche y el queso, juega un papel importante en el crecimiento normal de los niños (16) (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA\_\_Nutrition\_factsheet\_\_Dairy\_and\_children\_\_D-NUT-18-018)<sup>280</sup>.

La adscripción del adjetivo "normal" al sustantivo "crecimiento" es relevante porque apela a uno de los deseos más importantes del público al que se dirige la industria cuando piensa en este mensaje, madres y padres, el de que los hijos crezcan "con normalidad" y estén saludables. Esta misma retórica se puede ver con claridad también en ejemplos como los siguientes, donde se utilizan expresiones como "papel vital", es decir, se alude a que puede llegar a ser una cuestión de vida o muerte:

**El consumo de lácteos juega un papel vital durante la infancia**  
(EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_5)

Desafortunadamente, la ingesta general de leche de los niños está disminuyendo, al reemplazar a menudo la leche y los lácteos por alimentos y bebidas potencialmente pobres en nutrientes y densos en energía. Muchos niños y adolescentes no alcanzan sus recomendaciones para los productos lácteos, lo que conduce a una ingesta insuficiente de nutrientes esenciales. Durante la infancia y la adolescencia, los huesos necesitan proteínas y calcio de alta calidad para crecer y desarrollarse de manera saludable y para mantener la salud ósea más adelante en la vida. Tanto la proteína como el calcio son naturalmente abundantes en la leche y los productos lácteos y su inclusión como parte de las comidas en el hogar y en la escuela ayuda a los niños a desarrollar el gusto por la leche desde la infancia y a adoptar hábitos alimenticios saludables más adelante en la vida (EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_5)<sup>281</sup>.

---

<sup>280</sup> "Iodine, a nutrient that can be found in milk and cheese, plays an important role in children's normal growth (16)".

<sup>281</sup> "Unfortunately, children's overall milk intake is declining as milk and dairy is often replaced by potentially nutrient-poor, energy-dense foods and beverages. Many children and adolescents do not reach their recommendations for dairy, which leads to insufficient intakes of essential nutrients. During childhood and adolescence, bones need high quality protein and calcium to

Titulares como "LOS NUTRIENTES DE LA LECHE Y LOS LÁCTEOS SON IMPORTANTES PARA LA SALUD DE LOS NIÑOS<sup>282</sup>" destacados por el uso de versales, un color llamativo y diferente al del resto de la tipografía que subraya el tipo de afirmación rotunda, dejan claro el tipo de narrativa que pretenden construir.

La industria láctea, en su discurso, utiliza de un modo continuado los términos "lácteos" y "calcio" como sinónimos, construyendo una narrativa mediante la que se da la impresión de que no es posible obtener este nutriente a través de ningún otro alimento. Este fenómeno se observa en frases como la siguiente, en la que se emplea la palabra 'calcio' junto a 'lácteos':

Varios estudios encontraron **un mayor consumo de lácteos y calcio en los niños y adolescentes que toman desayuno (41,42)** (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA\_\_Nutrition\_factsheet\_\_Dairy\_and\_children\_\_D-NUT-18-018)<sup>283</sup>.

#### ***5.3.3.1.1. Defensa de los lácteos en los planes de alimentación escolar***

Una apuesta estratégica de la industria láctea es tratar de captar nuevos consumidores en etapas de la vida lo más tempranas posible. Por una parte, eso implica más años de consumo de sus productos en cada persona y por otra, supone más adherencia a dicho consumo a lo largo de toda la vida.

En este sentido es muy interesante la cita de Alexander Anton, como Secretario General de EDA en ese momento, como parte de un documento distribuido por dicha entidad. Anton cita a Winston Churchill cuando explica que es una inversión inmejorable hacer que los bebés beban leche (de vaca). Por una parte, alude, de nuevo a cuestiones de salud y energía: para que aguanten el día de escuela. Y por otra parte está haciendo referencia de forma solapada a crear consumidores a largo plazo, captándolos

---

grow and develop healthily and to maintain bone health later in life. Both protein and calcium are naturally abundant in milk and dairy products and their inclusion as part of home and school meals helps children develop a taste for milk from childhood and adopt healthy eating habits later in life".

<sup>282</sup> "MILK AND DAIRY NUTRIENTS ARE IMPORTANT FOR CHILDREN'S HEALTH".

<sup>283</sup> "Several studies found **higher milk consumption and calcium intakes in children and adolescents who eat breakfast (41,42)**".

les desde edades tempranas. Es interesante que EDA destaca la frase de Churchill en negrita en su texto:

"Que el consumo de leche es de suma importancia para los niños es obvio", continúa Anton. "Me gusta citar a Sir Winston Churchill a este respecto cuando dijo que **no hay mejor inversión para ninguna comunidad que poner leche en bebés**. Ciertamente tiene razón: la leche y los nutrientes lácteos son esenciales para la salud de los niños. Incluso en la UE muchos niños no cumplen con las recomendaciones dietéticas para el consumo de lácteos y, por lo tanto, los requisitos de nutrientes. Por lo tanto, una porción diaria de lácteos en la escuela es la opción correcta y nutritiva para completar el largo día de escuela", concluye Anton. (EDA\_PR\_13\_2014\_01\_30\_EDA\_New\_School\_Food\_Scheme)<sup>284</sup>.

La industria láctea recomienda promover los lácteos en la escuela, y los programas europeos de oferta de leche y productos lácteos en las escuelas han sido una fuerte apuesta de la industria desde hace años, tal y como se explica en el apartado de resultados de la presente tesis doctoral que habla de las subvenciones y las formas de incentivar los lácteos.

Los grupos de interés de la industria ofrecen, a través de los mensajes analizados, no solo leche pura sino directamente también una amplia gama de productos lácteos para disposición de los menores. Específicamente los productos saborizados y azucarados.

En sus mensajes, recurren frecuentemente a frases como las siguientes: "**Se recomienda la leche y los lácteos como parte del desayuno en el hogar y en los centros de cuidado infantil**" (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA\_\_Nutrition\_factsheet\_\_Dairy\_and\_children\_\_D-NUT-18-018)<sup>285</sup>

---

<sup>284</sup> "That milk consumption is of utter importance for children is obvious', Anton continues. 'I like to quote Sir Winston Churchill in this respect when he said that **there is no finer investment for any community than putting milk into babies**. He is certainly right: milk and dairy nutrients are essential for children's health. Even in the EU many children fail to meet the dietary recommendations for dairy intake and hence nutrient requirement. A daily dairy portion in school is therefore the right, nutritious option to get through the long school day,' Anton concludes".

<sup>285</sup> "**Milk and dairy are recommended to be part of breakfast at home and childcare**

Ofrecer leche en los colegios y hacer que los productos lácteos sean un componente central de las comidas escolares ayuda a los niños a consumir una dieta saludable y rica en nutrientes (EDA\_FS\_15\_EDA\_Nutrition\_Fact\_Sheet\_-\_Dairy\_and\_children-\_A\_healthy)<sup>286</sup>.

Los textos explícitamente asocian la recomendación de lácteos a los niños para ayudar a desarrollar el gusto por la leche desde la infancia:

**Se recomienda la leche y los lácteos como parte del desayuno en el hogar y en los centros de cuidado infantil.** Esto ayuda a los niños a desarrollar el gusto por la leche desde la infancia y a **adoptar hábitos alimenticios saludables** más adelante en la vida. (Negrita en el original) (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA\_\_Nutrition\_factsheet\_\_Dairy\_and\_children\_\_D-NUT-18-018)<sup>287</sup>.

Este mensaje repetido una y otra vez incluye tanto la escuela como el hogar:

Tanto la proteína como el calcio son naturalmente abundantes en la leche y los productos lácteos y su inclusión como parte de las comidas en el hogar y en la escuela ayuda a los niños a desarrollar el gusto por la leche desde la infancia y a adoptar hábitos alimenticios saludables más adelante en la vida (EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_5)<sup>288</sup>.

Las entidades de la industria láctea se apoyan en instituciones internacionales, lo que aporta credibilidad a su discurso, pero las citas de las instituciones son parciales (solo citan una parte y omiten el contenido en el que esas mismas instituciones hacen afirmaciones contrarias sus mensajes). Los siguientes ejemplos son muestra de ello:

---

**facilities".**

<sup>286</sup> "Offering school milk and making dairy foods a core component of school meals helps children consume a healthy and nutrient-rich diet".

<sup>287</sup> "**Milk and dairy are recommended to be part of breakfast at home and childcare facilities** (39). This helps children to develop the taste for milk from the childhood and to **adopt healthy eating habits** later in life".

<sup>288</sup> "Both protein and calcium are naturally abundant in milk and dairy products and their inclusion as part of home and school meals helps children develop a taste for milk from childhood and adopt healthy eating habits later in life".



Las recomendaciones dietéticas en toda Europa aconsejan que los productos lácteos se consuman diariamente como parte de una dieta saludable y durante todas las etapas de la vida. Las instituciones internacionales recomiendan el consumo de productos lácteos como parte importante de una dieta sana y equilibrada (...)

#### LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES DEBEN CONSUMIR LAS CANTIDADES RECOMENDADAS DE LECHE CADA DÍA

Varios Estados Miembros de la UE (Francia, Bélgica, Irlanda, España) recomiendan alrededor de 3-4 porciones de productos lácteos por día para los niños. Otros (Dinamarca, Finlandia, Países Bajos) recomiendan alrededor de 500-600 ml de productos lácteos por día para los niños" (EDA\_FS\_15\_EDA\_Nutrition\_Fact\_Sheet\_-\_Dairy\_and\_children-\_A\_healthy)<sup>289</sup>.

La relación de la industria láctea y sus grupos de presión con las instituciones es ambivalente; por una parte, legitiman sus mensajes citando a las instituciones. Por otra parte, en sus mensajes expresan a menudo que no obtienen suficiente ayuda de las instituciones. Continuamente se hacen alusiones a la necesidad de apoyo por parte de la Unión Europea ante la disminución del consumo de lácteos en la infancia y adolescencia. En su narrativa, deficiencias de salud se dan como consecuencia de esta disminución:

Como se destaca en nuestra hoja de información nutricional sobre el plan de alimentación escolar, EDA, la voz de los procesadores de leche europeos, señala que los productos lácteos proporcionan una multitud de vitaminas y minerales esenciales que son de vital importancia para la salud a través de todo el ciclo de vida, pero expresamente durante la fase de crecimiento y

---

<sup>289</sup> "Dietary advice all over Europe recommends that dairy products be consumed daily as a part of a healthy diet and during all stages of life. International institutions recommend the consumption of dairy products as an important part of a healthy and balanced diet. (...)CHILDREN AND ADOLESCENTS SHOULD CONSUME RECOMMENDED AMOUNTS OF DAIRY EVERY DAY. Several EU Member States (France, Belgium, Ireland, Spain) recommend around 3-4 servings of dairy products per day for children".

desarrollo que se da en la infancia y la adolescencia. Según ha ido disminuyendo el consumo de leche y lácteos en niños y adolescentes, se ha hecho más importante que nunca contar con un programa sustancial en el que la UE ofrezca un estímulo positivo para reducir el consumo de lácteos entre la juventud, a la vez que ayuda a combatir las crecientes deficiencias de micronutrientes en los niños (EDA\_PR\_12\_2015\_4982\_PR\_EDA-World\_School\_Milk\_Day\_30\_September)<sup>290</sup>.

Se podría hablar de las personas en edad escolar como "consumidoras cautivas" cuando comen en el colegio, o cuando forman parte de las campañas escolares de alimentación, en el sentido en que tienen muy pocas o ninguna posibilidad de elegir qué comen y qué no.

#### **5.3.3.1.2. Énfasis en el consumo de lácteos, incluso con aditivos**

Desde el sector de los lácteos manifiestan continuamente, a través de las comunicaciones analizadas, la importancia de que se potencie el consumo de productos lácteos en general entre la infancia y que después cada consumidor tome lo que más se adapte a sus gustos/estilos de vida. Es decir, los mensajes inciden en que todas las niñas y niños deben tomar algún producto lácteos; si no les gusta o no les conviene un producto lácteo en concreto, pueden elegir otros, aunque incluyan ingredientes menos saludables, si de ese modo sí van a consumir algún lácteo, pues estos productos serían, en su discurso, tan necesarios, que seguiría valiendo la pena consumirlos, en cualquier formato y con cualquier tipo de aditivos:

Independientemente de que estén o no saborizados, los alimentos basados en leche no solo son ricos en calcio, sino en muchos otros micronutrientes esenciales. Aumentar su consumo entre los niños mediante estos planes mejora el valor nutricional de sus dietas en esta importante etapa de desarrollo y

---

<sup>290</sup> "As highlighted in our [nutrition fact sheet](#) regarding the school food scheme, EDA, the voice of the European milk processors, points that dairy products provide a multitude of essential vitamins and minerals that are of vital significance for health throughout the life cycle, but expressly during the growth and development phase that occurs in childhood and adolescence. As milk and dairy consumption has been declining in children and adolescents, it has never been as important to have a substantial programme where the EU provides a positive encouragement to reduce decreasing dairy consumption among youth while hand in hand helping to combat the rising micronutrient deficiencies in children".

proporciona salud a largo plazo para nuestra próxima generación (EDA\_PR\_12\_2015\_4982\_PR\_EDA-  
\_World\_School\_Milk\_Day\_30\_September)<sup>291</sup>.

Este uso de la comunicación está en línea de la insistencia que muestra la industria para intentar que el plan de leche o alimentación escolar aumente su variedad de productos lácteos promocionados en las escuelas, en mensajes como el que sigue, de EDA:

Además de la leche y los lácteos básicos, los estudios muestran que tener una amplia variedad de leches y **yogures con sabor puede ayudar a aumentar el consumo de leche** y aumentar la ingesta de vitaminas, minerales y proteínas sin ningún impacto adverso sobre el peso (17-20)<sup>b</sup>. Una variedad de estudios también muestran que un consumo frecuente de yogur está relacionado con una mejor dieta en general (19,20,21). En algunos países, **los niños que beben leches saborizadas tienen una ingesta total de leche más alta** que los que beben leche normal, mientras que la ingesta de azúcares añadidos no difiere mucho entre esos grupos. Los niños que beben leche natural y con sabor tienen una ingesta significativamente mayor de vitamina A, calcio, fósforo, magnesio y potasio que aquellos que solo beben leche natural.

Un estudio de EEUU mostró que eliminar las leches con sabor de las escuelas reduce el consumo general de leche y afecta negativamente a la ingesta de nutrientes de los niños (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA)<sup>292</sup>.

---

<sup>291</sup> "Regardless of flavoured or unflavoured, milk based foods are not only rich in calcium but also in many other essential micro-nutrients. Increasing consumption among children under these schemes enhances the nutritional value of their diets in this important development stage and provides long term health benefits for our next generation".

<sup>292</sup> "Besides basic plain milk and dairy, studies show that having a wide variety of **flavoured milks and yoghurts can help to increase milk consumption** and boosting their vitamin, mineral and protein intake without any adverse impact on weight (17-20)<sup>b</sup>. A variety of studies also show that a frequent consumption of yogurt is related with a better diet overall (19,20,21). In some countries, **children that drink flavoured milks have a higher total milk intake** than those who drink regular milk, while intake of added sugars does not differ much between those groups (22). Children who drink both plain and flavoured milk have significantly higher intakes of vitamin A, calcium, phosphorus, magnesium, potassium than those who only drink plain milk (22). A US study showed that removing flavoured milks from schools leads to a decrease in

### **5.3.3.2. Mujeres como público objetivo específico**

Las mujeres son otro público objetivo regular de los mensajes de los lobbies y think tanks estudiados. En general, como gestora del hogar, y por tanto decisora y compradora, pero también en particular, cuando ella es el público objetivo consumidor.

En las comunicaciones analizadas, se puede diferenciar dos segmentos específicos de público objetivo dentro de la categoría mujeres. Por una parte, las mujeres posmenopáusicas. Por otra parte, las mujeres gestantes.

En el caso de las mujeres posmenopáusicas, la industria láctea hace alusión a un mayor riesgo de fracturas óseas. En este caso, al igual que en otros, ligan uno de los nutrientes que contienen la leche materna de vaca, el calcio, directamente con todos los productos lácteos. Ejemplos de comunicación en este sentido son los siguientes, ambos pertenecientes a comunicaciones de EDA:

Es bien sabido que las mujeres posmenopáusicas son la población objetivo con alto riesgo de desarrollar osteoporosis y sufrir fracturas: dos tercios de todos los incidentes de fractura ocurren en mujeres. Esto se correlaciona con el hecho de que las mujeres posmenopáusicas tienen mayores necesidades de calcio en comparación con la población adulta en general (EDA\_position-paper-8-IDF\_argumentation-against-BMJ-article-2014-11-142)<sup>293</sup>.

Como los productos lácteos contienen calcio, que es esencial para el mantenimiento de los huesos, es importante proteger la salud de los huesos al incorporar los lácteos en una dieta sana y equilibrada (EDA\_FS\_5\_2013\_Dairy\_Nutrition\_Digest\_3)<sup>294</sup>.

En cuanto a las comunicaciones que tienen a las mujeres gestantes como público objetivo, se propone la leche como un alimento que contiene muchos de los nutrientes

---

overall milk consumption and negatively impacts children's nutrients intake".

<sup>293</sup> "It is well known that Postmenopausal women are the target population at high risk of developing osteoporosis and suffering fractures: two thirds of all fracture incidents occur in women. This correlates with the fact that post-menopausal women have increased needs for calcium vs the general adult population".

<sup>294</sup> "As dairy products contain calcium, which is essential for the maintenance of bones, it is important to protect bone health by incorporating dairy in a healthy balanced diet".

necesarios durante el embarazo y la lactancia en párrafos como el que sigue, de una comunicación de EDA:

Durante el embarazo y la lactancia, muchos de los nutrientes como proteína, fósforo, magnesio, yodo, vitamina B12, vitamina B2, son necesarios en grandes cantidades (10). Los estudios científicos muestran que, como parte de una dieta saludable, los lácteos son asociados con muchos efectos sobre la salud, que incluyen: control y composición del peso corporal, presión arterial más baja y riesgo reducido de diabetes tipo 2 (11,12,13,14,15,16) (EDA\_FS\_8\_2017\_08\_30\_EDA\_Health\_benefits\_and\_nutritional\_value\_of\_dairy\_final)<sup>295</sup>.

Además, se propone la ingesta de lácteos como prevención al desarrollo de diabetes estacional, en oraciones como las siguientes, también en comunicaciones de EDA:

Los lácteos pueden beneficiar a las mujeres embarazadas con diabetes gestacional (EDA\_FS\_3\_2013\_Dairy\_Nutrition\_Digest\_1)<sup>296</sup>.

El consumo de lácteos bajos en grasa como parte de la dieta DASH pueden beneficiar a las mujeres que desarrollan un tipo especial de diabetes durante el embarazo (EDA\_FS\_3\_2013\_Dairy\_Nutrition\_Digest\_1)<sup>297</sup>.

### **5.3.3.3. Personas mayores como público objetivo específico**

Los grupos de interés de la industria láctea también promocionan la necesidad de un mayor consumo de leche en las personas mayores, aludiendo a necesidades especia-

---

<sup>295</sup> "During pregnancy and breast-feeding, many of the nutrients such as protein, phosphorous, magnesium, iodine, vitamin B12, vitamin B2 are required in larger amounts (10). Scientific studies show that as part of a healthy diet dairy is associated with many health effects, including: body weight management and composition, lower blood pressure and reduced risk of type 2 diabetes" (11, 12, 13, 14, 15, 16).

<sup>296</sup> "Dairy may benefit pregnant women with gestational diabetes".

<sup>297</sup> "Consumption of low-fat dairy as part of the DASH diet may benefit women that develop a special type of diabetes during pregnancy".

les y a riesgos asociados con el envejecimiento como se puede comprobar en pasajes como el que se citará a continuación.

En el siguiente párrafo, perteneciente a una hoja de datos nutricionales de EDA, se habla sobre el proceso del envejecimiento, utilizando estadísticas para explicar que las personas, a medida que envejecen, van perdiendo masa muscular. Se habla también de "fuerza" y de "función", y de terminología científica, como "aminoácidos esenciales". Con el fin de paliar este proceso, que en este documento aluden como "condición", se habla de la necesidad de ingerir proteínas. En este caso, se liga directa e inequívocamente el consumo de proteínas a un consumo de lácteos:

Envejecimiento. Una parte del proceso de envejecimiento es la pérdida de masa muscular (11,30). Aproximadamente el 30% de los ancianos mayores de 60 años y el 50% de los mayores de 80 años padecen esta condición (30). La evidencia muestra que una mayor ingesta de proteínas en los ancianos (superior a la recomendación mínima de 0,8 gr/k de peso corporal/día) tienen beneficios significativos con respecto a la masa muscular, la fuerza y la función (30,31). La Sociedad Europea de Nutrición Parental y Enteral recomienda a las personas mayores que tomen una ingesta diaria de proteínas de 1 a 1,2 gr/kg de peso corporal (32). La proteína ayuda a los ancianos a mantener la masa muscular y la movilidad (33), por lo tanto, se recomienda que cada comida contenga proteínas de alta calidad (30,34) que proporcionen todos los aminoácidos esenciales y otros nutrientes valiosos, como los que se encuentran en los productos lácteos (35) (EDA\_FS\_10\_2017\_08\_30\_EDA\_Protein\_Fact\_Sheet\_final)<sup>298</sup>.

---

<sup>298</sup> "Ageing. A part of the ageing process is the loss of muscle mass.<sup>(11,30)</sup> About 30% of elderly over 60 years old and 50% of over 80 year olds suffer from this condition.<sup>(30)</sup> Evidence shows that higher intakes of protein in the elderly (higher than the minimum recommendation of 0.8g/kg body weight/day) have significant benefits regarding muscle mass, strength and function.<sup>(30,31)</sup> The European Society of Parental and Enteral Nutrition (ESPEN), recommends to healthy older individuals a daily protein intake of 1-1.2g/ kg body weight.<sup>(32)</sup> Protein helps the elderly maintain muscle mass and mobility,<sup>(33)</sup> it is therefore recommended that every meal should contain high quality proteins<sup>(30,34)</sup> providing all essential amino acids and other valuable nutrients, such as those found in dairy products<sup>(35)</sup> ".

Las siguientes líneas siguen la misma narrativa de un modo más simplificado:

Los productos lácteos también suponen una ayuda para mantener la musculatura y la función muscular en personas mayores (EDA\_FS\_11\_2018\_01\_11\_Nutrition\_factsheet\_sugars)<sup>299</sup>.

A menudo se establece una relación de causa y efecto entre la disminución del consumo de lácteos y una ingesta inferior de nutrientes necesarios para los humanos:

**El consumo de leche está disminuyendo de manera sostenida en toda la UE**, especialmente en niños, adolescentes, mujeres jóvenes y personas mayores. Esto se correlaciona con el hecho de que muchos europeos tienen una ingesta inferior a la óptima de ciertos nutrientes como calcio, selenio, yodo y vitamina D (25), que se encuentran en muchos productos lácteos (EDA\_FS\_11\_2018\_01\_11\_Nutrition\_factsheet\_sugars)<sup>300</sup>.

Se hace énfasis también en las personas mayores y hospitalizadas, acorde con la voluntad de la industria de promover las compras de productos lácteos por parte de los hospitales y las residencias.

Un ejemplo del acento que pone la industria en relacionar el consumo de lácteos con una mejor salud en toda la población y especialmente en determinados grupos vulnerables se puede ver en el siguiente párrafo de una hoja de información nutricional de EDA. Comienzan explicando que la desnutrición es un fenómeno cada vez más frecuente entre las personas mayores y las personas hospitalizadas; argumentan que además de afectar al bienestar individual también suponen un gasto público importante. Tras exponer el problema, aportan la solución: un mayor consumo de productos lácteos. Con esta narrativa están fomentando la compra y consumo de todo tipo de

---

<sup>299</sup> "Dairy products also have a role in helping to maintain muscle mass and muscle function in older people".

<sup>300</sup> "**Milk consumption is steadily declining across the EU**, especially in children, adolescents, young women and elderly people. This correlates with the fact that many Europeans have less than an optimal intake of certain nutrients like calcium, selenium, iodine and vitamin D (25), which are found in many dairy foods".

productos lácteos en hospitales y residencias públicas:

**La desnutrición entre las personas mayores y las personas hospitalizadas es un fenómeno creciente** en las sociedades occidentales y afecta al bienestar del individuo, así como a los presupuestos de salud pública. Gracias a su composición nutricional específica, **los productos lácteos tienen un papel potencial en prevenir y revertir** esta tendencia negativa. La EDA sugiere que la subnutrición entre los ciudadanos de edad avanzada y las personas hospitalizadas sea una prioridad en los programas de salud de la UE presentes y futuros (EDA\_FS\_12\_2018\_02\_16\_EDA\_Nutrition\_factsheet\_Undernutrition\_in\_elderly)<sup>301</sup>.

#### 5.3.4. Descalificación de los sustitutos vegetales

En los mensajes de la industria láctea no se han podido identificar prácticamente menciones a las alternativas vegetales existentes para la leche animal y sus productos derivados.

La narrativa dominante identificada representa a los productos lácteos, como se ha visto antes, con cualidades específicas que no tendría ningún otro producto y que hacen merecer un trato especial a estos por parte de las instituciones europeas.

Los mensajes analizados utilizan una retórica negativa con respecto a los sustitutos vegetales de los productos lácteos, que son vistos como una competencia negativa para el negocio de la ILE. Tanto la amenaza percibida como la necesidad de elaborar una estrategia al respecto se pueden comprobar en extractos como este, que pertenece a un informe anual de EDA y que llega a hablar de un "Escudo Protector de los Láct-

---

<sup>301</sup> **"Undernutrition among elderly citizens and people being hospitalised is an increasing phenomenon** in Western societies and affects the well-being of the individual as well as public health budgets. Thanks to their specific nutritional composition, **dairy products have a potential role in preventing and reversing** this negative trend. EDA suggests undernourishment among elderly citizens and people being hospitalised is given a priority under the current and coming EU health programmes".



teos", un argumentario en positivo respecto a los lácteos de origen animal y una serie de respuestas a preguntas:

### **La imagen positiva de la leche y los lácteos**

Se sabe que la leche y los productos lácteos tienen atributos positivos únicos y generales durante siglos. Sin embargo, en los últimos años, la imagen positiva de los lácteos ha sido mal utilizada por sustitutos lácteos y productos sucedáneos, que no solo desaprovechan las características e imágenes positivas de la leche y los lácteos, sino también sus beneficios nutricionales.

Para continuar y mejorar la imagen positiva de los lácteos, será vital comunicar activamente las cualidades únicas y específicas de nuestros productos. La línea de base para nuestro trabajo de comunicación es lo que llamamos "**Escudo Protector de los Lácteos**", que es una colección completa de argumentos positivos sobre los lácteos, así como respuestas a preguntas. Este proyecto abarca cinco temas de actualidad: medio ambiente, salud y bienestar animal, nutrición y salud, procesamiento de los lácteos y sector global (EDA\_Annual\_Report\_2017-18-03)<sup>302</sup>.

En sus comunicaciones, los grupos de interés de la industria láctea afirman tener una preocupación por los sustitutos y sucedáneos de los lácteos, como competencia de los productos que comercializan. Admiten que tienen una estrategia de comunicación llamada "Escudo Protector de los Lácteos" que se basa en cinco temas diferentes: medio ambiente, salud y bienestar animal, nutrición y salud, procesamiento de los lácteos y sector global.

---

<sup>302</sup> "**The positive image of milk and dairy** Milk and dairy products have been known to carry unique and overall positive attributes for centuries. The positive image of dairy has however in recent years been misused by dairy substitutes and 'ersatz' products, that not only squander the positive characteristics and images of milk and dairy, but also their nutritional benefits.

In order to continue and improve the positive image of dairy, it will be vital to actively communicate the unique and specific qualities of our products. The baseline for our communication work is what we refer to as the '**Dairy Protective Shield**', which is a comprehensive collection of positive arguments on dairy, as well as answers to questions. This project runs along five topical themes: environment, animal health & welfare, nutrition & health, dairy processing and a global sector".

Dichas preocupaciones admitidas se ejemplifican en pasajes de texto como el siguiente de EDA, que habla de la protección de los términos lácteos en la Unión Europea:

A la luz de las cualidades específicas de la leche, el Consejo de las Comunidades Europeas implementó **el 2 de julio de 1987 una protección específica de los términos lácteos en la Regulación (EEC) número 1898/87** en la protección de las designaciones utilizadas en la comercialización de la leche y los productos lácteos (2) (EDA\_PR\_10\_30\_years\_of\_dairy\_terms\_\_protection\_170704)<sup>303</sup>.

Se puede observar también que las cualidades específicas de las que hablan los grupos de interés de la industria láctea residen en que la leche de vaca es, como los propios textos definen, "la secreción de un mamífero":

En la UE, la leche y los productos lácteos han sido legalmente reconocidos durante décadas como únicos en su composición, calidad y como fuente nutricional, siendo la secreción de un mamífero (EDA\_PR\_10\_30\_years\_of\_dairy\_terms\_\_protection\_170704)<sup>304</sup>.

Siempre que los grupos de interés tienen en cuenta en sus textos la existencia de alternativas de origen vegetal en su discurso, las peyorativizan (las negritas, versales y destacadas en todo el texto son parte de la edición original de cada uno de los textos seleccionados):

**SABÍA QUE... El calcio de los lácteos se absorbe mejor que el calcio de fuentes vegetales** (27) y que represente más del 50% de la ingesta total de calcio de los niños en países europeos (Negritas en el original) (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA\_\_Nutrition\_factsheet\_\_Dairy\_and\_children\_\_D-NUT-18-018)<sup>305</sup>.

---

<sup>303</sup> "In light of specific milk qualities, the Council of the European Communities implemented on **2<sup>nd</sup> July 1987 a specific protection of dairy terms in Regulation (EEC) No 1898/87** on the protection of designations used in marketing of milk and milk products<sup>2</sup>".

<sup>304</sup> "In the EU, milk and dairy products have been legally recognised for decades as unique in their nutritional composition, quality and source, being the secretion from a mammal".

<sup>305</sup> "**DID YOU KNOW... ..Dairy calcium is better absorbed than calcium from plant sources** (27) and accounts for more than 50% of children's total calcium intake in European

En este caso, además, utilizan las estadísticas de manera confusa, pues que represente más del 50% de la ingesta total no significa que no haya otras formas de obtener dicho calcio, sino que las costumbres, ahora mismo, serían así. Destacan la afirmación comparativa dentro de un recuadro, y además, hacen un doble destaque poniendo la frase en negrita.

Reflexiones sobre la sustitución teórica de los lácteos (21,22,23,24).

Teóricamente, comer menos productos de origen animal y más productos de origen vegetal reduciría la huella ambiental de la dieta en su conjunto. Sin embargo, los aspectos de salud y nutrición también deben ser considerados para tales cambios en la dieta (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>306</sup>.

La sustitución de los lácteos, y la reducción de su huella ecológica, se representa como únicamente "teórica".

Desde la industria, se dice que para obtener todos los nutrientes que se obtienen con la alimentación de origen animal habría que consumir grandes cantidades de vegetales, que sobrepasarían las cantidades a ingerir que se recomiendan desde las entidades oficiales. Esto supone utilizar las guías nutricionales para justificar su discurso, para cuya elaboración la misma industria ha jugado un relevante papel para justificar el consumo de sus productos por encima de otros. Sin embargo, ciertos productos de origen animal también contienen los nutrientes que dicha industria pretende monopolizar como suyos. En el siguiente párrafo, publicado dentro de una hoja informativa sobre nutrición y sostenibilidad, se manifiesta lo anterior y se puede percibir una descalificación de las propiedades nutricionales de las frutas, verduras y legumbres en comparación a los lácteos:

---

countries".

<sup>306</sup> "**Reflections on the theoretical replacement of dairy (21,22,23,24)** Theoretically, eating less animal-based product and more plant-based products would reduce the environmental footprint of the diet as a whole".

la figura 6 refleja las consecuencias de comer menos carne y productos lácteos y de no comer carne y productos lácteos en términos de macro y micro nutrientes. Para alcanzar las mismas cantidades de nutrientes (33), necesitaríamos consumir cantidades de frutas, verduras y legumbres mucho más grandes que las porciones diarias recomendadas (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>307</sup>.

Cuando se habla de alternativas vegetales a los lácteos se utilizan siempre comillas, por ejemplo en este texto de EDA "(...)una actualización sobre los lácteos contra las 'alternativas a los lácteos' vegetales (...)" (EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_3)<sup>308</sup> y hay una pretensión constante de advertir siempre de que estas presuntas alternativas no son tales en realidad. Es posible, como se ve, identificar una retórica de descalificación respecto a las alternativas vegetales.

Al mismo tiempo se puede admitir que hay un gran interés/preocupación en este tema dentro de la industria láctea, por la organización del tipo de actos en los que se habla de este tema, así como la comunicación posterior a dichos eventos:

Este intercambio informal anual entre expertos en lácteos y asistentes MEP de toda la Unión aborda temas sobre la 'Perspectiva láctea sobre nutrición sostenible' de Hélène Simonin (Directora de Alimentos, Medio Ambiente y Salud de EDA) y una actualización sobre los lácteos contra las 'alternativas a los lácteos' vegetales desde un punto de vista nutricional y de salud de la población por Anne Louise Mørbak (Directora de Nutrición Global de Arla Foods) (EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_3)<sup>309</sup>.

---

<sup>307</sup> "Figure 6 reflects the consequences of eating less meat and dairy (white) and of not eating meat and dairy product (black) in terms of macro- and micro-nutrients. (33) In order to reach the same quantities of nutrients, we would need to consume quantities of fruits, vegetables and legumes far greater than the recommended daily portions".

<sup>308</sup> "an update on dairy vs. plant-based "dairy alternatives".

<sup>309</sup> "This annual informal exchange between dairy experts and MEP assistants from across the Union tackles the currently hot nutrition and health topics. This year's edition highlighted presentations on 'Dairy perspective on sustainable nutrition' by **Hélène Simonin** (Director Food, Environment & Health at EDA) and an update on dairy vs. plant-based "dairy alternatives" from a nutritional and population health point of view, by **Anne Louise Mørbak** (Director Global Nutrition, Arla Foods)".

Los sustitutos son, incluso, perjudiciales, según la industria láctea, pues "conducen" a una "ingesta suficiente de nutrientes esenciales" para niños y adolescentes:

Desafortunadamente, la ingesta general de leche de los niños está disminuyendo, al reemplazar a menudo la leche y los lácteos por alimentos y bebidas potencialmente pobres en nutrientes y densos en energía. Muchos niños y adolescentes no alcanzan sus recomendaciones para los productos lácteos, lo que conduce a una ingesta insuficiente de nutrientes esenciales (EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_5)<sup>310</sup>.

En los textos se han identificado numerosas afirmaciones relacionadas con las plantas que denostan su capacidad nutritiva, detectables en párrafos como el siguiente de EDA:

Si bien algunas plantas son buenas fuentes de proteínas, la mayoría de las proteínas vegetales son de baja calidad, lo que significa que son deficientes en 1 o más de los 5 aminoácidos esenciales (EDA\_FS\_17\_EDA\_Nutrition\_Sustainability\_Factsheet\_Feeding\_the\_world\_with\_dairy\_March\_2019)<sup>311</sup>.

Así pues, se apela a la ciencia para conseguir esta denigración de los sustitutos vegetales, apelación combinada con redundancias e hipérboles. Por otra parte, cuando se habla de "leche", sin utilizar ningún tipo de complemento o adjetivo, se hace únicamente referencia a la leche materna de vaca, como en el siguiente ejemplo de oración:

BEBER LECHE CONTRIBUYE A HÁBITOS SALUDABLES PARA UNA VIDA SALUDABLE (Mayúsculas en el original) (EDA\_FS\_13\_2018\_03\_05\_EDA\_\_Nutrition\_factsheet\_\_Dairy\_and\_children\_\_D-NUT-18-018)<sup>312</sup>.

---

<sup>310</sup> "Unfortunately, children's overall milk intake is declining as milk and dairy is often replaced by potentially nutrient-poor, energy-dense foods and beverages. Many children and adolescents do not reach their recommendations for dairy, which leads to insufficient intakes of essential nutrients".

<sup>311</sup> "Whilst some plants are good sources of protein, most plant proteins are of low-quality, meaning they are deficient in 1 or more of 5 of the essential amino acids (EAAs). (28) "

<sup>312</sup> "DRINKING MILK CONTRIBUTES TO HEALTHY EATING HABITS FOR A HEALTHY LIFE".

El suprimir estos dos complementos es una clave para la normalización de la explotación de las vacas y la muerte de sus terneros (necesaria para la segregación de la leche materna) y la peyorativización del resto de leches vegetales disponibles. En realidad si la industria láctea persiguiese la información transparente y que no lleve a confusión a los consumidores, deberían vender su leche como lo que es: materna y de un mamífero: las vacas.

A continuación, se presenta un ejemplo en el que se implica que existen narrativas "anti-lácteos":

Esta semana, el Consejo de Salud de Bélgica publicó una opinión experta que confirma que no hay evidencia científica para vincular la leche y los productos lácteos y el aumento del riesgo de cáncer de mama. Una vez más, las declaraciones "anti-lácteos" carecen de respaldo científico.

El informe belga respalda las políticas nacionales que recomiendan el consumo de leche y productos lácteos como una parte importante de una dieta equilibrada y saludable y destaca la importancia de la leche y los productos lácteos desde la perspectiva de la salud pública (EDA-Dairy\_Flash\_2015\_36)<sup>313</sup>.

### 5.3.5. Guías y consejos dietarios

El análisis del discurso ha detectado una retórica reiterada de peticiones a las instituciones, tanto a los gobiernos de los Estados miembros como a la Comisión Europea, para que se incentive el consumo de lácteos entre la población a través de las guías y consejos dietarios.

---

<sup>313</sup> "This week the Health Council of Belgium published an [expert opinion](#) confirming that there is no scientific evidence to link milk and dairy products and increased risk of breast cancer. Once again "anti-dairy" statements lack any scientific backing.

The Belgian report supported the national policies recommending consumption of milk and dairy products as important part of balanced and healthy diet and highlighted the importance of milk and dairy from the public health perspective".

Además, en sus comunicaciones, los grupos de interés de la ILE dedican especial atención a mostrar y aconsejar a sus entidades asociadas cómo enviar estos mensajes a las autoridades.

A través de comunicados internos, como en el extracto que veremos a continuación, los grupos de interés a menudo especifican el tipo de comunicaciones que es preciso que sus asociaciones adheridas lleven a cabo. En el caso de EDA, se sugiere que se comuniquen los argumentos positivos en torno a la nutrición, la salud y el papel para el medio ambiente:

Comunicación de los argumentos positivos sobre los productos lácteos en nutrición, salud y su papel para el medio ambiente.

Los lácteos son buenos para ti: la industria láctea está muy orgullosa de sus productos, naturalmente ricos en nutrientes, con un papel importante para la salud y nutrición humana (y animal), y tienen un papel relevante en el medio ambiente europeo, los paisajes y el desarrollo rural. Nuestra función como EDA es comunicar sobre estos aspectos positivos y sobre diferentes iniciativas de las instituciones europeas, utilizando la ciencia y el conocimiento más actuales en nuestros mensajes.

La comunicación consiste en mensajes y divulgación, pero también es importante el tiempo en que se comunica. Hemos logrado en varias ocasiones tener nuestras publicaciones disponibles con anterioridad a la elaboración de informes relevantes de la Comisión o iniciativas legislativas, estableciendo, por tanto, el marco para las discusiones que están por llegar.

Nuestras actividades de comunicación son relevantes: la escena europea de Bruselas y más allá no solo lee nuestras publicaciones, sino que perciben nuestra comunicación de la forma en que queremos que se perciba: como una invitación para una discusión más profunda sobre el tema, como un claro signo de nuestro compromiso de ser parte de un diálogo constructivo e inclusivo (EDA\_Annual\_Report\_2015\_16)<sup>314</sup>.

---

<sup>314</sup> "Communication on dairy positives for nutrition, health and its role for the environment.

Destacan a su vez que los argumentos que utilizan –aquellos que a la vez recomiendan utilizar– están basados en la ciencia, y también explicitan que es adecuado realizar la comunicación en momentos concretos, como por ejemplo antes de la elaboración de informes o iniciativas legislativas europeas relevantes, como se ha podido ver en el anterior ejemplo.

En los textos estudiados se identifica una narrativa que obvia completamente las desventajas que pueden tener, para ciertos grupos poblacionales, ciertos productos lácteos, a costa de su total recomendación. Esta narrativa se basa en recordar que todo el mundo debe consumir lácteos para tener una buena salud. Precisan, en sus mensajes, que se debe escoger el lácteo que se adapte mejor a cada grupo, porque es mejor tomar un lácteo, a pesar de que incluya por ejemplo azúcar o grasa, que prescindir de tomarlo:

Todos los grupos de edad deben comer lácteos entre 2 y 4 veces al día, y cada uno puede elegir los productos que se adaptan mejor (5) (EDA\_PR\_5\_Positive\_Dairy\_Story\_February\_2018)<sup>315</sup>.

La documentación analizada expresa una voluntad de que las comunicaciones realizadas se implementen desde una narrativa beneficiosa para su realidad: los lácteos como un producto completo en lugar de hablar de nutrientes (ejemplo, calcio), que también poseen otros productos (por ejemplo, los procedentes de origen vegetal) que podrían competir con los lácteos.

---

Dairy is good for you: The dairy industry is very proud of its products – naturally rich in nutrients, with an important role for human (and animal) health and nutrition, and a relevant role in European environment, landscapes and the rural development. It is our role as EDA to communicate on these positives and on different initiatives of the European institutions, using latest science and knowledge in its messages.

Communication is about messages and outreach, but also about timing. We managed at several occasions to have our EDA publications available in advance of relevant Commission reports or legislative initiatives – and hence we did set the framework for the discussions to come.

Our communication activities are relevant: the European environment in Brussels and beyond does not only read our publications, but perceives our communication in the way we want it to be perceived: as an invitation for further in depth discussion on the subject, as a clear sign of our commitment to be part of a constructive and inclusive dialogue".

<sup>315</sup> "All age groups should be eating dairy between 2 and 4 times a day, and each can choose which products suit them best<sup>5</sup>".



Por otra parte, y al mismo tiempo, la industria utiliza el recurso de emplear las actuales guías dietarias (que hoy por hoy son favorables a la narrativa de la industria y recomiendan los lácteos en cantidades muchas veces criticadas por nutricionistas independientes) como legitimadoras para que se siga apoyando el consumo de lácteos desde las instituciones:

Por lo tanto, debe incluir nutrientes cuya ingesta hay que estimular y nutrientes que hay que limitar en una dieta, estar en línea con las recomendaciones oficiales dietarias, así como estar científicamente justificado, y estimular un patrón dietético saludable (EDA\_PR\_8\_FOP\_labelling\_171018)<sup>316</sup>.

En este sentido, es preciso recordar que las guías dietarias son, en gran parte, producto de la acción de lobby de las empresas de la industria. Es decir; en esta obra en dos actos, en el primer acto la industria participa en la elaboración de las guías, y en el segundo acto argumenta que estas guías son una fuente con la suficiente autoridad como para que el público deba creer su contenido, utilizando dichas guías como referencia para comunicar que es necesario consumir sus productos, como en el ejemplo siguiente, en el que afirman que "pautas dietéticas en todos los países de la UE recomiendan los lácteos como parte de la dieta diaria": "Más allá del valor nutricional puro, se conocen o se han sugerido varios otros beneficios para la salud. Las pautas dietéticas en todos los países de la UE recomiendan los lácteos como parte de la dieta diaria"(EDA\_FS\_16\_EDA\_Nutrition\_Science\_Fact\_Sheet)<sup>317</sup>.

Se da la misma situación para otro tipo de decisiones dietarias. Como las decisiones dietarias a nivel europeo han recomendado y recomiendan los lácteos como parte importante, esto demuestra que la leche y los lácteos tienen beneficios nutricionales que deben primar por encima de otros contenidos de los alimentos lácteos que no son tan positivos para la salud. Resulta curioso que la industria láctea utiliza las decisiones que les han beneficiado como legitimadoras de su narrativa, cuando existen altas probabi-

---

<sup>316</sup> "Thus, it needs to include both nutrients to encourage and nutrients to limit in a diet, be in line with official dietary recommendations as well as be scientifically substantiated and stimulate a healthy dietary pattern".

<sup>317</sup> "Beyond pure nutritional value, several other health benefits are known or have been suggested. Dietary guidelines in every EU country recommend dairy as part of the daily diet" (EDA\_FS\_16\_EDA\_Nutrition\_Science\_Fact\_Sheet).

lidades de que la comunidad política haya aprobado su narrativa, en primer lugar, como resultado de sus propias presiones:

El Secretario General de EDA, Alexander Anton, destaca que está bien establecido que la leche y los productos lácteos son una parte importante de las guías dietarias y de las recomendaciones en toda Europa. Los beneficios de la leche y los lácteos han sido reconocidos continuamente en el recientemente evaluado Plan de Leche Escolar Europeo (EDA\_PR\_8\_FOP\_labelling\_171018)<sup>318</sup>.

Desde el sector de los lácteos se pide a la UE que incentive el consumo de lácteos con diferentes fines a diferentes grupos sociales concretos, como se planteó en el epígrafe que especificaba comunicación a determinados grupos.

A la vez, la industria construye, como se ha podido percibir, cierta narrativa de injusticia de la UE hacia su sector (cuando comunica "productos a evitar" o componentes a evitar, que tienen los productos lácteos).

### **5.3.6. Utilización de eufemismos para evitar terminologías negativas**

En la retórica empleada por los grupos de interés de la industria láctea, destaca el uso de eufemismos para describir dietas en las que caben todo tipo de alimentos, incluidos los lácteos. El tono de los mensajes es siempre positivo, y se emplean términos como "sentido común", "alimentación equilibrada" y expresiones como "hay que comer de todo", para evitar terminología negativa con respecto a algunos productos.

Se afirma que es necesario considerar los lácteos "como un todo" y "y apoyar a los alimentos ricos en nutrientes esenciales" (EDA\_PR\_8\_FOP\_labelling\_171018), es decir, que se debe promocionar los productos lácteos, desde su etiquetado, entre otros formatos, como un producto completo que no se puede juzgar por sus nutrientes individuales. Aunque esto signifique obviar el lado más negativo para la salud de ciertos productos:

---

<sup>318</sup> "EDA Secretary general, Alexander Anton, highlights that it is well established that milk and dairy products are an important part of the dietary guidelines and recommendations across the EU<sup>5</sup>. The health benefits of milk and dairy have been continuously recognised in the recently evaluated European School Milk Scheme".

EDA cree que los esquemas de etiquetado voluntario utilizados además de la declaración nutricional requerida por la ley de la UE pueden ser una herramienta adicional útil para los consumidores si cumplen con una serie de criterios importantes: dicho esquema debe considerar la comida como un todo y apoyar a los alimentos ricos en nutrientes esenciales. Por lo tanto, debe incluir nutrientes cuya ingesta hay que estimular y nutrientes que hay que limitar en una dieta, estar en línea con las recomendaciones oficiales dietarias, así como estar científicamente justificado, y estimular un patrón dietético saludable (EDA\_PR\_8\_FOP\_labelling\_171018)<sup>319</sup>.

A la vez, desde la industria, no solo aconsejan a sus propias entidades cómo comunicar, sino que también definen lo que las instituciones públicas deberían recomendar y lo que no, y cómo deberían hacerlo:

La futura estrategia de UE sobre nutrición y salud pública no debería centrarse en la reformulación. En cambio, debería poner el foco en la educación nutricional y en la promoción de una dieta y estilo de vida saludables, incluyendo actividad física, para cambiar el comportamiento del consumidor (EDA\_FS\_14\_Fact\_sheet\_on\_nutrition\_goals)<sup>320</sup>.

Es decir, según los textos estudiados, hay que centrarse en educar al público, no en reformular los alimentos, es decir, en su discurso, la Unión Europea no debería fomentar que la industria elabore productos mejores y más saludables, sino que piden que se eduque al público para que lleve un estilo de vida que de algún modo compense la ingesta que los productos que la industria vende, por ejemplo cuando los productos contienen altas calorías basadas sobre todo en azúcares.

---

<sup>319</sup> "EDA believes that voluntary labelling schemes used in addition to the nutrition declaration required by the EU law can be a useful additional tool for consumers if they fulfil a number of important criteria: such a scheme should look at the food as a whole and support foods rich in essential nutrients. Thus, it needs to include both nutrients to encourage and nutrients to limit in a diet, be in line with official dietary recommendations as well as be scientifically substantiated and stimulate a healthy dietary pattern".

<sup>320</sup> "The future EU strategy on nutrition and public health should not focus on reformulation. Instead, focus should be put on nutrition education and on the promotion of a healthy diet and lifestyle, including physical activity, in order to change consumer behaviour".

Desde el sector de los lácteos se pide a la UE que, en sus mensajes de salud, no utilice terminología negativa en sus mensajes a los ciudadanos. Nunca fomentar el no consumo de un producto lácteo en concreto. Esta estrategia se puso de manifiesto en el segundo apartado del capítulo correspondiente al marco teórico de la presente tesis doctoral (2.2.7. La comunicación estratégica del sector alimentario), donde se explica que para la experta Marion Nestle, la industria alimentaria se beneficia de que existan pseudoverdades en el imaginario de la población como que no existen alimentos "malos", que todos los alimentos pueden ser incorporados en dietas saludables si se hace "con moderación", u otras afirmaciones como que "lo importante es comer de todo" o "mantener un equilibrio y una variedad" o "no existen alimentos "buenos" excepto cuando son los alimentos que ellos venden, por lo que no existirían motivos para que desde las instituciones se emitan mensajes restrictivos respecto a ninguno de los productos que se comercializan, a pesar de que en algunos casos se sabe que son tóxicos, sino, en todo caso, llamadas a la moderación (Nestle, 2002, p.21).

Así se explica, entre otros motivos, que la industria se mostrase reacia al etiquetado propuesto mediante semáforos, tal y como explican ellos mismos en una nota de prensa:

El sector lácteo de la UE destaca el valor nutricional de los lácteos y su importancia en la dieta, y por tanto refuta el etiquetado propuesto de los semáforos ya que no es adecuado para informar mejor sobre las propiedades nutricionales globales de la leche y de los productos lácteos

EDA cree que los esquemas de etiquetado voluntario utilizados además de la declaración nutricional requerida por la ley de la UE pueden ser una herramienta adicional útil para los consumidores si cumplen con una serie de criterios importantes: dicho esquema debe considerar la comida como un todo y apoyar a los alimentos ricos en nutrientes esenciales. Por lo tanto, debe incluir nutrientes cuya ingesta hay que estimular y nutrientes que hay que limitar en una dieta, estar en línea con las recomendaciones oficiales dietarias, así como estar científicamente justificado, y estimular un patrón dietético saludable (EDA\_PR\_8\_FOP\_labelling\_171018)<sup>321</sup>.

---

<sup>321</sup> "The EU dairy sector highlights the nutritional value of dairy and its importance in the diet –

Así, EDA, en su nota de prensa, muestra que no aprueba el sistema de etiquetado de semáforos, porque en dichos esquemas debería hablarse de "nutrientes a recomendar/estimular y nutrientes a limitar".

Es importante el uso de "nutrientes a limitar". Por una parte se habla de "nutrientes" porque suena a que se trata de componentes necesarios en la dieta. Por otra parte, no se utiliza la palabra "evitar" sino "limitar", en consonancia con la petición general de las industrias de la alimentación; nunca decir "no consumas x producto".

En el mismo sentido, y en combinación con el tipo de comunicación "siempre en positivo" que se recomienda desde la comunicación interna desde toda la industria de alimentación en general, se hace una crítica constante en el material analizado a todas aquellas posibles limitaciones que se pretendan efectuar al consumo de lácteos.

De ahí que la industria esté en contra del control del tamaño de las porciones, así como del uso de recursos visuales como los semáforos, dado el alto nivel de grasas y azúcares que poseen muchos de los productos que vende esta industria, que quedaría patente en este tipo de grafismos.

El recurso "sentido común" se utiliza a menudo como sinónimo de la narrativa "hay que comer de todo" que es la que beneficia a los productos que pueden tener algunas contraindicaciones nutricionales, como los lácteos. Se puede observar la comunicación en este sentido en el siguiente párrafo, publicado por EDA:

EDA había protestado firmemente contra el apoyo que este sistema de etiquetado ha recibido de la Comisión de la UE y sigue actualmente en la vanguardia de las críticas a la ENL debido al uso de tamaños de porción, la base del semáforo codificado por colores y la completa falta de consideración a los mi-

---

and thus refutes the proposed traffic light labelling by the Evolved Nutrition Labelling Initiative (ENL) as it is not adequate for better informing on global nutritional properties of milk and dairy products".

"EDA believes that voluntary labelling schemes used in addition to the nutrition declaration required by the EU law can be a useful additional tool for consumers if they fulfil a number of important criteria: such a scheme should look at the food as a whole and support foods rich in essential nutrients. Thus, it needs to include both nutrients to encourage and nutrients to limit in a diet, be in line with official dietary recommendations as well as be scientifically substantiated and stimulate a healthy dietary pattern".

cronutrientes, como vitaminas y minerales. Ya en febrero de este año, Mars se retiró del proyecto.

EDA continuará abogando por un enfoque de sentido común y un etiquetado nutricional que refleje la riqueza nutricional única de los productos lácteos (EDA\_Dairy\_Flash\_2018\_21)<sup>322</sup>.

Este tipo de narrativas ligadas al "equilibrio", es decir a "llevar una dieta equilibrada" o "variada", donde se recomiende "comer de todo", "sin abusar de nada" son muy fomentadas por la industria. Se trata de mensajes que, en realidad, persiguen suavizar los descubrimientos científicos ligados a ciertos alimentos, a ciertos nutrientes o a ciertos aditivos, cuando no interesa que se desaconseje el consumo de algún producto de los que comercializan. Un ejemplo muy claro de esto es el siguiente párrafo, publicado por EDA en una hoja informativa de nutrición en la que se abordaba el tema de los azúcares.

Los azúcares son un aditivo que la industria láctea utiliza a menudo, en productos como leches saborizadas, yogures y postres lácteos. Dichos productos se ofertan tanto en escuelas como en hospitales y residencias. Con este tipo de comunicación se trata de suavizar el mensaje, cada vez más presente en la sociedad, de la inconveniencia del consumo de azúcar, precisamente apelando explícitamente a "una dieta variada y equilibrada" y "un consumo con moderación":

Existe una idea errónea cada vez mayor de que el azúcar es "malo" y "no saludable", pero es una fuente esencial de energía y se puede disfrutar como parte de una dieta variada y equilibrada cuando se consume con moderación y de acuerdo con las necesidades individuales de una persona. Los productos lácteos que contienen azúcar añadido también aportan una multitud de nutrientes esenciales. De hecho, además de los lácteos no endulzados, las leches y los yogures endulzados también se pueden considerar **una forma de**

---

<sup>322</sup> "EDA had firmly protested against the support that this labelling scheme has received from the EU Commission and is still today at the forefront to criticise the ENL because of the use of portion sizes, the colour coded traffic light basis and the complete lack of consideration for micronutrients like vitamins and minerals. Already in February this year, Mars pulled out of the project. EDA will continue advocating for a common sense approach and a transparent nutrition labelling that reflects the unique nutrient richness of dairy products".

**augmentar el consumo de leche y aumentar la ingesta de vitaminas, minerales y proteínas de la población sin ningún impacto adverso sobre el peso** (27-29) (EDA\_FS\_11\_2018\_01\_11\_Nutrition\_factsheet\_sugars)<sup>323</sup>.

En el párrafo que acabamos de ver, además, se relativiza la inconveniencia del contenido en azúcar, argumentando que son una forma de aumentar el consumo de leche. Es decir, lo importante es aumentar el consumo de estos productos, aunque contengan elementos dañinos, porque a la vez dichos productos pueden contener nutrientes interesantes. Lo que la industria no dice en su comunicación es que también se pueden conseguir dichos nutrientes interesantes para la salud en forma de otros alimentos que no tienen el lado negativo de los lácteos con aditivos.

### 5.3.7. La leche como metáfora de "oro blanco"

La industria láctea basa sus comunicaciones en las recomendaciones más antiguas, obvian lo que no interesa a su narrativa y obvian las recomendaciones más modernas que aconsejan evitar este tipo de grasas. Además, hacen afirmaciones que sugieren vender los lácteos como una sustancia perfecta, en un estilo casi esotérico "más allá del valor nutricional puro":

Más allá del valor nutricional puro, se conocen o se han sugerido varios otros beneficios para la salud. Las pautas dietéticas en todos los países de la UE recomiendan los lácteos como parte de la dieta diaria (EDA\_FS\_16\_EDA\_Nutrition\_Science\_Fact\_Sheet\_-\_Milk\_Fat)<sup>324</sup>.

A la vez, a través del discurso de la industria láctea se detecta una retórica que otorga a la leche un carácter sobrenatural, casi mitológico. De este modo, llegan a denominar a la leche "oro blanco" (El secretario general de EDA, citando a las instituciones euro-

---

<sup>323</sup> "There is a growing misconception that sugar is 'bad' and 'unhealthy', but it is an essential source of energy and can be enjoyed as part of a varied and balanced diet when consumed in moderation and according to a person's individual needs (26). Dairy products containing added sugar also deliver a multitude of essential nutrients. In fact, besides non-sweetened dairy, sweetened milks and yoghurts can also be considered a **way to increase milk consumption and boosting the population's vitamin, mineral and protein intake without any adverse impact on weight** (27–29).

<sup>324</sup> Beyond pure nutritional value, several other health benefits are known or have been suggested. Dietary guidelines in every EU country recommend dairy as part of the daily diet".

peas, sin referenciar al autor original de la frase, denomina la leche como "oro blanco"):

"Esta perspectiva positiva es compartida también por todos los expertos en lácteos, incluyendo a la Comisión Europea", añade Anton. "Para citar a la institución europea, La leche es y seguirá siendo el oro blanco para la próxima década"(EDA\_PR\_14\_2015\_4603\_PR\_EDA-\_Favorable\_dairy\_future\_141210\_Fina)<sup>325</sup>.

El hecho de que denominen a este producto "oro blanco" tiene una serie de connotaciones muy importantes. Por un lado, al utilizar como metáfora un elemento como el oro se está implementando una retórica que dota a la leche de cualidades como riqueza, valor económico, e incluso belleza.

Por otro lado, también, al comparar la leche con el oro, la representación que se hace de esta, en cuanto a la forma de conseguirla, es muy relevante. El oro se consigue a través de la minería; se extrae un elemento que se encuentra en la tierra y se comercia con él; la industria láctea también, a través de este discurso, representa la leche como un producto que puede "extraerse", como si fuese un objeto que se encuentra en algún lugar y se puede, simplemente, tomar, dejando fuera de la representación cuestiones relevantes que implica la producción de leche como la inseminación, el embarazo, y el parto de un ternero, entre otras.

Además, se ofertan los productos lácteos como panacea para solucionar casi cualquier tipo de problema, incluso a nivel global. Se manifiesta que a través del comercio y consumo de los productos lácteos es posible solucionar una cuestión tan importante y compleja como es la seguridad y sostenibilidad nutricional, a nivel mundial. Y se concluye afirmando que para lograr los objetivos nutricionales mundiales es necesario que para 2050 la producción de lácteos se triplique:

---

<sup>325</sup> "This positive outlook is also shared by all dairy experts, including the European Commission", adds [Alexander] Anton [Secretary General of the EDA], "To quote the EU institution, Milk is and will remain the white gold for the next decade" (EDA\_PR\_14\_2015\_4603\_PR\_EDA-\_Favorable\_dairy\_future\_141210\_Fina)



(..) los productos lácteos son la solución al problema de seguridad y sostenibilidad nutricional del mundo. La leche y los productos lácteos serán cruciales para enfrentar el desafío mundial de alimentar a miles de millones de personas con 2 o 3 porciones diarias de productos lácteos seguros y sostenibles. El Dr. Hill subrayó que, para cumplir con los objetivos de nutrición a nivel mundial, la producción láctea deberá triplicarse para 2050 (EDA\_PR\_16\_2014\_4521\_Summary\_Report\_-\_EDA\_World\_Dairy\_Forum\_20)<sup>326</sup>.

## **CAPÍTULO 6.**

### **CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN**

---

<sup>326</sup> "dairy is the solution to the world's nutrition security and sustainability problem. Milk and dairy will be crucial in meeting the world's global challenge of nourishing billions of people with 2 or 3 daily servings of safe and sustainable dairy products. Dr. Hill underlined that, in order to meet the nutrition goals globally, dairy production will need to be tripled by 2050".

## **6.1. Conclusiones**

El objetivo general de esta investigación ha sido estudiar el discurso de los grupos de presión de la industria láctea europea (ILE) desde una perspectiva crítica, en concreto antiespecista y focalizada en la representación discursiva de los animales que explota y en las recomendaciones alimentarias producidas con el fin de influir en las guías dietarias oficiales y en la opinión pública en general. Para ello se ha elegido como objeto de estudio a los principales grupos de interés (lobbies y think tanks) de la industria láctea en Europa.

A continuación se exponen las principales conclusiones para cada uno de los tres objetivos específicos de investigación.

### **6.1.1. Conclusiones objetivo 1: análisis corporativo y de influencia de la industria láctea europea (ILE).**

El examen detallado que esta investigación ha realizado sobre la industria láctea en Europa y sus grupos de interés, centrado en las tres principales empresas y los principales grupos de interés de la industria a nivel europeo, permite afirmar que estamos no solo ante una de las mayores industrias del sector alimentario, lo cual es bien sabido, sino, y principalmente, ante una industria que ha tejido una estructura corporativa y de influencia de enorme envergadura para defender sus intereses y asegurarse que su voz es escuchada –y, a ser posible, sus recomendaciones aplicadas y seguidas por la sociedad.

En lo relativo a la relevancia corporativa de la industria láctea, se trata esta de una industria compuesta por actores de gran envergadura empresarial, con amplio poder económico y, por tanto, gran capacidad de influencia política y social. En concreto, la ILE se encuentra entre las cinco industrias más importantes dentro del sector de bebidas y alimentación en la Unión Europea, representando el 13% del total del volumen de negocio de este sector (cuarta posición). Cabe señalar que el sector de bebidas y alimentación es el mayor sector productivo de Europa, con un volumen de negocios de miles de millones de euros. A su vez, Europa es líder en el comercio agroalimentario mundial (en 2017 se reiteraba esta posición, con un

valor de comercio de 255.000 millones de euros; Comisión Europea, 7 de junio de 2018).

De la lista de las diez empresas lácteas más importantes del mundo según su facturación anual en la última década, 5 son europeas. Once empresas procesadoras de lácteos en Europa están entre las 20 primeras del mundo. Las tres multinacionales europeas principales dedicadas a la comercialización de lácteos (Nestlé, Danone y Lactalis) son grandes empresas con cifras de negocio muy elevadas y que adolecen, como se ha podido ver, de problemas en su funcionamiento, que son en parte inherentes al funcionamiento de cualquier multinacional capitalista, como conflictos laborales, o escándalos por la venta de productos a países empobrecidos.

El análisis de la ILE realizado aquí se centra solo en las tres principales multinacionales y en los grupos de interés que han decidido introducir sus datos en el Registro de Transparencia Europeo. Sin embargo, los resultados muestran solo con estos casos una capacidad de influencia muy elevada, cimentada, por una parte, en sus cifras de negocio, y por otra en la profusa red de relaciones e influencias formada por sus grupos de interés. El poder que ostenta posibilita la capacidad de influir en las acciones, la elaboración de leyes y las decisiones de los miembros de los gobiernos, de los legisladores y de las agencias reguladoras, pero también en la opinión pública.

En lo relativo a la red de influencia tejida por la industria a partir de los grupos de interés, se trata de una urdimbre densa, profusa y compleja, con una clara y gran capacidad de influencia. Nestlé, por ejemplo, declara en el Registro de Transparencia 15 reuniones con la Comisión Europea entre 2014 (año a partir del que constan sus reuniones) y 2018 –para hablar sobre cuestiones relacionadas por ejemplo con medio ambiente, empleo, seguridad y salud alimentaria– y pertenencia a 17 lobbies y 4 think tanks –es miembro de más asociaciones y de más grupos de presión, pero en el registro informa únicamente de aquellas organizaciones que se centran en las políticas e instituciones europeas y son relevantes para este registro. La multinacional, además de estar asociada a organizaciones externas, cuenta con institutos que funcionan como sus propios think tanks. Por ejemplo, a través del Nestlé Nutrition Institute, la compañía publica vídeos e infografías, elabora "opinión experta", lanza publicaciones y

presentaciones y organiza conferencias y simposios especializados, además de facilitar acceso a un archivo con más de 3000 recursos, dirigidos a la comunidad médica, periodistas y también a legisladoras. A través del Nestle Institute of Health Sciences, la compañía también publica otros recursos y acciones comunicativas en el campo científico y académico, crea contenidos y participa en el Máster Europeo de Food Studies. A través de estos institutos dedicados exclusivamente a apoyar el negocio lácteo, Nestlé incluso posee su propio programa de doctorado.

Como sucede con Nestlé, también Danone cuenta con oficina en Bruselas, y aunque esta empresa solo informa en el Registro de Transparencia de cuatro reuniones con miembros de la Comisión Europea, para el periodo 2016 (año a partir del que constan sus reuniones) y 2018, también es miembro de diferentes asociaciones y está representada por consultoras independientes. En concreto, Danone es miembro de al menos 15 asociaciones o confederaciones que representan sus intereses en Europa, además de tener contratados, durante el periodo estudiado, los servicios de al menos cinco agencias de relaciones públicas e institucionales, entre ellas Landmark Europe. Danone tiene también su propio think tank de corte académico, el Danone Institute, con delegaciones en 15 países incluyendo España, Japón, Marruecos, Estados Unidos, China y otros. Al igual que los institutos de investigación de Nestlé, el perfil de ciencia orientada a intereses comerciales permite calificar estos institutos como grupos de interés con perfil de think tank, en los que reúnen a expertos en todo el mundo, organizan conferencias, realizan reuniones científicas, otorgan premios, lanzan programas de nutrición infantil y talleres y financian publicaciones científicas, monográficos y guías sobre alimentación, nutrición y salud.

Finalmente, Lactalis, una empresa mucho menos conocida que las anteriores, no informa con un mínimo detalle de sus reuniones ni pertenencia a lobbies o think tanks en el Registro Europeo pero participa también en el Máster Europeo de Food Studies, y esponsorizan diferentes iniciativas, muchas de ellas en el campo de la salud y de la ciencia.

Globalmente, la industria láctea europea tiene una estructura de grupos de interés muy densa. De las 48 organizaciones identificadas para este estudio en el Registro de Transparencia Europeo como lobbies en el ámbito de la producción láctea, sólo dos

hacen actividad de lobby a favor de los animales (Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals y Compassion in World Farming), una tercera (Baby Milk Action), del Reino Unido, trabaja para “detener el marketing engañoso” por parte de la industria de alimentación infantil y una cuarta (Matvett) es una asociación contra el desperdicio de alimentos. Los 44 grupos de interés restantes registrados en el Registro de la UE están relacionadas con la industria láctea y, según las cifras declaradas en este registro, siempre muy por debajo de la realidad en el caso de los grupos de interés industriales, el lobby lácteo afirmaba haber invertido globalmente entre 6,1 y 8,7 millones de euros solo en hacer presión en 2018 a las autoridades europeas. Frente a esta cifra, las 4 organizaciones restantes, no vinculadas a la industria, declaraban una inversión total de entre un millón y 1,2 millones de euros ese año.

Además de estas 48 organizaciones, es preciso tener en cuenta que existen muchas otras instituciones que no se identifican en el Registro de Transparencia como grupos de interés relacionados con el sector lácteo pero que también hacen tareas de lobby en este sentido, así como aquellas otras asociaciones, federaciones y consultorías que defienden a las empresas de la industria láctea por su pertenencia a otros colectivos más amplios y generales, como por ejemplo anunciantes, agricultores, fabricantes de alimentos y de bebidas en general, etc.

Así, defendiendo los intereses de la industria láctea hay una larga lista de organizaciones que funcionan como grupos de presión o lobbies y que varían según los intereses que defienden y los ámbitos. Están las que representan los intereses a nivel nacional, con federaciones que representan las industrias por país a nivel internacional, y también hay organizaciones que representan a las empresas de gremios específicos, por ejemplo, las que crían y explotan a una especie específica de animal, como cabras, o las que elaboran o comercializan un tipo de producto concreto, suero lácteo, o yogur, por ejemplo. Normalmente, las empresas no son miembro solo de una de estas asociaciones o federaciones, sino que lo son de varias. El escenario es por este motivo muy complejo: muchas organizaciones, además de estar inscritas en el Registro con su propio nombre, también están representadas en consultorías profesionales privadas, empresas de comunicación, despachos de abogados, asociaciones o federaciones, etc., y todas estas empresas representantes hacen labores de lobby a su vez. Por ejemplo, una empresa láctea puede aparecer directamente en el registro. Dicha

empresa puede, a la vez, estar defendida por una firma de abogados. Puede a la vez, ser miembro de una asociación de productores de lácteos, pero también de la federación de fabricantes de bebidas europeas, o de una de productores de alimentos europeos, una de marcas europeas, etc. Es decir, se trata de una red densa y compleja de delimitar y estudiar.

Es necesario recordar que en el Registro de Transparencia solo constan las organizaciones que deciden registrarse en el mismo porque tienen interés en llevar a cabo funciones de lobby de forma directa a los miembros del Parlamento Europeo y la Comisión Europea. Si ejercer presión directamente a miembros de estas instituciones no está entre sus objetivos, dichas instituciones no necesitan estar registradas, aunque influyan realizando tareas de lobby de otro modo. Esto significa, con toda probabilidad, que el número de organizaciones, entidades, empresas, asociaciones y federaciones ejerciendo, de algún modo, presión e influencia es mucho mayor del que es posible identificar, y que la inversión directa informada en el Registro Europeo es solo una parte de la inversión total que dedican las empresas a hacer lobby. A su vez, en dicho Registro, no informan de la cantidad invertida en publicidad o en otras acciones de relaciones públicas que no tienen que ver directamente, pero sí de forma indirecta, con los legisladores europeos. Por ello, es necesario leer los datos teniendo en cuenta que, con toda probabilidad, los resultados obtenidos para este objetivo solo pueden, por lo tanto, reflejar una porción de la realidad. De igual modo, se ha detectado que estos grupos de presión, además, mantienen estrechas redes de contactos muy complicadas de trazar, formando una coalición de intereses que no es posible afirmar posean los grupos de presión no vinculados a la industria y con objetivos relacionados con el respeto a los otros animales, al medio ambiente o a los humanos empobrecidos. Estos últimos grupos poseen una capacidad financiera, número de organizaciones y de empleados radicalmente menores y no cuentan con el mismo tipo de redes, ni en términos de densidad, ni en amplitud.

Se entiende por todo lo anterior, con las cifras expuestas, sumadas a la falta de transparencia del funcionamiento de los lobbies y think tanks en Europa, que la industria láctea europea y sus grupos de interés puedan tener una capacidad de influencia notable sobre la legislación y los reguladores, sin duda muy superior a la de los grupos posicionados en contra de su actividad. Una muestra de ello son los

enormes subsidios que recibe la ILE directamente a través de la Política Agraria Común (PAC) desde los inicios de la creación del mercado único europeo, así como con las campañas de promoción de consumo de productos lácteos oficiales, todas ellas esenciales para la viabilidad económica de la industria. Como se ha visto anteriormente, estas ayudas (entre un 40% o 50% del total de los ingresos brutos del sector lácteo en 2020) influyen en hábitos de consumo de productos que no solo son inviables económicamente, sino que también son éticamente muy problemáticos, pues no tienen en cuenta el sufrimiento que se ocasiona a los animales a los que se utiliza para obtener dichos productos. Además, como se explicó con anterioridad el 80% de las subvenciones agrarias van a parar al 20% de los productores que más hectáreas poseen, lo que redundará en una serie de problemáticas sociales y de clase.

Se concluye que la Industria Láctea Europea conforma un conglomerado de gran envergadura económica y comunicativa, que ha construido mediante sus lobbies y think tanks una red de influencia profusa, compleja y poderosa, muy eficaz para transmitir mensajes que propicien continuar con el desarrollo de sus actividades económicas y mitigar a la vez aquellos mensajes que pongan trabas o amenacen al negocio.

#### **6.1.2. Conclusiones objetivo 2: marco discursivo de los principales grupos de interés de la ILE con respecto a cómo se refieren a los animales que explotan**

Una vez estudiados los documentos de la muestra, se puede afirmar que los textos analizados construyen un discurso especista, es decir, un discurso que discrimina simplemente por razones de especie. Este discurso justifica el uso de los animales no humanos para los fines de la industria y de los humanos. Es un discurso que sirve solo a estos intereses, negando al mismo tiempo los intereses de los animales a los que se explota para conseguir sus segregaciones maternas. Y ello se realiza a través de una representación de las vacas que las cosifica y olvida su capacidad de sintiencia, autonomía e individualidad.

El hecho de que los grupos de interés de la ILE difundan un discurso especista para la consecución de sus objetivos, en este caso la continuación de su actividad

económica, supone un problema ético múltiple, por las diferentes injusticias que fomenta la existencia de esta industria. A través del discurso especista impulsado por la industria se normaliza y perpetúa la explotación que los humanos llevan a cabo con los otros animales, haciendo que los cambios en la cadena alimentaria que propiciarían mejoras en cuanto a ética y sufrimiento de las vacas, pero también relacionadas con el medio ambiente y la justicia alimentaria humana, se posterguen en un momento en el que lo que haría falta sería acelerarlos.

Esta cosificación de las vacas y negación de su capacidad de acción y autonomía se realiza, como hemos visto, a través de varias estrategias principales:

- **Supresión de los sujetos: De su existencia y/o sintiencia.** En los textos analizados se suprime de la narrativa el sufrimiento que padecen las vacas, así como su individualidad y su capacidad de acción y autonomía; se las representa como meras máquinas. Como medida más radical se ha detectado directamente también una eliminación de los sujetos, es decir, se evita incluso mencionar su existencia: la leche brota de algún lugar, como si se tratase de un manantial.
- **Supresión de la individualidad de los sujetos: Metonimia para la alienación.** Para la industria las vacas no son vacas, sino "vacas lecheras". De igual modo son "animales productores" o se menciona que "los animales producen alimentos". Esta adjetivación convierte su capacidad de amamantar a sus crías cuando son madres en la razón de la existencia de las vacas para la industria. Se las denomina por lo que obtenemos de ellas, no como individuos con vidas que merezcan ser vividas por sí mismas –un desplazamiento de significado que está presente a lo largo de toda la documentación analizada en la presente investigación y que no es solo visible en el discurso, sino que literalmente se les permite vivir mientras su producción es aceptable para la industria.
- **Supresión de la individualidad de los sujetos: Símil con plantas.** Para la industria, la leche "se deriva" de animales en "ciclos de producción". En



lugar de hablar de "leche materna" y "ciclos de embarazo y lactancia" o de "extraer leche de las ubres de las madres" o incluso de "ordeñar", se habla de "periodo de cosecha".

- **Supresión de la autonomía de los sujetos: Propiedad.** En el discurso de la industria, las vacas no son individuos o sujetos, sino objetos propiedad de alguien. Su valor queda rebajado a un valor como mercancía, en el que su subjetividad queda reducida a una condición de máquina, de producto o de fuerza de trabajo dentro de unos objetivos capitalistas.
- **Reiteración de bondades de la industria: Bienestar animal.** En el discurso de la industria, el "bienestar animal" es útil en tanto que mejora la calidad y cantidad de la producción láctea; en ningún momento se habla de las vacas como seres sintientes que merezcan una reducción de su sufrimiento.
- **Reiteración de bondades de la industria: Medioambiente.** La industria hace alusión a supuestas bondades para el medioambiente derivadas de su producción, lo cual contrasta con la investigación científica que afirma que los sustitutos vegetales de los productos lácteos tendrían una huella ambiental menor que los de origen animal.
- **Protección de la ruralidad.** La industria láctea envía además una serie de mensajes que exaltan el espíritu rural, afirmando que la actividad de la industria láctea fomenta el desarrollo de los pueblos y sus habitantes.

Se concluye que los mensajes de la industria láctea europea cosifican a las vacas y niegan su capacidad de acción y autonomía a través de varias estrategias. Borran del discurso su capacidad de sintiencia y dependiendo de la ocasión las convierten en meras máquinas productoras, en cosas insensibles o en objetos propiedad de alguien, llegándolas a comparar con plantas. Se omite totalmente la idea de que para producir leche tienen que experimentar una gestación y un parto, y se omite totalmente la existencia de los bebés fruto de esos partos. A la vez, se potencia el mensaje de que la industria no solo no es perjudicial para el

medioambiente o para las personas que viven en el campo, sino que, al contrario, tendría un impacto positivo.

### **6.1.3. Conclusiones objetivo 3: marco discursivo de los principales grupos de interés de la ILE relacionado con las orientaciones alimentarias**

En función del análisis de la muestra de textos, mediante el que se ha estudiado el discurso de los grupos de interés de la ILE, se observa que la industria láctea implementa varias estrategias discursivas para influir en las orientaciones y guías alimentarias.

En el discurso generado por los grupos de interés de la ILE, uno de los mensajes más importantes es que el consumo de leche tiene un papel clave para mantener una buena salud. Para apuntalar dicho discurso, los grupos de interés no solo comunican en positivo, sino que contrarrestan los mensajes negativos, ya sea en cuanto a las propiedades negativas de su propio producto, como a las capacidades sustitutivas de los productos vegetales.

Las estrategias identificadas son:

- **Apelación a la salud.** Los mensajes difunden que los lácteos son necesarios para la salud. Todas las personas deben consumir productos lácteos si desean obtener o mantener una buena salud, independientemente de su edad, características personales, etc.
- **Apelación a la ciencia.** Se insiste en que la ciencia afirma que la leche es necesaria para la salud. El punto anterior —los lácteos son necesarios para la salud— es reforzado y justificado a través de diferentes asociaciones discursivas con el ámbito científico. Llegando a autocitarse como referencia científica, los grupos de interés de la industria láctea aseguran que consumir leche y productos lácteos procedentes de vacas es imperativo para los humanos, proyectando un mensaje hiperbólico en cuanto a sus propiedades y omitiendo las problemáticas en torno a los lácteos o su producción.
- **Interpelación de grupos concretos como consumidores.** Se envía el mensaje que el consumo de productos lácteos es especialmente necesario en grupos como mujeres (especialmente las que gestan o las menopáusi-

cas), infancia (este grupo es especialmente mencionado, sobre todo en relación con los planes escolares de fomento de los lácteos), personas mayores y deportistas.

- **Descalificación de los sustitutos vegetales.** La industria láctea trata de mantener la ficción de que no existen sustitutos vegetales para la leche animal y sus productos derivados. Así, cuando existen, la industria dice que no tienen la misma calidad nutricional o que no pueden usar nombres similares a los productos animales que sustituyen o, incluso, que el consumo de las alternativas vegetales es perjudicial. Al mismo tiempo, las principales compañías lácteas contradicen su propio discurso con la creación de líneas vegetales que incluyen este tipo de sustitutos.
- **Guías y consejos dietarios.** Los grupos de interés de la industria realizan una interpelación constante a las instituciones, a través de sus comunicaciones, para que legislen a favor de diferentes aspectos que afectan a su producción o a su comercialización. La industria trabaja para que se utilicen en las guías y consejos únicamente argumentos positivos para con los productos lácteos, criticando las recomendaciones institucionales negativas o las restrictivas.
- **Comunicación en positivo:** En línea con el punto anterior, la industria láctea aboga en su discurso por una narrativa de comunicación en positivo respecto a sus productos. Lo hace apelando a nociones como "el sentido común", la "alimentación equilibrada" o "hay que comer de todo". Según esta narrativa, se debe promocionar los lácteos como "productos completos" que no se pueden juzgar por un nutriente individual que pueda ser negativo, sino por el balance final del producto como algo global; es decir, ensalzar sus virtudes y obviar sus debilidades. Este tipo de tratamiento se fomenta también para las guías, los consejos y el etiquetado.
- **Leche promocionada como "oro blanco".** A través de sus mensajes, la industria describe la leche como un líquido perfecto de propiedades casi esotéricas. Los mensajes de la industria láctea giran principalmente en torno al eje de la salud, emitiendo un mensaje hiperbólico que exagera sus

beneficios para la salud, omitiendo completamente los perjuicios que pueden derivarse de su consumo o producción.

Cabe destacar, como conclusión final general, que los mensajes analizados de los grupos de presión de la industria, unidos al análisis de la economía política de la industria y sus grupos de presión, permiten concluir que el discurso identificado por esta tesis doctoral puede tener gran capacidad de influencia, por las características de la industria y sus grupos de interés, que presentan un ecosistema de redes complejas de colaboración formadas por nodos con poder económico, político y discursivo.

## **6.2. Discusión**

Como cualquier otra industria, la industria láctea europea (ILE en este trabajo), a través de sus grupos de presión, es un interlocutor activo que lanza mensajes específicos, para que estos sean tenidos en cuenta por legisladores, medios de comunicación, el corpus sanitario y otros receptores que a la vez se convertirán en altavoces de un mensaje que termina en los consumidores y consumidoras. Esta investigación ha no obstante ampliado este conocimiento para identificar la envergadura y características de la red de influencia tejida por esta industria, así como de sus mensajes. La escasa literatura crítica a este respecto, por ejemplo la producida desde los Estudios Críticos sobre Animales y Comunicación (CAMS en sus siglas en inglés), había ofrecido ya algunos datos, pero estaba ausente una investigación que proporcionara una mirada en profundidad al discurso de alguno de los actores clave en nuestra dieta. En este sentido, los resultados de este trabajo se alinean con los resultados anteriores y los amplían y detallan para una industria poco estudiada y sin embargo de enorme relevancia, aquella que fundamenta todo su negocio en la comercialización de productos derivados de la leche de vaca –una leche cuya producción la industria ha conseguido multiplicar a base del sufrimiento de los individuos de los que la extrae, sufrimiento cuyo conocimiento público se ve amortiguado mediante sus comunicaciones.

Según los resultados de este estudio, los grupos de presión fomentan los mensajes positivos para su producto, a la vez que obvian, siembran dudas o niegan los aspectos negativos de lo que supone la producción y distribución de los productos lácteos. Esto es relevante por sí mismo, pero lo es más si tenemos en cuenta su intención de influir

en aquellas herramientas utilizadas por los gobiernos para promover hábitos alimentarios: las guías dietéticas.

No formaba parte del objetivo de esta investigación medir el impacto de los grupos de interés lácteos en la creación de estas guías, sin embargo aquí se aportan datos relevantes para deducir la enorme capacidad de influencia construida por la ILE a través de la red de grupos de interés estudiados, tanto en su estructura, amplia, densa y con gran capacidad de inversión, como en su discurso, que aparece sin fisuras en cuanto a que está bien edificado y es homogéneo a lo largo de todas las comunicaciones de las diferentes entidades.

A continuación se discuten las principales conclusiones de esta investigación:

La Industria Láctea Europea conforma un conglomerado de gran envergadura económica y comunicativa. Este trabajo ha contribuido a desvelar como esta industria ha construido en Europa, mediante lobbies y think tanks, una red de influencia densa, compleja y poderosa, muy eficaz para transmitir mensajes que justifiquen y promuevan el desarrollo de sus actividades económicas y mitigar a la vez aquellos mensajes que dificulten su negocio. Esta constatación se alinea y amplía la hasta ahora reducida literatura existente desde una perspectiva crítica y antiespecista sobre los grupos de interés del negocio alimentario basado en la explotación de animales (por ejemplo Almiron, 2016c) *The political economy behind the oppression of other animals: Interest and influence*. En: Almiron N, Cole M and Freeman CP (eds) *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. New York: Routledge, pp. 26–41; Almiron, (2020) *Meat taboo. Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction*. London: Routledge; Stanescu, (2020) *“Cowgate”: Meat eating and climate change denial*. En Núria Almiron y Jordi Xifra (eds.): *Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction*. London: Routledge). Una averiguación inesperada en este sentido, y que constituye una aportación original de este trabajo, han sido las orientaciones de comunicación estratégica ofrecidas por los mismos lobbies a sus miembros, como por ejemplo es el caso de la EDA (European Dairy Association). Se ha podido comprobar cómo los lobbies ofrecen a

sus empresas asociadas modos precisos de comunicar las bondades de su producto y cómo obviar los aspectos más negativos (recomendación directa en sus publicaciones respecto a hablar de la leche de vaca en positivo y con la perspectiva de un producto "completo"). Es necesario conocer esta estrategia de la industria, dado que el hecho de que realicen estas recomendaciones demuestra que para la industria láctea es extremadamente importante elaborar un mensaje homogéneo, y uniforme, coherente y consistente, puesto que la unidad discursiva produce una imagen de fuerza y cohesión que incrementa sus posibilidades de ser escuchada e interiorizada, si seguimos a clásicos de la publicidad como David Ogilvy (1983).

Por otra parte, se ha concluido que los mensajes de la industria láctea europea cosifican a las vacas y niegan su capacidad de acción y autonomía. En cuanto al discurso de la industria láctea en relación con los animales a los que utilizan para la elaboración de su producto, a través del análisis de sus mensajes ha quedado explicitado que llevan a cabo una cosificación de carácter especista, a través de diferentes estrategias discursivas. Esto redundaría en un mensaje que, en definitiva, trata de vender el producto como algo natural, normal y necesario para los humanos, confirmando la literatura desarrollada previamente por la psicóloga Melanie Joy (2010, p.96), que introdujo en su libro *Por qué amamos a los perros, comemos cerdos y usamos vacas: una introducción al carnismo* las "Tres enes de la Justificación" para explicar la línea argumental seguida por la ideología carnista para justificar el consumo de carne mediante la apelación a que esta actividad sería "normal, natural y necesaria". En 2015, una publicación posterior amplió el número de *enes* a 4 en inglés (añadiendo "nice", es decir "bueno"): "natural, normal, necessary and nice" (Jared Piazza, 2015). En 2018 Deirdre Wicks, siguiendo la misma línea investigativa habla de que existe un "sentido común" que presenta tanto a la vaca como a su producto como "naturales y buenos" (2018, p. 46).

En la presente investigación se ha observado también que la industria láctea, a través de sus grupos de interés, utiliza una serie de estrategias discursivas para conseguir que los productos lácteos estén presentes en todas las orientaciones y guías alimenta-

rias. Entre ellas, una de las más importantes es la apelación a la salud, argumentando que el consumo de leche tiene un papel clave para mantener una buena salud. Para apuntalar dicho argumento no solo comunican en positivo, sino que contrarrestan los mensajes negativos, ya sea en cuanto a las propiedades negativas de su propio producto, como a las capacidades sustitutivas de los productos vegetales. En este sentido, los resultados de la investigación resultan estar en línea con las averiguaciones de Marion Nestle (2002), que habla de una "estrategia de confusión" como parte de las herramientas que utilizan diferentes industrias, entre ellas la de alimentación y también la del tabaco. Según Nestle, la industria alimentaria se beneficia de –y alimenta a su vez– la existencia de pseudoverdades en el imaginario de la población como que "lo importante es comer de todo" o "mantener un equilibrio y una variedad" o no existen alimentos "buenos" excepto cuando son los alimentos que ellos venden; no existen alimentos "malos" (y especialmente no los que ellos venden) y que todos los alimentos (especialmente los suyos) pueden ser incorporados en dietas saludables con "moderación", por lo que no existirían motivos para que, desde las instituciones, se emitan mensajes respecto a restringir ninguno de los productos que se comercializan (Nestle, 2002, p. 21).

Los mensajes analizados utilizan, en cambio, una retórica negativa con respecto a los sustitutos vegetales de los productos lácteos, que son vistos como una competencia negativa para el negocio de la ILE (y no en vano la mayoría de las empresas de lácteos diversificaron su negocio mediante dichos sustitutos siendo los últimos grandes hitos la compra de WhiteWave Foods por Danone en 2016, la entrada en el mercado de productos basados en plantas del yogur Siggi de Lactalis en 2019, el lanzamiento de una bebida de avena por Arla Foods en marzo de 2020 y de varios productos basados en soja, guisantes y avena por Nestlé también en 2020). La industria láctea ha mantenido durante décadas (desde 1987 si tomamos como punto de partida inicial la regulación europea por la que se definía la leche como animal por naturaleza con la excepción de la leche de coco<sup>327</sup>; 1997 si tomamos como punto de partida la petición ciudadana expedida en Estados

---

<sup>327</sup> Ver Reglamento (CEE) n° 1898/87 del Consejo de 2 de julio de 1987 relativo a la protección de la denominación de la leche y de los productos lácteos en el momento de su comercialización disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:31987R1898&from=EN>

Unidos por Soyfoods –la Asociación de Alimentos de Soja de América– para que se reconociese el término "soymilk") una contienda por asegurar el monopolio del uso de algunos términos que se han asociado tradicionalmente a los productos lácteos en el pasado (a pesar de haber excepciones históricas en las que se han empleado también este tipo de términos tradicionalmente para productos derivados de plantas, concretamente por ejemplo, del coco o de las almendras). Esto sigue la línea con lo argumentado por la jurista Iselin Gambert en su artículo "Got Mylk? The disruptive possibilities of plant milk (2019), en el que analiza las "Milk Wars" o "las guerras de la leche", tal y como la autora las denomina, sucedidas en Europa y Estados Unidos, asegurando que existe desde hace varias décadas una auténtica "batalla" por los términos lácteos, en la que los productores y grupos de interés de la industria láctea se sienten amenazados por el aumento de popularidad de las leches vegetales (Gambert, 2019, p.2). En el trabajo de Gambert queda claro cómo la industria láctea ha estado dispuesta a destinar una serie de esfuerzos económicos a uno y otro lado del océano (la autora se centra en Europa y Estados Unidos), querellándose contra marcas de sustitutos lácteos vegetales a partir de las últimas décadas del siglo XX y durante las primeras décadas del siglo XXI. Estos esfuerzos, en el caso europeo, fructificaron en 2017 con la sentencia dictada en la Unión Europea para prohibir utilizar denominaciones lácteas a productos de origen vegetal. Así, el Verband Sozialer Wettbewerb, una asociación alemana que asegura luchar contra la competencia desleal<sup>328</sup>, consideraba que el tipo de promoción que estaba realizando TofuTown, compañía alemana distribuidora de alimentos principalmente de origen vegetal, era competencia desleal y que se corría el riesgo de confundir al público respecto al verdadero origen de los productos. Se han vertido muchas opiniones al respecto de la posible confusión del público, y una de ellas es que todas las leches, ya sean de origen animal o vegetal, deberían ser denominadas de forma descriptiva, también en el caso de la leche de las vacas, que según un escrito de opinión publicado en The Hill por Gene Baur (2019) debería ser vendida como "cows' milk" o "leche de vaca" en español. Otra propuesta posible, siguiendo esta lógica de transparencia informativa, sería que los

---

<sup>328</sup> Más información en la página web de la asociación: <http://www.vsw.info/00000098fd0d98b0b/index.html>



productos lácteos de origen animal se denominen directamente por lo que son: derivados de leche materna de vaca.

En la narrativa de los lácteos como producto "especial", los mensajes obvian que, en ocasiones, los sustitutos vegetales tienen mejores propiedades nutricionales que los originales, precisamente porque dichos sustitutos han sido diseñados y pensados directamente para consumo humano, mientras que la secreción de mamíferas es específica para hacer crecer rápidamente a sus bebés. Esto se encuentra en la misma línea argumentativa que lo que han explicado anteriormente autores como David Román (2003) o Neal Barnard (2017).

Esta tesis ha identificado también como estrategia relevante el fomento de los lácteos que se lleva a cabo en las escuelas. Tal y como defiende Atkins (2005, p. 76), los planes de estímulo del consumo de lácteos en las escuelas fueron diseñados "no tanto para engordar a los niños como para engordar a los granjeros". En este sentido, este trabajo ha confirmado lo defendido por este autor en el sentido de que los grupos de interés de la ILE impulsan el consumo de todo tipo de productos lácteos en las escuelas, no solo los que pueden resultar más saludables, sino también aquellos que contienen azúcar y otro tipo de aditivos que no necesariamente destacan por lo saludable o lo nutricionalmente óptimo. Es comprensible el interés de la industria láctea por atraer a la infancia como público objetivo, pues es una promoción rentable en el sentido de que los niños y niñas tienen por delante muchos años de consumo; la industria de alimentación, en general, se interesa por la juventud y la infancia como públicos objetivos no solo por su poder adquisitivo y su influencia de compra, sino para crear hábitos en lo que serán futuros consumidores adultos. En este sentido, los resultados de la presente tesis se alinean con multitud de estudios previos como el de Story y French que aseguran que "en los últimos años, la industria de la alimentación y bebidas ha visto a los niños y adolescentes como una fuerza de mercado mayor" y, como resultado, "los niños y adolescentes son ahora el objetivo de intensos esfuerzos publicitarios y de marketing" (Story y French, 2004). Las conclusiones del presente estudio se alinean especialmente con lo defendido por Marion Nestle, quien en su libro *Food Politics* dedica un apartado completo a la cuestión,

denominado "Exploiting Kids, Corrupting Schools" (2002, pp. 178-218), donde demuestra que la industria alimentaria comienza a dirigirse de manera temprana al público menor de edad; y asegura que, para alcanzar a niños y niñas de cualquier edad, la industria utiliza una gran variedad de métodos que aplica con enorme éxito (2002, p. 178). Marion Nestle explica también que las compañías alimentarias defienden su derecho a dirigirse al público infantil de diferentes maneras, entre ellas apelando a la libertad de expresión y argumentando también a que la publicidad anima a los niños a desayunar o a tomar productos más saludables. Es decir, la industria argumenta que este tipo de publicidad contribuye a la educación en nutrición, alegando también que ningún alimento en concreto contribuye especialmente a la obesidad y que lo importante es poner el énfasis en el ejercicio y no en la comida (2002, p. 179).

El hecho de que las empresas más importantes de la industria láctea cuenten con sus propios lobbies y think tanks, convirtiéndose de este modo también en productoras de información científica dirigida a la comunidad médica, supone un claro conflicto de interés que ha puesto de relevancia esta tesis. La importancia de esta estrategia ha sido constatada por diversos autores con anterioridad. Por ejemplo, Ismael Hernández Adell y Josep Pujol han explicado cómo la comunidad médica ha tenido un papel muy relevante como prescriptora de productos lácteos como productos saludables desde los inicios de la industria láctea moderna (Hernández y Pujol, 2017, pp. 74-75). La industria láctea es consciente de la capacidad de influencia que tienen los mensajes de los colectivos médicos, y por eso invierten, tal y como se ha demostrado, grandes cantidades de recursos en sus lobbies y think tanks, para crear y mantener un corpus científico que defienda las propiedades nutricionales lácteas.

Así mismo, se ha observado en este trabajo cómo a través de los textos de la industria se suprime de la narrativa el sufrimiento que padecen las vacas, así como su individualidad y su capacidad de acción y autonomía; se las retrata como meras máquinas que no sienten. En este sentido, esta estrategia se alinea con lo descrito por Taija Kaarlenkaski cuando esta autora afirma que "el trabajo invisible de las vacas es, de hecho, el requisito previo para la producción de leche" (2018, p. 91).

Cabe destacar, respecto a esta conclusión, que autoras como Otomo (2014, p. 223) y Kaarlenkaski discuten la capacidad de acción y autonomía percibida de las vacas diferenciando dos niveles. Así, para Otomo, en línea con las averiguaciones de la presente tesis, las vacas son consideradas como meros objetos de producción de leche, específicamente cuando se las observa desde un nivel macro. Mientras que Kaarlenkaski añade que la capacidad de acción y autonomía de las vacas es irrefutable cuando se analiza en un nivel micro o a escala relativamente pequeña de producción (2018, p. 89). Esta última autora explica la innegabilidad de la capacidad de acción de las vacas por la percepción de ejercicios de resistencia y otros ejemplos de la capacidad de acción de las vacas, que las ganaderas de extensivo atestiguan y reconocen. Estas observaciones comparten la posición que defiende Jason Hribal con anterioridad (2007, pp. 103-106) en cuanto al reconocimiento de la capacidad de acción y autonomía de los otros animales por parte de los humanos que se encuentran más cercanos a ellos, al explicar que estos "cuidadores" eran perfectamente conscientes de la capacidad de acción, resistencia y personalidad propia de los animales a los que mantenían cautivos, una posición sostenida también por Jocelyne Porcher (2012) específicamente para el caso de las vacas.

Este trabajo ha detectado también la estrategia más radical de directamente suprimir a los sujetos de la narración. Es decir, se evita incluso la mención de su existencia: la leche brota de algún lugar, como si se tratase de un manantial. Tanto esta eliminación de los sujetos como la naturalización y vegetabilización detectadas están en línea con lo argumentado previamente por autoras como Deidre Wicks (2018). Wicks aplica el concepto marxista "mistificación naturalística" ("naturalistic mystification") a la leche, según el cual se presenta a las vacas utilizadas por la industria por sus secreciones maternas como "naturales" ("natural") y su leche como "un producto inocuo" o "no dañino" ("non-harm product", es decir se defiende la idea de que para producir productos lácteos no haría falta matar a nadie, al contrario que para obtener los productos cárnicos, obviando cuestiones muy poco naturales que los humanos han desarrollado para el desarrollo de la industria, como la reclusión, embarazos forzados y alteraciones genéticas a lo largo de los años de las vacas). Las contradicciones implícitas en

este discurso de la naturalización se hacen evidentes con la introducción masiva del uso de máquinas para extraer la leche de forma mecánica, dado que se acentúa este carácter impersonal de la extracción de leche, lo que provoca un cambio en la relación entre el granjero y la vaca. Según Clemens Driessen y Leonie F.M. Heutinck la relación apropiada entre ambos pasa de ser "de contacto y cuidado" a "permitir que los animales se cuiden a sí mismos", y la palabra "natural" deja de tener cabida en este proceso robotizado, aunque por otra parte la industria utiliza este proceso en el que las vacas acuden ellas mismas a ser ordeñadas por el robot para potenciar esta idea de "naturalidad" en el proceso de extracción de la leche materna (2014 p.4).

Como hemos visto, para la industria las vacas no son vacas, sino "vacas lecheras". Esta adjetivación convierte su capacidad de amamantar a sus crías cuando son madres en la razón de su existencia, a ojos de la industria. También se habla de "animales productores", en el mismo sentido. Este tipo de narrativa es muy utilizada en la educación primaria para trasladar la idea de que los animales viven para estar al servicio de los humanos (por ejemplo en ejercicios infantiles que hacen unir con flechas cada animal con el producto que "da" a los humanos), como si ofrecer su producción a la humanidad fuera su destino vital. Sin embargo, la leche es un alimento natural que segregan las hembras de los mamíferos para alimentar a sus crías recién nacidas, hasta que estas pueden obtener alimento de otro modo. No solo es un alimento sino que también contiene hormonas y otras sustancias que ayudan frente a infecciones y contribuyen a estrechar el vínculo madre-hijo en todos los mamíferos. La industria láctea separa a las vacas de sus crías, y comercializa la leche que, originalmente, es producida para estas.

Todo este trasfondo de la industria es por supuesto ocultado por los mensajes de los grupos de interés de la industria láctea, quienes, por el contrario, construyen la idea de que las vacas son "lecheras" y "nos dan" su leche a través de varias estrategias presentadas en los resultados de esta tesis. Probablemente esta es la razón por la que existe una corriente de pensamiento popular que defiende la creencia errónea de que hay vacas "de raza lechera" que segregan leche aún sin tener crías, y que justifica la extracción de la leche por una necesidad de "aliviar"

las ubres de la vaca (Sherwood, L.; Klandorf, H. and Yancey, P. 2013). En este sentido, las conclusiones de la presente tesis confirman las reflexiones de por ejemplo Alexandra Navarro, cuando esta discute la creencia popular de que "las vacas están bajo una sumisión voluntaria (*nos dan la leche, nos dan el cuero*) (...) que contribuye a sostener el especismo antropocéntrico dominante" [cursivas en el original] (Navarro, 2016, p.108). Estas averiguaciones siguen la línea también de Lorna Stevens, Matthew Kearny y Pauline Maclaran en su publicación "Uddering the other: Androcentrism, ecofeminism, and the dark side of anthropocentric marketing" (2013), donde afirman que la industria láctea representa en su publicidad a las vacas como "el Otro" y se refieren también a una "narrativa general de dominio benevolente", de vacas "felices" en los anuncios que muestran a las vacas antropomorfizadas. La idea de que las vacas son felices dándonos su leche de los resultados de esta tesis refuerza igualmente el trabajo de Deirdre Wicks (2018, p.46), que afirma que la industria ha presentado imágenes y mensajes de las vacas que las muestran como criaturas satisfechas, que viven una vida natural y que nos proveen voluntariamente con su exceso de leche, llegando al extremo de que algunas imágenes sugieren que las vacas disfrutan, incluso, con este proceso.

En este sentido, algunas encuestas muestran hasta qué punto podría ser efectivo el discurso de la industria. Por ejemplo, una encuesta de HelloFresh (Independent, 2019) indicaba que el 22% de los británicos pensaban que la leche de cabra es apta para veganos. Otra encuesta esta del Innovation Center of U.S. Dairy (Dewey, 2017) indicaba que el siete por ciento de todos los adultos estadounidenses creen que la leche chocolateada proviene de vacas de color marrón. Esta última encuesta podría ser por sí misma objeto de análisis, pues estaba encargada por un grupo de interés estadounidense de la industria láctea –es decir, la industria láctea conoce esa confusión del público e incluso se vale de ella para sus acciones de relaciones públicas. Estas encuestas demostrarían que la población tiene dudas importantes respecto al origen de los lácteos y parece lógico inferir que el discurso de la industria puede haber influido enormemente en ello o, al menos, contribuido a ello. Además, el número de creencias erróneas que mantiene la población respecto al origen de algunos alimentos lácteos contrasta con el argumento de la industria

láctea que pide reservar los términos lácteos para los productos de origen animal con la excusa de que el uso de estos para alimentos de origen vegetal confunde a los consumidores respecto a su verdadero origen (Cornall, 2017).

Por otro lado, la industria láctea lleva a cabo una serie de mensajes relacionados con la exaltación del espíritu rural. Esta mistificación es también ampliamente discutida por Wicks (2018), en cuyo trabajo encontramos una crítica al uso de imágenes de vacas pastando tranquilamente en campos verdes utilizada no solo en publicidad sino en ejercicios de relaciones públicas relacionados con la leche o los lácteos. Estas imágenes sirven, según Wicks, para asegurar a los consumidores que el producto es "natural, bueno y que, a diferencia de la carne, es un producto 'inocuo'" (2018, p. 49)<sup>329</sup>. Esta autora advierte que, a menos que la consumidora indague por su cuenta, esta nunca estará expuesta a las duras realidades de la producción de leche, que se encuentran lejos de estos verdes pastos.

Las averiguaciones de la presente tesis siguen lo mantenido por las autoras y autores de los Estudios Críticos Animales que defienden que la normalización y naturalización que la industria construye a través de su discurso hace que olvidemos que el uso de las vacas para la extracción de su leche materna para consumo humano es un fenómeno completamente generado por los humanos y para los humanos, que no tiene nada que ver con "lo natural" y que es nefasto para los principales sujetos productores, las vacas. En este sentido, la presente tesis forma parte de la creación de conocimiento al respecto de cómo el discurso de los grupos de interés de la industria láctea europea intentan influir en la creación de políticas públicas mediante la normalización de la explotación de las vacas y la supresión de su individualidad y su capacidad de actuación.

#### 6.2.1. Limitaciones y recomendaciones para futuras investigaciones

Si bien esta investigación ha utilizado exhaustivamente todos los recursos disponibles para los objetivos propuestos, existen algunas limitaciones a tener en cuenta. En pri-

---

<sup>329</sup> "is natural, good, and, unlike meat, is a 'non-harm' product" (Wicks, 2018, p. 49).

mer lugar, una opción podría ser aumentar la cantidad de empresas analizadas en detalle, y en lugar de centrarse en las tres más relevantes, se podría abrir el análisis a las diez más importantes, para poder elaborar una imagen más precisa y detallada de la industria, y no solo de las multinacionales más importantes de la misma.

En segundo lugar, a pesar de que se han realizado entrevistas a perfiles comunicativos de las principales empresas de la industria láctea europea, podría ser muy interesante entrevistar a lobbistas cuyo principal trabajo sea representar a la industria láctea frente a las principales instituciones europeas en Bruselas. Esto nos aportaría información directa sobre cómo es específicamente el trabajo que realizan directamente con los organismos legisladores y cuáles son sus objetivos y estrategias según ellos mismos a corto, medio y largo plazo.

Esta investigación no tenía por objetivo medir la influencia efectiva de la ILE sobre los actores políticos y sociales, al no tratarse de una investigación de los efectos de la comunicación, al enmarcarse este trabajo en el ámbito del análisis crítico del discurso de las relaciones públicas y las relaciones institucionales. El interés aquí era examinar la capacidad de influencia de un actor tan relevante en aspectos tan importantes como las recomendaciones dietarias, y conocer su organización estructural y sus estrategias discursivas. Sin embargo, lógicamente las conclusiones de este trabajo no pueden ser más que parciales. Para su confirmación y expansión se requiere el estudio del impacto de los mensajes de los lobbies y think tanks de la ILE en los medios de comunicación de masas respecto a los mensajes de la industria. Tampoco se ha investigado cómo afectan dichos mensajes, o cómo utilizan la información suministrada por los think tanks, los profesionales médicos que dan consejos relacionados con nutrición y salud. Del mismo modo, tampoco se ha entrado a ver cómo se traducen estos mensajes en los estudios científicos, tanto los que están patrocinados por la industria láctea como aquellos que son independientes. El estudio de estos factores sería muy interesante para conocer la magnitud práctica de la influencia de los think tanks y lobbies de la industria láctea en estos tipos de interlocutores, que a su vez tienen influencia sobre el público general.

Otra limitación, que podría propiciar futuros estudios, es que no se ha podido investigar en el presente trabajo, por la necesidad de acotarlo, la publicidad realizada por la in-

industria láctea. Se podría ahondar asimismo en otras acciones de relaciones públicas como la realización de eventos, conferencias científicas, etc.

Otro elemento muy interesante sería examinar y construir un mapa de las coaliciones discursivas presentes entre la industria láctea y otras industrias de explotación animal. Sería interesante hacerlo puesto que se trata de industrias inherentemente relacionadas en sus prácticas más primarias: gran parte de los animales que terminan en mataderos para convertirse en productos cárnicos comienzan su vida explotadas por su leche.

Es interesante comprobar que la industria láctea invierte activamente en grupos de presión y en think tanks para lanzar constantes mensajes, que son uniformes en su contenido y profusos en su difusión. No solo de cara a aseverar que, efectivamente, tratan de influir en la legislación y en la opinión pública, sino también para comprobar que, si se desea hacer frente a este mensaje y contrarrestarlo con un discurso pro-empatía, las organizaciones pro-empatía –organizaciones en defensa de los animales, el medioambiente o los colectivos humanos vulnerabilizados– se encuentran en seria desventaja. Pero por esto mismo, puede ser interesante conocer exactamente qué mensajes lanzan, para poder contrarrestarlos con rigor y precisión.

En el presente estudio se ha tenido en cuenta a las vacas como principales damnificados de la industria láctea. Sin embargo, hay muchos más damnificados, en los que convendría centrarse en futuros estudios. Por una parte, no se ha tenido en cuenta a los otros animales no humanos, que la industria utiliza también para lácteos, como cabras y búfalas, por ejemplo, especies que conforman el 15% de la producción láctea europea. Por otra parte, no se ha ahondado en las relaciones de poder que se forman dentro de la industria con los humanos. Para empezar, con los trabajadores de la industria, siguiendo por los granjeros, y continuando por las personas que conforman los diferentes públicos consumidores, en muchos casos cautivos, tanto los que viven en los países extractivistas (por ejemplo, en el caso de ciudadanos ingresados en hospitales y otras instituciones o los niños en los colegios, o aquellos que se sienten vulnerables o que tienen necesidades específicas) como los que viven en países empobrecidos (por ejemplo ciudadanos que reciben los lácteos en forma de donación o como



parte de campañas caritativas). Sería interesante realizar entrevistas a todos estos individuos, desde el ámbito laboral al del consumo.

Por último, cualquier investigación se queda corta cuando se estudian situaciones en las que hay presente explotación y sufrimiento en seres con capacidad de sentir. La presente tesis ha sido realizada en cuatro años. La esperanza de vida de las vacas explotadas por la industria láctea se reduce a este mismo plazo de tiempo: cuatro años, muchas veces tres. Sin embargo, estas mismas vacas, bien cuidadas y sin ser utilizadas para ningún tipo de producción, podrían llegar a vivir cinco veces más. Esto en cuanto a cantidad de vida, pues la problemática principal es la calidad, o su completa falta de esta.

Durante estos cuatro años, cada una de las vacas utilizadas por la industria láctea habrán pasado por cuatro gestaciones forzadas, con todas las enfermedades y malestares que se derivan de la explotación. Cuatro hijos de los que no podrán cuidar, cuatro hijos a los que no podrán alimentar, pues la leche de las ubres de sus madres se destina al consumo humano. Según datos del Observatorio del Mercado de Leche de la Unión Europea (2020), en los últimos cuatro años disponibles en el momento de elaborar esta investigación se contabilizaron 21.395.000 vacas custodiadas por la industria en 2016; 21.160.000 en 2017; 20.783.000 en 2018; y 20.524.000 en 2019. Más de veinte millones de individuos sintientes al año, así como los hijos que son obligadas a parir cada año, cautivos, explotados y finalmente exterminados para el beneficio económico de una industria.



## **CHAPTER 6.**

# **CONCLUSIONS AND DISCUSSION**

## **6.1. Conclusions**

The general objective of this research was to study the discourse of the pressure groups of the European dairy industry (EDI) from a critical, anti-speciesist perspective focused on the discursive representation of the animals this industry exploits and on the food recommendations it produces that are aimed at influencing official dietary guidelines and public opinion in general. Our study object is the principal interest groups (lobbies and think tanks) of the European dairy industry.

The main conclusions for each of the three specific research objectives are presented below.

### **6.1.1. Conclusions for Objective 1: corporate and influence analysis of the European dairy industry (EDI)**

We researched the European dairy industry (EDI) and its interest groups in detail, focusing on the three largest companies and their main interest groups. We can therefore affirm that we are not only facing one of the largest industries of the food sector, which is already well known, but also an industry that has built a corporate and influence structure of enormous scope to defend its interests and ensure that its voice is heard and its recommendations applied and followed by society.

In terms of the corporate relevance of the dairy industry, it is an industry made up of large business players with broad economic power, and therefore it has great political and social influence. Specifically, the EDI is among the five most important industries within the food and beverage sector in the European Union, representing 13% of the total business volume in this sector (fourth position). It should be noted that the food and beverage sector is the largest productive sector in Europe, with a turnover of billions of euros. Moreover, Europe is the leader in world agri-food trade (this position was repeated in 2017, with a trade value of 255,000 million euros; European Commission, 7 June, 2018).

Five of the ten most important dairy companies in the world according to their

annual turnover in the last decade are European. Eleven dairy processing companies in Europe are among the top 20 in the world. The three main European multinationals dedicated to commercializing dairy products (Nestlé, Danone and Lactalis) are large companies with very high business figures. As we have seen, these companies have problems in their operation, which are partly inherent to the functioning of any capitalist multinational, including labour disputes and scandals about selling products to impoverished countries.

The analysis of the EDI carried out here only focuses on the three main multinationals and their interest groups that have chosen to enter their data into the European Transparency Register. However, with just these cases the results show that the industry has a very high capacity for influence, which is based on their business figures and also on the extensive network of relationships and influences formed by their stakeholders. The power they hold gives them the ability to influence the actions, law-making, and decisions of government members, legislators, and regulatory agencies as well as public opinion.

The network of influence woven by the industry through their interest groups is dense and complex with a clear and enormous capacity for influence. Nestlé, for example, states in the Transparency Register that it held 15 meetings with the European Commission between 2014 (the year from which its meetings are recorded) and 2018 to discuss issues related, for example, to the environment, employment, food safety and health. This company states that it is a member of 17 lobbies and 4 think tanks. Actually it is a member of more associations and more pressure groups, but in the registry it only reports those organizations that focus on European policies and institutions and which are relevant to this registry. The multinational company, in addition to being associated with external organizations, has institutes that function as its own think tanks. For example, through the Nestlé Nutrition Institute the company publishes videos and infographics, prepares "expert opinions", launches publications and presentations and organizes specialized conferences and symposia, as well as providing access to an archive with more than 3,000 resources aimed at the medical community, journalists and also legislators. Through the Nestle Institute of Health Sciences, the company also publishes other resources and communication actions in the scientific and academic fields, creates content and participates in the European Master in Food Studies. Nestlé

even has its own doctoral program through these institutes dedicated exclusively to supporting the dairy business.

Like Nestlé, Danone also has an office in Brussels, and although this company only reports in the Transparency Register four meetings with members of the European Commission for the period from 2016 (year from which its meetings are recorded) to 2018, it is also a member of different associations and is represented by independent consultants. Specifically, Danone is a member of at least 15 associations and confederations that represent its interests in Europe, in addition to having contracted, during the period studied, the services of at least five public and institutional relations agencies, including Landmark Europe. Danone also has its own academic think tank, the Danone Institute, with delegations in 15 countries, including Spain, Japan, Morocco, the United States, China and others. Like Nestlé's research institutes, the business-oriented science profile allows these institutes to qualify as interest groups with a think tank profile, in which they bring together experts from around the world, organize conferences, hold scientific meetings, award prizes, launch child nutrition programs and workshops, and finance scientific publications, monographs, and guides on food, nutrition and health.

Finally, Lactalis, a company much less well known than the previous two, does not report its meetings or membership in lobbies or think tanks in the European Registry in minute detail; however, it also participates in the European Master in Food Studies, and sponsors different initiatives, many of them in the fields of health and science.

Globally, the European dairy industry has a very dense stakeholder structure. Of the 48 organizations identified in this study in the European Transparency Register as lobbies in the area of dairy production, there are only two lobbies in favour of animal rights (Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals and Compassion in World Farming). There is a third lobby (Baby Milk Action), from the UK, that works to 'stop misleading marketing' by the infant food industry, and a fourth (Matvett) is an association against food waste. The 44 remaining interest groups registered in the EU Transparency Register are related to the dairy industry and, according to the figures declared in this register, which are always far below the reality in the case of industrial interest groups, the dairy lobby stated having invested globally between 6.1 and 8.7 million eu-

ros just in putting pressure on the European authorities in 2018. Compared with this figure, the remaining four organizations, not linked to the industry, declared a total investment of between one million and 1.2 million euros that year.

In addition to these 48 organizations, it must be taken into account that there are many other institutions that are not identified in the Transparency Registry as interest groups related to the dairy sector, but which also lobby in this regard. Moreover, there are other associations, federations and consultancies that defend companies in the dairy industry because they belong to other broader and more general groups, such as advertisers, farmers, food and beverage manufacturers in general, etc.

Thus, defending the dairy industry's interests there is a long list of organizations that function as pressure groups or lobbies and that vary according to the interests and fields they defend. There are those that represent interests at the national level, with federations that represent industries by country at the international level, and there are also organizations that represent companies from specific guilds, for example, those that breed and exploit a specific species of animal, such as goats, or those that make or market a specific type of product, such as whey or yogurt for example. Normally, companies are not members of just one of these associations or federations, but rather they are members of several. The setting is for this reason very complex: many organizations, in addition to being registered in the Registry under their own name, are also represented in private professional consultancies, communication companies, law firms, associations and federations, etc., and all these representative companies lobby in their turn. For example, a dairy company may appear directly on the record. This company can, at the same time, be defended by a law firm. It can also be a member of an association of dairy producers, but also of the federation of European beverage manufacturers, or an association of the European food producers, or of European brands, etc. In other words, it is a dense and complex network to define and study.

It is necessary to remember that the Transparency Register only includes organizations that decide to register in it because they have an interest in carrying out lobbying functions directly with members of the European Parliament and the European Commission. If putting pressure directly on members of these institutions is not among their objectives, these institutions do not need to be registered, even if they influence by

lobbying in another way. This means, in all probability, that the number of organizations, entities, companies, associations and federations exerting pressure and influence in some way is much greater than it is possible to identify, and that the direct investment reported in the European Registry is only a part of the total investment that companies dedicate to lobbying. Moreover, companies do not report in this registry the amount invested in advertising or other public relations actions that are not directly, but rather indirectly, concerned with European legislators. Therefore, it is necessary to examine the data taking into account that, in all probability, the results obtained for this objective can therefore only reflect a portion of reality. Similarly, it has been detected that these pressure groups also have close networks of contacts that are very complicated to trace. These form a coalition of interests that the pressure groups not linked to the industry, and with objectives related to the respect for other animals, the environment or impoverished humans, do not have. These last groups have radically lower financial capacity, numbers of organizations and employees, and they do not have the same types of networks, either in terms of density or in breadth.

It is understood by all of the above, with the figures presented and added to the lack of transparency of the operations of lobbies and think tanks in Europe, that the European dairy industry and its interest groups have a large capacity to influence legislation and regulators, which is undoubtedly far superior to that of groups positioned against their activity. An example of this are the enormous subsidies that the EDI has received directly through the Common Agricultural Policy (CAP) since the beginning of the creation of the European single market, as well as the campaigns to promote the consumption of official dairy products, all of which are essential for the economic viability of the industry. As seen above, these aids (between 40% and 50% of the total gross income of the dairy sector in 2020) influence consumption habits of products that are not only economically unviable, but are also ethically very problematic, as they do not take into account the suffering caused to the animals that are used to obtain these products. In addition, as explained previously, 80% of the agricultural subsidies go to the 20% of producers who own the most hectares, which results in a series of social and class problems.



It is concluded that the European Dairy Industry forms a conglomerate of great economic and communicative scope. Through its lobbies and think tanks it has built a network of far-reaching, complex and powerful influence, which is very effective in transmitting messages that promote the development of its economic activities and at the same time weaken those messages that hinder or threaten the industry.

### **6.1.2. Conclusions for Objective 2: discursive framework of the main EDI interest groups regarding how they refer to the animals they exploit**

After studying the documents in the sample, it can be affirmed that the analysed texts construct a speciesist discourse, that is, a discourse that discriminates simply for reasons of species. This discourse justifies the use of non-human animals for the purposes of the industry and humans. It is a discourse that serves only these interests, while denying the interests of the animals that are exploited to obtain their maternal secretions. This is achieved through a representation of the cows that objectifies them and disregards their capacity for sentience, autonomy and individuality.

The fact that EDI stakeholders disseminate a specific discourse to achieve their objectives, in this case the continuation of their economic activity, is a many layered ethical problem because of the different injustices that the existence of this industry encourages. Industry-driven speciesist discourse normalizes and perpetuates human exploitation of other animals, delaying the changes in the food chain that would lead to improvements in cow ethics and suffering, as well as environmental issues and human food justice, at a time when these need to be accelerated.

This objectification of cows and the denial of their capacity for action and autonomy is carried out, as we have seen, through several main strategies:

- **Suppression of the subjects: Omission of their existence and/or sentience.** In the texts analysed, the suffering experienced by the cows, as well as their individuality and their capacity for action and autonomy is omitted from the narrative; they are represented as mere machines. As a more radical measure, we have also detected a direct elimination of the

subjects altogether, that is, even mentioning their existence is avoided: the milk gushes from somewhere, as if from a mountain spring.

- **Suppression of the subjects' individuality: Another name for alienation.** For the industry, cows are not cows, but "dairy cows". Similarly, they are "producer animals" or it is mentioned that "animals produce food". This adjective makes their ability to suckle their calves when they are mothers the reason for cows' existence for the industry. Their name comes from what we get from them, they are not considered as individuals with lives that deserve to be lived for themselves. This displacement of meaning is present throughout all the documentation analysed in this research and is not only visible in the discourse, but is also literal, as cows are only allowed to live as long as their production is acceptable to the industry.
- **Suppression of the subjects' individuality: A simile of plants.** For the industry, milk is "derived" from animals in "production cycles". Instead of talking about "breast milk" and "cycles of pregnancy and lactation" or "extracting milk from mothers' udders" or even "milking", they speak of "harvest period".
- **Suppression of the subjects' autonomy: Property.** In the industry's discourse, cows are not individuals or subjects, but rather objects owned by someone. Their value is reduced to a value as a commodity, in which their subjectivity becomes a condition of a machine, product or workforce within capitalist objectives.
- **Repetition of the industry's benefits: Animal welfare.** In the industry's discourse, "animal welfare" is useful in that it improves the quality and quantity of dairy production. At no time are cows spoken of as sentient beings that deserve a reduction in their suffering.
- **Repetition of the industry's benefits: the Environment.** The industry alludes to supposed benefits for the environment derived from its production, which contrasts with scientific research that affirms that plant

substitutes for dairy products have a lower environmental footprint than those of animal origin.

- **Protection of rurality.** The dairy industry also sends a series of messages that exalt the rural spirit, stating that their activity encourages the development of towns and their inhabitants.

We conclude that the messages of the European dairy industry objectify cows and deny their capacity for action and autonomy through various strategies. They erase the cows' capacity for sentience from the discourse and, depending on the occasion, they turn them into mere production machines, insensitive things or objects owned by someone, and even compare them to plants. The idea that in order for a cow to produce milk she has to undergo pregnancy and childbirth is totally omitted; moreover, the existence of babies resulting from these deliveries is never mentioned. At the same time, the message is reinforced that the industry is not only not harmful to the environment or to the people who live in the countryside, but that, on the contrary, it has a positive impact.

### **6.1.3. Conclusions for Objective 3: discursive framework of the main EDI interest groups related to dietary guidelines**

Based on the analysis of the sample of texts used to study the discourse of the EDI interest groups, it is observed that the dairy industry implements several discursive strategies to influence food orientations and guidelines.

In the discourse generated by the EDI interest groups, one of the most important messages is that milk consumption plays a key role in maintaining good health. To support this discourse, interest groups not only communicate positive messages, but also counteract negative messages, both in terms of the negative properties of their own products and the substitute capacities of plant products.

The strategies identified are:

- **Appeal to Health.** The messages express that dairy products are necessary for good health. All people should consume dairy products if they want

to achieve or maintain good health, regardless of age, personal characteristics, etc.

- **Appeal to science.** It is insisted that science claims that milk is necessary for health. The previous point (dairy products are necessary for health) is reinforced and justified through different discursive associations with the scientific field. Citing themselves as a scientific reference, the dairy industry interest groups assure us that consuming milk and dairy products from cows is imperative for humans, projecting a hyperbolic message regarding the properties of these products and omitting the problems surrounding them and their production.
- **Interpellation of specific groups as consumers.** The message is sent that the consumption of dairy products is especially necessary in groups such as women (especially those who are pregnant or menopausal), children (this group is mentioned in particular, especially in relation to school plans to promote dairy), older people and athletes.
- **Disqualification of vegetable substitutes.** The dairy industry tries to maintain the fiction that there are no plant substitutes for animal milk and its derived products. Thus, when they exist, the industry says that they do not have the same nutritional quality or that they cannot use similar names to the animal products that they substitute, or even that the consumption of plant alternatives is harmful. At the same time, the main dairy companies contradict their own discourse with the creation of vegetable lines that include these types of substitutes.
- **Dietary guides and advice.** The industry interest groups are constantly pressuring institutions with their communications to legislate in favour of different aspects that affect the industry's production or marketing. The industry works to use only positive arguments for dairy products in guides and advice, criticizing negative or restrictive institutional recommendations.
- **Positive communication.** In line with the previous point, the dairy industry advocates in its discourse for a positive communication narrative regarding its products. It does so by appealing to notions such as "common sense", "balanced diet" or "you have to eat a bit of everything". According to this nar-

rative, dairy products should be promoted as "complete products" that cannot be judged by an individual nutrient that may be negative, but rather by the bottom line of the overall product. That is, their virtues are extolled and their weaknesses are obviated. This type of treatment is also encouraged for guidelines, advice and labelling.

- **Milk touted as "white gold"**. Through its messages, the industry describes milk as a perfect liquid with almost magical properties. The messages of the dairy industry revolve mainly around the axis of health, emitting a hyperbolic message that exaggerates the health benefits of its products, and completely omitting the damages that can be caused by their consumption or production.

As a general final conclusion, the messages from the industry pressure groups analysed, together with the analysis of the political economy of the industry and its pressure groups, allow us to conclude that the discourse identified by this doctoral thesis has an enormous influence capacity due to the characteristics of the industry and its interest groups, which form an ecosystem of complex collaboration networks consisting of nodes with economic, political and discursive power.

## **6.2. Discussion**

Like any other industry, the European dairy industry (EDI in this work), through its pressure groups, is an active interlocutor that sends specific messages aimed at influencing legislators, the media, the health corpus and other receivers that at the same time become speakers of a message that arrives to the consumers. This research has nevertheless expanded this knowledge to identify the size and characteristics of the network of influence woven by this industry, as well as its messages. The scarce critical literature on this issue, for example the works produced by Critical Animal and Media Studies (CAMS), had already provided some data, but there was no research that provided an in-depth look at the discourse of some of the key players in our diet. The results of this work are in line with the previous results and also expand them, providing more details for an industry little studied but of enormous relevance, an industry that bases its entire business on the commercialization of products derived from cow's milk. The EDI has managed to increase the production of this milk based on the suffering of the

individuals from whom it is extracted. The industry's communications muffle the public's knowledge of this suffering.

According to the results of this study, pressure groups promote positive messages about their product, while ignoring, sowing doubts or denying the negative aspects of the production and distribution of dairy products. This is relevant in itself, but it is even more so if we consider the intention to influence the tools that governments use to promote eating habits: dietary guidelines.

Although it was not part of the objectives of this research to measure the impact of dairy stakeholders in the creation of these guidelines, the data we have collected and analysed here show the enormous influencing capacity that the EDI has constructed through the network of interest groups studied. This influence is expressed both in the structure of the network, which is broad and dense and has great investment capacity, and in its discourse, which appears seamless in that it is well constructed and is homogeneous throughout all the communications of the different entities.

The main conclusions of the research are:

The European Dairy Industry forms a conglomerate of great economic and communicative importance. This work has contributed to uncovering how this industry in Europe has used lobbies and think tanks to build a dense, complex and powerful network of influence, which is very effective in transmitting messages that justify and promote the development of its economic activities and also weaken those messages that threaten their business. These findings are in accordance with and expand on the previously limited existing literature from a critical and anti-speciesist perspective on the interest groups of the food business based on exploiting animals; including, Almiron (2016c) *The political economy behind the oppression of other animals: Interest and influence*, in Almiron N, Cole M and Freeman CP (eds) *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. New York: Routledge, pp. 26–41; Almiron, (2020) *Meat taboo. Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction*. London: Routledge; Stanescu, (2020) "Cowgate": Meat eating and climate change denial, in Núria Almiron and Jordi Xifra

(eds.): *Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction*. London: Routledge. An unexpected finding in this sense, which constitutes an original contribution of this work, has been the strategic communication guidelines given by the lobbies themselves to their members, as for example the case of the EDA (European Dairy Association). It has been possible to verify how lobbies give their associated companies precise guidelines for communicating the benefits of their products and avoiding the most negative aspects (direct recommendations in their publications regarding talking about cow's milk in a positive way and with the perspective of a "complete" product). It is necessary to know about this strategy used by the industry, since the fact that they make these recommendations shows that for the dairy industry it is extremely important to elaborate a homogeneous, uniform, coherent and consistent message, since discursive unity produces an image of strength and cohesion that increases its chances of being heard and internalized, if we follow advertising classics such as David Ogilvy (1983).

We also conclude that the messages of the European dairy industry objectify cows and deny their capacity for action and autonomy. Through the analysis of the dairy industry's discourse in relation to the animals they use to make their product, it is clear that they carry out cosification of a speciesist nature through different discursive strategies. This results in a message that aims to sell the product as something natural, normal and necessary for humans, confirming the ideas previously developed by the psychologist Melanie Joy (2010, p.96), which she introduced in her book *Why we love dogs, eat pigs and wear cows: an introduction to carnism*. She uses the "Three N's of justification" to explain the arguments followed by the carnist ideology to justify the consumption of meat by claiming that this activity is "normal, natural and necessary". In 2015, a subsequent publication expanded the number of N's to four by adding "nice": "natural, normal, necessary and nice" (Jared Piazza, 2015). In 2018 Deirdre Wicks, following the same line of research, talked about the fact that there is a "common sense" that presents both the cow and its products as "natural and good" (2018, p. 46).

In this research it has also been observed that the dairy industry, through its stakeholders, uses a series of discursive strategies to ensure that dairy products are present in all food guidelines. One of the most important of these strategies is the appeal to health, arguing that milk consumption plays a key role in maintaining good health. To support this argument, they not only communicate positive messages, but also counteract negative messages, both in terms of the negative properties of their own product and the substitute capacities of plant products. In this sense, the research results are in line with the findings of Marion Nestle (2002), who speaks of a "strategy of confusion" as part of the tools used by different industries, including the food industry and also the tobacco industry. According to Nestle, the food industry benefits from (and feeds) the existence of pseudo-truths in the population's imagination, such as "it is important to eat a bit of everything" or "it is important to eat a balanced diet and a variety of foods". Similarly, there is no "good" food except the food they sell, there are no "bad" foods (and especially not those they sell) and all foods (especially theirs) can be included in a healthy diet in "moderation", so there is no reason for institutions to send messages that restrict any of the products they sell (Nestle, 2002, p. 21).

However, the analysed messages use negative rhetoric regarding plant substitutes for dairy products, which are seen as negative competition for the EDI business (and it is not for nothing that most dairy companies have diversified their business by also producing these substitutes, the latest major milestones being the purchase of WhiteWave Foods by Danone in 2016, the market entry of plant-based products from Lactalis' Siggis yogurt in 2019, the launch of an oat drink by Arla Foods in March 2020, and the launch of various products based on soybeans, peas and oats by Nestlé also in 2020). The dairy industry has maintained for decades (since 1987 if we take the European regulation that defined milk as animal by nature with the exception of coconut milk<sup>330</sup> as the starting point; or since 1997 if we take the citizen petition issued in the United States by Soyfoods (the Soy Food Association of America) to recognize the term "soymilk" as the starting point) a battle to secure a monopoly on the use of certain terms that have been traditionally associated with

---

<sup>330</sup> See Regulation (EEC) n° 1898/87 of the Council of 2 July, 1987 regarding the protection of the name of milk and milk products at the time of their commercialization available at <https://eur-lex.europa.eu/eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:31987R1898&from=EN>



dairy products (despite there being historical exceptions in which these types of terms have also traditionally been used for products derived from plants, specifically, for example, coconuts and almonds). This is in line with what was argued by Iselin Gambert in her article "Got Mylk? The disruptive possibilities of plant milk" (2019), in which she analyses the "Milk Wars", as she calls them, which took place in Europe and the United States. The author states that there has been a real "battle" over dairy terms for several decades, in which producers and stakeholders in the dairy industry feel threatened by the increase in popularity of plant-based milks (Gambert, 2019, p.2). Gambert's work clearly shows how the dairy industry has been willing to make great economic investments on both sides of the Atlantic (the author focuses on Europe and the United States) to sue brands of vegetable dairy substitutes from the last decades of the 20th century and during the first decades of the 21st century. This economical investment, in the European case, bore fruit in 2017 with the ruling issued in the European Union to prohibit the use of milk names for products of plant origin. Thus, the Verband Sozialer Wettbewerb, a German association that claims to fight against unfair competition<sup>331</sup>, considered that the type of promotion being carried out by TofuTown, a German company that distributes food mainly of plant origin, was unfair competition and that it ran the risk of confusing the public regarding the true origin of the products. Many opinions have been expressed regarding the public's possible confusion, and one of them is that all milk, whether of animal or vegetable origin, should be named descriptively, also in the case of milk from cows, which according to an opinion piece published in The Hill by Gene Baur (2019) should be sold as "cows' milk". Another possible proposal, following this logic of information transparency, would be that dairy products of animal origin be named directly for what they are: derived from cow's breast milk.

In the narrative of dairy as a "special" product, the messages obviate that, on occasions, plant substitutes have better nutritional properties than the original ones, precisely because said substitutes have been designed and thought of directly for human consumption, while the secretion of mammals is specifically for making their

---

<sup>331</sup> More information can be found on the association's website: <http://www.vsw.info/00000098fd0d98b0b/index.html>

babies grow quickly. This is in the same argumentative line as what authors such as David Román (2003) or Neal Barnard (2017) have previously explained.

In this thesis we have also identified that promoting dairy products in schools is a relevant strategy. Similarly to Atkins (2005, p. 76), the plans to stimulate dairy consumption in schools were designed "not so much to make children fat as to make farmers fat". This work confirms what this author defends in the sense that EDI interest groups promote the consumption of all kinds of dairy products in schools, not only those that may be healthier, but also those that contain sugar and other types of additives that are not necessarily healthy or nutritionally optimal. The dairy industry's interest in attracting children as a target audience is understandable, since it is a profitable promotion in the sense that children have many years of consumption ahead of them. The food industry, in general, is interested in young people and children as target audiences not only for their purchasing power and purchasing influence, but also to create habits in what will be future adult consumers. The results of the present thesis on this issue are aligned with a multitude of previous studies. For example, Story and French (2004) state that "in recent years, the food and beverage industry has seen children and adolescents as a larger market force", and as a result, "children and adolescents are now the target of intense advertising and marketing efforts" (Story and French, 2004). The conclusions of the present study are particularly aligned with those defended by Marion Nestle, who in her book *Food Politics* dedicates a complete section to this issue, called "Exploiting Kids, Corrupting Schools" (2002, pp. 178-218), in which she shows that the food industry begins to address the underage public at a very early stage. She states that, to reach boys and girls of any age, the industry uses a wide variety of methods that it applies with enormous success (2002, p. 178). Marion Nestle also explains that food companies defend their right to address children in different ways, including by appealing to freedom of expression and also arguing that advertising encourages children to eat breakfast or eat healthier products. That is, the industry argues that this type of advertising contributes to nutrition education, also claiming that no specific food contributes especially to obesity and that the important thing is to emphasize exercise and not food (2002, p. 179).

The fact that the largest companies in the dairy industry have their own lobbies and think tanks, thus also becoming producers of scientific information aimed at the medical community, represents a clear conflict of interest. The importance of this strategy has been previously confirmed by various authors. For example, Ismael Hernández Adell and Josep Pujol explained how the medical community has played a very relevant role as a prescriber of dairy products as healthy products since the beginnings of the modern dairy industry (Hernández and Pujol, 2017, pp. 74-75). The dairy industry is aware of the influence capacity of the messages of medical groups, and that is why they invest, as has been demonstrated, large quantities of resources in their lobbies and think tanks to create and maintain a scientific corpus that defends the nutritional properties of dairy products.

Likewise, it has been observed in this work how, through the industry's messages, the suffering experienced by the cows is omitted from the narrative, as well as their individuality and their capacity for action and autonomy. Cows are portrayed as mere machines that do not feel. In this sense, this strategy is aligned with that described by Taija Kaarlenkaski when she states that "the invisible work of cows is, in fact, the prerequisite for milk production" (2018, p. 91). It should be noted, regarding this conclusion, that authors such as Otomo (2014, p. 223) and Kaarlenkaski discuss the capacity for action and perceived autonomy of cows, differentiating two levels. Thus, for Otomo, in line with the findings of this thesis, cows are considered as mere objects of milk production, specifically when they are observed from a macro level. While Kaarlenkaski adds that the capacity for action and autonomy of cows is irrefutable when analysed at a micro level or at a relatively small scale of production (2018, p. 89). This last author explains the undeniability of cows' capacity for action by the perception of actions of resistance and other examples of cows' capacity for action that farmers of extensive ranches attest to and acknowledge. These observations share the position defended by Jason Hribal previously (2007, pp. 103-106) regarding the recognition of the capacity for action and autonomy of other animals by the humans who are closest to them. This author explains that these "caretakers" are perfectly aware of the capacity for action, resistance and personality of the animals they hold captive, a position also held by Jocelyne Porcher (2012) specifically in the case of cows.

This work has also detected the more radical strategy of directly suppressing the subjects of the narrative. That is, the industry avoids even mentioning the existence of the cows: the milk gushes from somewhere, as if from a mountain spring. Both this elimination of the subjects and the naturalization and vegetablization detected are in line with what has been previously argued by authors such as Deidre Wicks (2018). Wicks applies the Marxist concept "naturalistic mystification" to milk, according to which cows used by the industry for their maternal secretions are presented as "natural" and their milk as "an innocuous" or "non-harm product". That is, the idea is defended that to produce dairy products it would not be necessary to kill anyone, unlike to obtain meat products, avoiding the very unnatural issues that humans have developed for carrying out the industry, such as reclusion, forced pregnancies, and genetic alterations of cows over the years. The contradictions implicit in this discourse of naturalization become evident with the massive introduction of the use of machines to extract milk mechanically, since this impersonal character of milk extraction is accentuated, changing the relationship between the farmer and the cow. According to Clemens Driessen and Leonie F.M. Heutinck the appropriate relationship between the two goes from being "contact and care" to "allowing animals to take care of themselves". Furthermore, the word "natural" no longer has a place in this robotic process, although on the other hand the industry uses this process in which the cows themselves come to be milked by the robot to enhance this idea of "naturalness" in the process of extracting breast milk (2014 p.4).

As we have seen, for the industry, cows are not cows, but rather "dairy cows". This adjective makes their ability to breastfeed their young when they are mothers the reason for their existence, in the eyes of the industry. They also talk of "producer animals" in the same sense. This type of narrative is widely used in primary education to convey the idea that animals live to be at the service of humans (for example, in children's exercises to join each animal by arrows with the product that it "gives" to humans), as if offering their production to humanity was their life destiny. Nevertheless, milk is a natural food that female mammals secrete to feed their new-born young until they can obtain food in another way. Not only is it a food but it also contains hormones and other substances that help against infections and

to strengthen the mother-child bond in all mammals. The dairy industry separates cows from their calves, and markets the milk that was originally produced for them.

This background of the industry is of course hidden by the messages sent by the EDI interest groups, who, on the contrary, construct the idea, through various strategies presented in the results of this thesis, that cows are "dairy" and "give us" their milk. This is probably the reason why there is a current of popular thought that defends the erroneous belief that there are "dairy breed" cows that secrete milk even without having calves, and that justifies the extraction of milk out of a need to "relieve" the cows' udders (Sherwood, L. ; Klandorf, H. and Yancey, P. 2013). In this sense, the conclusions of this thesis confirm the reflections of, for example, Alexandra Navarro, when she discusses the popular belief that "cows are under voluntary submission (they *give us* milk, they *give us* leather) (... ) that contributes to sustaining the dominant anthropocentric speciesism" [italics in the original] (Navarro, 2016, p.108). These studies also follow the line of Lorna Stevens, Matthew Kearny and Pauline Maclaran in their publication "Uddering the other: Androcentrism, ecofeminism, and the dark side of anthropocentric marketing" (2013), in which they affirm that the dairy industry represents the cows in its advertising as "the Other" and uses a "general narrative of benevolent dominance" of "happy" cows in the advertisements that show anthropomorphized cows. The results of this thesis on the idea that cows are happy to give us their milk also reinforce the work of Deirdre Wicks (2018, p.46), who states that the industry has presented images and messages of cows that show them as creatures that are satisfied, that live a natural life and that voluntarily provide us with their excess milk, reaching the extreme that some images suggest that the cows even enjoy this process.

There are some surveys that show to what extent the industry's discourse can be effective. For example, a survey by HelloFresh (Independent, 2019) indicated that 22% of British people think that goat's milk is suitable for vegans. Another survey from the Innovation Center of U.S. Dairy (Dewey, 2017) indicated that seven percent of all American adults believe that chocolate milk comes from brown-coloured cows. This latest survey could itself be the subject of analysis, as it was

commissioned by a U.S. dairy industry interest group. Therefore, the dairy industry knows about this public confusion and even uses it for its public relations actions. These surveys show that the population has significant doubts regarding the origin of dairy products and it seems logical to infer that the industry's discourse could have greatly influenced this or, at least, contributed to it. In addition, the number of erroneous beliefs that the public has about the origin of some dairy foods contrasts with the dairy industry's demands that dairy terms be only used for products of animal origin with the excuse that the use of these terms for foods of plant origin confuses consumers regarding their true origin (Cornall, 2017).

The dairy industry also sends a series of messages on the exaltation of the rural spirit. This mystification is also widely discussed by Wicks (2018), in whose work we find a criticism of the use of images of cows peacefully grazing in green fields used not only in advertising but also in public relations exercises related to milk and dairy products. According to Wicks, these images serve, to assure consumers that the product "is natural, good, and, unlike meat, is a 'non-harm' product" (Wicks, 2018, p. 49).

This author cautions that unless the consumer investigates on their own, they will never be exposed to the harsh realities of milk production, which are far from those green pastures.

The findings of this thesis are in line with the findings of the Critical Animal Studies authors, who state that the normalization and naturalization that the industry constructs through their discourse make us forget that the use of cows for the extraction of their maternal milk for human consumption is a phenomenon completely generated by humans and for humans. It has nothing to do with "the natural" and is, in fact, horrific for the main producing subjects, the cows. This thesis is part of the creation of knowledge on how the discourse of the European dairy industry's interest groups aim to influence public policies by normalizing the exploitation of cows and the suppression of their individuality and ability to act.

### **6.2.1 Limitations and recommendations for future research**

Although this research has made exhaustive use of all available resources for the proposed objectives, there are some limitations to be aware of. First, an option could be to

increase the number of companies analysed in detail. Instead of focusing on the three most relevant, the analysis could be broadened to the ten largest in order to construct a more precise and detailed picture of the industry, and not only of the largest multinationals.

Second, although interviews have been carried out with communication profiles of the main companies in the European dairy industry, it would be very interesting to interview lobbyists whose main job is to represent the dairy industry in front of the main European institutions in Brussels. This would provide us with direct information on the specific work they do with the legislative bodies and what their objectives and strategies are according to them in the short, medium and long term.

The objective of this research was not to measure the effective influence of the EDI on political and social actors, as it is not a study of the effects of communication, but rather this work is framed in the field of critical analysis of the discourse of public relations and institutional relations. The interest here was to examine the influence capacity of such a relevant actor in aspects as important as dietary recommendations, and to determine its structural organization and discursive strategies. However, logically the conclusions of this work cannot be more than partial. To confirm and expand them, it is necessary to study the impact the messages of the EDI lobbies and think tanks have on the mass media with respect to the messages of the industry. We also did not study how these messages affect, or how the information provided by think tanks is used by medical professionals who give advice related to nutrition and health. Similarly, we did not look at how these messages are translated into scientific studies, rather we looked at the messages that are sponsored by the dairy industry and those that are independent. The study of these factors would be very interesting for determining the practical magnitude of the influence of the dairy industry think tanks and lobbies on these types of interlocutors, which in turn have an influence on the general public.

Another limitation, which could lead to future studies, is that it has not been possible to research in the present work, due to the need to limit the work, the advertising carried out by the dairy industry. Research could also delve into other public relations actions, such as holding events, scientific conferences, etc.

Another very interesting element would be to examine and build a map of the discursive coalitions between the dairy industry and other animal exploitation industries. It would be interesting to do so since these are inherently related industries in their most primary practices: a large proportion of the animals that end up in slaughterhouses to become meat products begin their lives exploited for their milk.

It is interesting to note that the dairy industry actively invests in pressure groups and think tanks to launch constant messages, which are uniform in content and profusely disseminated. Not only in order to assert that they do try to influence legislation and public opinion, but also to verify that, if pro-empathy organizations (organizations in defence of animals, the environment or vulnerable human groups) want to confront these message and counter them with a pro-empathy discourse, they are at a serious disadvantage. However, for this very reason, it would be interesting to know exactly what messages they send, to be able to counteract them with rigor and precision.

In the present study, cows are considered as the main victims of the dairy industry. However, there are many more victims, which should be focused on in future studies. On one hand, other non-human animals, which the industry also uses for dairy products, such as goats and buffaloes, for example, species that make up 15% of the European dairy production, have not been taken into account. On the other hand, we have not looked at the power relations that are formed within the industry between humans. To begin with, with the workers in the industry, then the farmers, and continuing with the people who make up the different consumer publics, in many cases captives, both those who live in the producing countries (for example, in the case of citizens admitted to hospitals and other institutions or children in schools, or those who feel vulnerable or have specific needs) and those who live in impoverished countries (for example citizens who receive dairy in the form of donations or as part of charitable campaigns). It would be interesting to conduct interviews with all these individuals, from the workplace to the consumer.

Finally, any research falls short when it studies situations in which there is currently exploitation and suffering in beings with the capacity to feel. This thesis has been carried out over four years. The life expectancy of cows exploited by the dairy industry is reduced to this same period of time: four years, often three. However, these same



cows, well cared for and without being used for any type of production, could live five times longer. This is in terms of quantity of life, but the main problem is quality, or the complete lack of it.

During these four years, each of the cows used by the dairy industry will have undergone four forced pregnancies, with all the diseases and illnesses that derive from the exploitation. Four children they will not be able to care for, four children they will not be able to feed, since the milk from their udders is intended for human consumption. According to data from the European Union Milk Market Observatory (2020), in the last four years available at the time this research was carried out, there were 21,395,000 cows in the custody of the industry in 2016; 21,160,000 cows in 2017; 20,783,000 cows in 2018; and 20,524,000 cows in 2019. More than twenty million sentient individuals a year, as well as the children they are forced to give birth to each year, held captive, exploited and finally exterminated for the economic benefit of an industry.

## REFERENCIAS

Adams, C. J. (1990). *The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory*. Nueva York: Continuum. (Edición en español: 2016. Madrid: Ochodoscuatro Ediciones)

Adams, C. J. (1993). The Feminist Traffic in Animals. En: Gaard, G. (Ed.) *Ecofeminism: Women, Animals, Nature* (pp. 195-218). Philadelphia: Temple University Press.

Adams, C. J. (1995). *Neither Man nor Beast: Feminism and the Defence of Animals*. Nueva York: Lantern Books.

Adams, C. J., y Donovan, J. (Eds.). (1995). *Animals and women: Feminist theoretical explorations*. Durham: Duke University Press.

Adams, C. J. (1997a). "Mad Cow" Disease and the Animal Industrial Complex: An Eco-feminist Analysis. *Organization & Environment*, 10: 26–51.

Adams, C. J. (1997b). Viewpoint Pity the Poor Mad Cow: A View from the United States. *Ecotheology: Journal of Religion, Nature & the Environment*, Julio 97, Vol. 5, Núm. 3, 117.

Adams, C. J. (2017c). Feminized Protein: Meaning, Representations, and Implications. En Cohen, M. y Otomo, Y. (Eds.).(2017), *Making milk: the past, present and future of our Primary Food*. Londres y Nueva York: Bloomsbury Publishing.

AECOSAN (s.f.). *Estrategia Naos*. Recuperado de: [https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia\\_naos.htm](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia_naos.htm) Último acceso: 19 de marzo de 2021.

AFCL (2017). *Charte de la Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires Publiques*. Recuperado de: <http://www.afcl.net/deontologie/> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Agamben, G. (2004). *The Open: Man and Animal*. Stanford: Stanford University Press.

Aguilar Astorga, C. R.; Lima Facio, M.A. (septiembre de 2009). *¿Qué son y para qué sirven las Políticas Públicas?*, en Contribuciones a las Ciencias Sociales. Disponible en: [www.eumed.net/rev/cccss/05/aalf.htm](http://www.eumed.net/rev/cccss/05/aalf.htm)

Alasfoor, D.; Rajab, H.; Al-Rassasi, B. (2008). *Food Based Dietary Guidelines. Technical background and description*. Oman: Task force for the development and implementation of the Omani Food Based Dietary Guidelines. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-as846e.pdf>

Allcorn, A; Ogletree, S.M (2018). Linked oppression: Connecting animal and gender attitudes. *Feminism & Psychology*, 16 marzo de 2018.

Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0959353518759562> [Consultado última vez el 13 de septiembre de 2018]

Almiron, N. (2016a). Capitalismo y trato animal. Publicado en el periódico digital Eldiario.es con fecha 19/09/2016 Disponible en: [https://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/Capitalismo-trato-animal\\_6\\_560703947.html](https://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/Capitalismo-trato-animal_6_560703947.html)

Consultado última vez el 26 de diciembre de 2018.

Almiron, Núria. (2016b). *Beyond Anthropocentrism: Critical Animal Studies and the Political Economy of Communication*. En *The Political Economy of Communication* 4(2), 54-72.

Almiron, N. (2016c). *The political economy behind the oppression of other animals: Interest and influence*. En: Almiron N, Cole M and Freeman CP (eds) *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. New York: Routledge, pp. 26–41.

Almiron, N. (2016d). Think tanks y neoliberalismo. En F. Sierra Caballero y F. Maniglio (coord.): *Capitalismo financiero y comunicación* (pp. 195-220). Quito, Ecuador: Ediciones Ciespal.

Almiron, N.; Cole, M.; and Freeman, C.P. (Eds.) (2016). *Critical Animal and Media Studies. Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. Nueva York: Routledge

Almiron N. y Khazaal N. (2016). Lobbying against compassion: Speciesist discourse in the vivi- section industrial complex. *American Behavioral Scientist* 60(3): 256–275.

Almiron, N. (2017a). Slaves to Entertainment: Manufacturing Consent for Orcas in Captivity. En Nibert, D. (Ed.) *Animal Oppression and capitalism*. Volúmen II. Santa Babara, CA: Praeger.

Almiron, N. (2017b). Favoring the Elites: Think Tanks and Discourse Coalitions. *International Journal of Communication* 11 (2017), 4350-4369.

Almiron, N.; Cole, M.; Freeman, C.P. (2018). Critical animal and media studies: Expanding the understanding of oppression in communication research. *European Journal of Communication* 00-0 1–14.

[Almiron, Núria & Xifra, Jordi \(eds\) \(2020\). \*Meat taboo. Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction\*. London: Routledge](#)

Almond, G.A.; Powell, G.B. (1972). *Política comparada*, Editorial Paidós, Buenos Aires.

Altamirano Martínez, Martha Betzaida, Cordero Muñoz, Aida Yanet, Macedo Ojeda, Gabriela, Márquez Sandoval, Yolanda Fabiola, & Vizmanos, Barbara. (2015). A review of graphical representations used in the dietary guidelines of selected countries in the Americas, Europe and Asia. *Nutrición Hospitalaria*, 32(3), 986-996. <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2015.32.3.9362>

ALTER-EU (2019) Nota de prensa: Mandatory EU lobby transparency sunken by EU Institutions. Recuperado de:

<https://www.alter-eu.org/press-releases/2019/04/05>

ALTER-EU (s.f.a). *Who we are?* Recuperado de: <https://www.alter-eu.org/who-we-are>  
Último acceso el 15 de febrero de 2019.

ALTER-EU (s.f.b). *What is the problem with corporate lobbying?* Recuperado de: <https://www.alter-eu.org/what-is-the-problem> Último acceso el 15 de febrero de 2019.

Amat, M.J. (2017). *El sector lácteo español tras la eliminación de las cuotas a la producción*. Trabajo de Fin de Máster. España: Universidad Politécnica de Valencia.

Andrus, D.F.; Freeman, A.E.; Eastwood, B.R. (1970). Age Distribution and Herd Life Expectancy in Iowa Dairy Herds. En *Journal of Dairy Science*. Volumen 53, Issue 6, June 1970, Páginas 764-Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022030270862877#aep-bibliography-id7>

Animal Aid. Página web. <https://www.animalaid.org.uk/the-issues/our-campaigns/animal-farming/suffering-farmed-cattle/>

APRI (Febrero 2017): *Propuesta de Regulación de la Transparencia en la Defensa de Intereses ante los Poderes Públicos*. Pág. 20. Madrid: APRI.

Alvares, C.A. (1987) *Another Revolution Fails: Investigation into How and Why India's Operation Flood Project Went Off the Rails*. Delhi: Ajanta Publications.

Atkins, P. (2005). Fattening children or fattening farmers? School milk in Britain, 1921–1941. En *Economic History Review*, LVIII, 1 (2005), pp. 57–78

Badía, F. J. (1966). Los Grupos de Presión. *Revista de Estudios Políticos* 146, pp. 101-137.

Baker, S. (1993). *Picturing the beast: Animals, identity, and representation*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Balmford A. et al. (2018). The environmental costs and benefits of high-yield farming. *Nature Sustainability*. Volumen 1, págs. 477–485 (2018)

Bardon, P.; Libaert, T. (2012). *Le Lobbying*. París (Francia): Dunod.

Barnard, N. (2017): *The Cheese Trap: How Breaking a Surprising Addiction Will Help you Lose Weight, Gain Energy, and Get Healthy*. EEUU: Grand Central Life & Style.

Barquero Cabrero, Jose Daniel (2002): *Comunicación y Relaciones Públicas. De los orígenes históricos al nuevo enfoque de Planificación Estratégica*. Madrid: Ed. Mc Graw-Hill.

Baumgartner, F.R.; Leech, B. (1998). *Basic Interests: The Importance of groups in Politics and in Political Science*. Princeton: Princeton University Press.

Baur, G. (3 mayo 2019). "Don't blame dairy's decline on consumer confusion". Opinión en The Hill. Recuperado de <https://thehill.com/opinion/energy-environment/432669-dont-blame-dairys-decline-on-consumer-confusion>

Bellamy, K., Van Battum, S. (2017). Global Dairy Top 20. Deciding on Alternative Routes. Amsterdam: Rabobank. Accesible en: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0ahUKEwi79P31kJ7bAhUJVRQKHAlRA58QFgg4MAY&url=https%3A%2F%2Fservices.rabobank.com%2Fpublicationservice%2Fdownload%2Fpublication%2Ftoken%2FDZCR3XJHiUA5CRRIRm6X&usg=AOvVaw0U3JBGIsW7CGccCoNR7dkK> Consultado última vez el 24 de mayo de 2018.

Bellamy, K., Van Battum, S. (2016). Global Dairy Top 20. Betting the Bottom Dolar. Amsterdam: Rabobank. Recuperado de: <https://www.rabobank.com/en/images/global-dairy-top-20.pdf> Consultado última vez el 24 de mayo de 2018.

Bentham, J. (1823): *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.

Bentley, A. F.: *The process of government. A study of social pressures*. Chicago, Chicago University Press, 1908. Obra cita por Antonio Castillo en su traducción italiana a cargo de Giuseppe Buttà: *Il processo di Governo. Uno studio delle Pressione Sociali*, Milano, Giuffrè, 1983.

Bernardet, J.P.; Bouchez, A.; Pihier, S. (1996). *Précis de Marketing*, Nathan, París, 1996. Citado por Xifra, (Lobbying: cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas, Gestión 2000, Barcelona, 1998) pág. 23.

Best, S. (2009). The rise of critical animal studies: Putting theory into action and animal liberation into higher education. *Journal for Critical Animal Studies*, 7 (1), 9-54

Best, Steve; Nocella, Anthony J.; Kahn, Richard; Gigliotti, Carol; Kemmerer, Lisa (2007). "Introducing Critical Animal Studies". *Journal for Critical Animal Studies*. 5 (1), 4-5.

Beyme, K. V. (1986). *Los Grupos de Presión en la democracia*, Belgrano, Buenos Aires.

Birke, L. (1994). *Feminism, Animals and Science: The Naming of the Shrew*. Estados Unidos, Open University Press.

Birke, L. (2007). Relating Animals: Feminism and Our Connections with Nonhumans, *Humanity & Society*, Vol. 31, pp. 305-318

Bloomberg (2016). *Billionaire French Milk King Shaken by Lactalis Farmer Protests*. Bloomberg, 4 de octubre de 2016. Disponible en: <https://www.agweb.com/mobile/article/billionaire-french-milk-king-shaken-by-lactalis-farmer-protests-blmg/> Última consulta el 4 de abril de 2018.

Bobbio, N.; Matteucci, N. (1966). *Diccionario de política*, Traducción y estudio previo de Juan Ferrando Badia. Madrid: Tecnos.

Bogdanor, V. (Ed.). (1993). *The Blackwell Encyclopaedia of Political Science*. Blackwell Publishers, Oxford: Blackwell Publishers.

Bohnsack, R. (2014): Documentary Method en Flick, U. (2014): *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. Londres: SAGE Publications.

Bouissou, M.F.; Boissy, A.; Le Neindre, P.; Veissier, I. (2001). The Social Behaviour of Cattle en L.J. Keeling y H.W. Gonyou (Eds.) *Social Behaviour in Farm Animals*. Oxon: CABI Publishing.

Bonus Kingsford, A. (1881). *L'Alimentation Végétale de l'Homme*, publicada en inglés como *The Perfect Way in Diet*.

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. En Richardson, J. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Nueva York: Greenwood.

Bouxin, A. (2013). Feed & Food statistical yearbook 2012. FEFAC. Disponible en [www.fefac.eu](http://www.fefac.eu) (Citado en Chris de Visser et al. 2014: The EU's dependency on soya bean import for the animal feed industry and potential for EU produced alternatives. Available at [https://www.researchgate.net/publication/273753982\\_The\\_EU%27s\\_dependency\\_on\\_soya\\_bean\\_import\\_for\\_the\\_animal\\_feed\\_industry\\_and\\_potential\\_for\\_EU\\_produced\\_alternatives](https://www.researchgate.net/publication/273753982_The_EU%27s_dependency_on_soya_bean_import_for_the_animal_feed_industry_and_potential_for_EU_produced_alternatives)).

Brajdova Z.; Fiala J.; Bauerova J.; Hrubá D. (2000). Dietary Guidelines in Czech Republic. I, theoretical background and development. *Cent Eur Journal Public Health*. 8(3): 186-190

Brambell, F.W. (1965): Command Paper 2836, 1965. *Report of the Technical Committee to Enquire into the Welfare of Animal Kept under Intensive Livestock Husbandry Systems*. Londres: Her Majesty's Stationery Office.

Briggs, C. (1986). *Learning How to Ask: A Sociolinguistic Appraisal of the Role of the Interview in Social Science Research*. New York: Cambridge University Press.

Britten, P.; Marcoe, K.; Yamini S.; Davis, C. (2006). *Development of food intake patterns for the MyPyramid Food Guidance System*. J Nutr Educ BAHav 2006: S78-S92

Brophy, B.A. (1965). The Rights of Animals. 10 de octubre de 1965. *The Sunday Times*. [Más tarde recopilado en la antología *Animals, Men and Morals*, 1971].



Broom, Donald. M. (2017). *Animal Welfare in the European Union*. Bruselas: European Parliament's Committee on Petitions, Policy Department for Citizen's Rights and Constitutional Affairs. Disponible en: [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/583114/IPOL\\_STU\(2017\)583114\\_EN.pdf#page=12](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/583114/IPOL_STU(2017)583114_EN.pdf#page=12)

Bugallo Salomón, Carlos Javier (10 de marzo de 2015). ¿Qué es el análisis de las políticas públicas? en la revista en línea *El Salmón Contracorriente*. Recuperado de: <http://www.elsalmoncontracorriente.es/?Que-es-el-analisis-de-las>

Burdeau, G. (1982). *Traité de Science Politique*, Tomo III (La Dynamique Politique), Vol. I (Les Forces Politiques). París: Librairie Générale de Droit et Jurisprudence.

Burson Marsteller (2013). *A Guide to Effective Lobbying in Europe: The View of Policymakers*. Londres: Burson Marsteller.

Calabrese, A. (2017). *Caveat Emptor! The Rhetoric of Choice in Food Politics Communication* +1: Vol. 6, Article 2. Disponible en: <http://scholarworks.umass.edu/cpo/vol6/iss1/2>

Caldevilla Domínguez, D. (2007). *Manual de Relaciones Públicas*. Madrid: Vision Net. Pág. 97 Disponible en: [https://books.google.es/books?id=T7g1QP8ipu0C&pg=PA17&hl=es&source=gbs\\_toc\\_r&cad=4#v=snippet&q=se%20ejercen%20presiones&f=false](https://books.google.es/books?id=T7g1QP8ipu0C&pg=PA17&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=snippet&q=se%20ejercen%20presiones&f=false)

Caldevilla Domínguez, D.; Xifra Triadú, J. (2013). *Historia de los Lobbies: una forma de escribir la historia*. En *Historia y Comunicación Social* Vol. 18. N° Esp. Dic. (2013) 879-892. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/44371/41954> (pág. 884)

Campbell, V. (2004). *How RAND Invented the Postwar World*. En *Invention & Technology*, Summer 2004. American Heritage. EEUU.

Canavan, J. (2017). "Happy Cow" Welfarist Ideology and the Swedish "Milk Crisis": a Crisis of Romanticised Oppression. Book chapter in: Nibert, David (Ed.) (2017) *Animal Oppression and Capitalism* (Praeger: Santa Barbara). Disponible

en: [https://www.academia.edu/34603801/\\_Happy\\_cow\\_Welfarist\\_Ideology\\_and\\_the\\_Swedish\\_Milk\\_Crisis\\_a\\_Crisis\\_of\\_Romanticised\\_Oppression](https://www.academia.edu/34603801/_Happy_cow_Welfarist_Ideology_and_the_Swedish_Milk_Crisis_a_Crisis_of_Romanticised_Oppression) Consultado última vez el 5 de abril de 2018

Capps, A. (2018). “‘It Was Soul Destroying’— UK Beef & Dairy Farmer Goes Vegan, Grows Vegetables Instead”. En *Free for Harm*. 31 de diciembre de 2018. Disponible en: <https://freefromharm.org/animal-farmer-turned-vegan/jay-wilde/?fbclid=IwAR0Ynr07J2hp4IB4kS37GTS0D-8cB7jw54ZnIKQoAKutKskopGfiyWyv3Oo>

Carr, M.; Hewitt, D. (productores) (1968). *Hunger in America*. EEUU: CBS [Documental]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=h94bq4JfMAA> Consultado última vez: 24 abril 2018.

Casalegno, E.; Laske K (2016). *Les Cartels du Lait. Comment ils remodelent l'agriculture et précipitent la crise*. París: Don Quichotte Éditions.

Castillo, A. (2011). *Lobby y comunicación. El lobbying como estrategia comunicativa*. Zamora (España): Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Castillo, M. (1992). *Las políticas limitantes de la oferta lechera. Implicaciones para el sector lechero español*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Secretaría General Técnica.

CEAS Consultants, Centre for European Agricultural Studies (2000). *The Environmental Impact of Dairy Production in the EU: Practical options for the improvement of the environmental impact*. Final Report for European Commission (DGXI). Disponible en: [ec.europa.eu/environment/agriculture/pdf/dairy.pdf](http://ec.europa.eu/environment/agriculture/pdf/dairy.pdf)

Chan, M. (2013). *Opening address at the 8th Global Conference on Health Promotion*. Helsinki, Finlandia. Disponible en: [http://www.who.int/dg/speeches/2013/health\\_promotion\\_20130610/en/](http://www.who.int/dg/speeches/2013/health_promotion_20130610/en/) Última consulta el 28 de marzo de 2018.

Charié, J-P. (2008). *Le Livre Bleu du Lobbying*. Assemblée Nationale. Commission des affaires économiques.

Chirinos, Z.; González, C.; Madrid, N.; Rivera, J.C. (1999). Vida útil, longevidad y causas de eliminación en vacas mestizas de doble propósito. *Revista Científica* 9 (6): 477-484.

<http://produccioncientificaluz.org/index.php/cientifica/article/view/14548/14526>

Chris, C. (2006). *Watching wildlife*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

CIPR (sf). *Lobbying*. Londres, Reino Unido: CIPR <https://www.cipr.co.uk/content/policy-resources/policy/lobbying> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

CNMC (s.f.a). *Registro de Grupos de Interés*. Recuperado de <https://rgi.cnmc.es/>. Último acceso 21 de marzo de 2021.

CNMC (s.f.b). *Decálogo Ético*. Recuperado de: <https://rgi.cnmc.es/decalogo-etico> Último acceso: 21 de marzo de 2021.

Cohen, M. (2017). *Animal Colonialism: The Case of Milk*. Cambridge: Cambridge University Press.

Coen, D.; Richardson, J. (2009). *Lobbying the European Union: Institutions, actors and issues*. Nueva York : Oxford University Press.

Collard, A., Contrucci, J. (1988). *Rape of teh Wild*. Londres: The Women's Press Limited.

Comisión Europea (s.f.). *Commission Staff*. Recuperado de: [https://ec.europa.eu/info/about-european-commission/organisational-structure/commission-staff\\_en](https://ec.europa.eu/info/about-european-commission/organisational-structure/commission-staff_en) Consultado última vez 21 marzo de 2021.

Comisión Europea (s.f.). *About the Commission*. Recuperado de: [https://ec.europa.eu/info/about-european-commission\\_en](https://ec.europa.eu/info/about-european-commission_en) Consultado última vez el 21 de marzo de 2021.

Comisión Europea (s.f.). *What we do. Health and Food Safety*. Recuperado de: [https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety/what-we-do-health-and-food-safety\\_es](https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety/what-we-do-health-and-food-safety_es) Consultado última vez 19 marzo de 2021.

Comisión Europea (s.f.). *La política agrícola común en pocas palabras*. Disponible en: <https://bit.ly/3svX8wE> (Consultado por última vez el 13 de marzo de 2021).

Comisión Europea (s.f.). *The common agricultural policy at a glance*. Disponible en [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance_en)

Comisión Europea (23 de junio de 2008). *Registro de grupos de presión de la Comisión: ya es hora de inscribirse*. [Comunicado de prensa]. Recuperado de: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-08-988\\_es.htm?locale=en](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-08-988_es.htm?locale=en) Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Comisión Europea (7 de junio de 2012). *El nuevo portal de transparencia servirá como ventanilla única para abrir al público la toma de decisiones de la Comisión* [Comunicado de prensa]. Recuperado de: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP\\_12\\_574](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_12_574) Último acceso: 21 de marzo de 2021.

Comisión Europea (2013). "Portrait of the EU milk production sector - Issue number 17/2013". Publicado el 1 de julio de 2013. Disponible en: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Milk\\_and\\_dairy\\_production\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Milk_and_dairy_production_statistics) Última vez consultado el 7 de enero de 2018

Comisión Europea (2014). *Cómo funciona la Unión Europea. Guía del ciudadano sobre las instituciones de la UE*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

Comisión Europea (19 de noviembre de 2014b). *Orientation debate in College on Transparency Initiative*. [Comunicado de prensa]. Disponible en:

[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/MEX\\_14\\_1962](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/MEX_14_1962) Último acceso 21 de marzo de 2021.

Comisión Europea (2016). Glossary Disponible en: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Bovine>

Comisión Europea (28 de septiembre de 2016). *Propuesta de Acuerdo interinstitucional sobre un Registro de Transparencia obligatorio*. Disponible en: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi miNaU9cDvAhXyo4sKHWTaC6wQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Ftransparency%2Fregdoc%2Frep%2F1%2F2016%2FES%2F1-2016-627-ES-F1-1.PDF&usg=AOvVaw3zbcUyB6lfPKIfx9ZVFf> Último acceso: 21 de marzo de 2021.

Comisión Europea (2017a). The Commission increases the budget for promoting EU agricultural products. Recuperado [21/07/2017] de [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-3627\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-3627_en.htm).

Comisión Europea (2017b). Modernising and simplifying the Common Agricultural Policy. Summary of the results of the public consultation. Recuperado [14/07/2017] de <https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/consultations/cap-modernising/summary-public-consul.pdf>.

Comisión Europea (22 de febrero de 2017c). Documento de trabajo de los servicios de la Comisión. Informe sobre España 2017. Recuperado de: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwihmqKS\\_8DvAhXx-ioKHUlwB0IQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Finfo%2Fsites%2Finfo%2Ffiles%2F2017-european-semester-country-report-spain-es.pdf&usg=AOvVaw2WvcgCl0SOexaaHO10-KbW](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwihmqKS_8DvAhXx-ioKHUlwB0IQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Finfo%2Fsites%2Finfo%2Ffiles%2F2017-european-semester-country-report-spain-es.pdf&usg=AOvVaw2WvcgCl0SOexaaHO10-KbW) Último acceso 21 de marzo de 2021.

Comisión Europea (2019): "United States is Europe's main soya beans supplier with imports up by 112%". Disponible en: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_19\\_161](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_19_161) (Consultado última vez el 30 de diciembre de 2020).

Comisión Europea (2020): "EU+UK feed protein balance sheet - 2019-2020". Disponible en: [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/facts-and-figures/markets/overviews/balance-sheets-sector/oilseeds-and-protein-crops\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/facts-and-figures/markets/overviews/balance-sheets-sector/oilseeds-and-protein-crops_en) (Consultado por última vez el 30 de diciembre de 2020).

Constitución Española (1978). Boletín Oficial del Estado, 29 de diciembre de 1978, núm. 311. pp. 29313 a 29424.

Coppes, P.P.; van Battum, S.; Ledman, M. (2018): *Global Dairy Top 20*. 2017. Amsterdam: Rabobank.

Corgneau M.; Scher J.; Ritie-Pertusa L.; et al. "Recent advances on lactose intolerance: tolerance thresholds and currently available answers". *Crit Rev Food Sci Nutr*. 2017 Oct 13. 57(15):3344-56. [[Medline](#)].

Corporate Europe Observatory (CEO) (8 de julio de 2014): *Who lobbies most on TTIP?* Recuperado de: <https://corporateeurope.org/international-trade/2014/07/who-lobbies-most-ttip>  
Consultado última vez el 31 de julio de 2017

Corporate Europe Observatory (CEO) (2017): *Lobby Planet. Brussels*. CEO: Bruselas.

Crawford, K.G. (1939). *The Pressure Boys: The Inside Story of Lobbying in America*. Nueva York, J. Messner.

Crenshaw, Kimberlé W. (1 de enero de 1989): *Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics*. The University of Chicago Legal Forum 140: 139-167.

Crenshaw, Kimberlé W. (1991). *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color*. Stanford Law Review, Vol. 43, No. 6., pp. 1241–1299.

Cudworth, E. (2005). *Developing Ecofeminist Theory: The Complexity of Difference*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

Cudworth, Erika. (2008). 'Most Farmers Prefer Blondes': The Dynamics of Anthroparchy in Animals' Becoming Meat. *Journal for Critical Animal Studies*, 1: 32–45.

Cudworth, E. (2011). *Social Life with Other Animals: Tales of Sex, Death and Love* Nueva York: Palgrave Macmillan.

Cudworth, E. (2014). Beyond Speciesism: Intersectionality, critical sociology and the human domination of other animals. In: Taylor, Nik and Twine, Richard, (Eds.) *The Rise of Critical Animal Studies: From the margins to the centre*. Nueva York: Routledge.

Cunningham, T. (2015) *You Are What You Drink: A Feminist Critique of Milk and its Consequences for the Female*. Recuperado de All-Creatures.org en <https://mail.all-creatures.org/articles/ar-feminist-critique-milk.html>

Cuomo, C. (1998). *Feminism and ecological communities: An ethic of flourishing*. London: Routledge.

Cusack, C. (2013). Feminism and Husbandry: Drawing the Fine Line between Mine and Bovine. *Journal of Critical Animal Studies* 11, n. 1: 24-45.

Daridan, M.L.; Mitman, G. (2012). *Lobbying. Les coulisses de l'influence en démocratie*, Pearson.

Daston, L., & Mitman, G. (2005). *Thinking with animals: New perspectives on anthropomorphism*. Nueva York, NY: Columbia University Press.

Davis, K. (2008). Intersectionality as buzzword: A sociology of science perspective on what makes a feminist theory successful, *Feminist Theory*, Vol.9, No. 1, pp. 67-85

Deckha, M. (2006). The Saliency of Species Difference for Feminist Theory, *Hastings Women's Law Journal*, Vol. 17, pp. 1-38. Disponible en: <https://www.animallaw.info/article/saliency-species-difference-feminist-theory#FNFa1307254968> [Consultado última vez el 10 de septiembre de 2018]

Deckha, M. (2008). Intersectionality and Posthumanist Visions of Equality, *Wisconsin Journal of Law, Gender & Society*, Vol. 23, No. 2, pp. 249-267

Deckha, M. (2012). Toward a Postcolonial, Posthumanist Feminist Theory: Centralizing Race and Culture in Feminist Work on Nonhuman Animals, *Hypathia*, Vol. 27, No. 3, pp. 527-545

Delacour H.; Leduc A.; Loucano-Perdriat A.; Plantamura J.; Ceppa F.: Diagnosis of genetic predisposition for lactose intolerance by high resolution melting analysis. *Ann Biol Clin (Paris)*. 2017 Feb 1. 75(1):67-74. [[Medline](#)].

Derrida, Jacques. 2008. *The Animal That Therefore I Am*. Nueva York: Fordham University Press.

Desaulniers, É. (2015). *Cash Cow. Ten Myths about the Dairy Industry*. Brooklyn, NY: Lantern Books.

Despret, Vinciane (2006). *Sheep do have opinions*. B. Latour et P. Weibel (Eds.), *Making Things Public. Atmospheres of Democracy* (2006), EEUU: M.I.T. Press págs. 360-370. Disponible en <http://www.vincianedespret.be/2010/04/sheep-do-have-opinions/>

Dewey, C. (15 de junio de 2017): "The surprising number of American adults who think chocolate milk comes from brown cows". The Washington Post. Disponible en <https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2017/06/15/seven-percent-of-americans-think-chocolate-milk-comes-from-brown-cows-and-thats-not-even-the-scary-part/>

Dewey, T. y Ng, J. (2001). [«Bos taurus»](#). *Animal Diversity Web*. University of Michigan. Museum of Zoology. Disponible en: [https://animaldiversity.org/site/accounts/information/Bos\\_taurus.html#9ff6846bebdec39e16d3efcc03b0f0cd](https://animaldiversity.org/site/accounts/information/Bos_taurus.html#9ff6846bebdec39e16d3efcc03b0f0cd)

Dhamoon, Rita Kaur (2011): "*Considerations on mainstream intersectionality*". *Political Research Quarterly*, 64(1), March 2011, págs. 230-243.



Dohoo, I.R.; Wayne, M.S. (1984). Disease, production and culling in Holstein-Friesian cows V. Survivorship. *Preventive Veterinary Medicine Volumen 2, N° 6*, Septiembre de 1984, Pages 771-784 Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0167587784900321>

Domhoff, G. W. (2010) *Who Rules America: Challenges to Corporate and Class Dominance* (6ª ed.). Nueva York: McGraw-Hill

Donaldson, S.; Kylicka, W. (2011). *Zoopolis*. Para esta tesis se ha utilizado la versión francesa: (2016): *Zoopolis. Une théorie politique des droits des animaux*. París, Francia: Alma Édition.

Dondero, R.; Lunch, W. (2005). Interest groups. In R. A. Clucas, M. Henkels, & B. S. Steel (Eds.), *Oregon politics and government: Progressives versus conservative populists* (págs. 82-98). Lincoln: University of Nebraska. Disponible en: [https://books.google.es/books?id=XEHO1UFggJMC&pg=PA82&hl=es&source=gbs\\_to\\_c\\_r&cad=3#v=onepage&q=two-way%20communication%20process&f=false](https://books.google.es/books?id=XEHO1UFggJMC&pg=PA82&hl=es&source=gbs_to_c_r&cad=3#v=onepage&q=two-way%20communication%20process&f=false)

Donovan, J.; Adams, C.J. (1996). *Beyond Animal Rights: A Feminist Caring Ethic for the Treatment of Animals*. Nueva York: Continuum.

Donovan, J. (2006). Feminism and the Treatment of Animals: From Care to Dialogue. *Signs*, 31, 305-329.

Driessen, C.; Heutinck, Leonie F. M. (2015). Cows desiring to be milked? Milking robots and the co-evolution of ethics and technology on Dutch dairy farms. *Agric Hum Values*, 32:3-20.

Dunayer, J. (1995). Sexist Words, Speciesist Roots. En Adams, C. J., y Donovan, J. (Eds.). *Animals and women: Feminist theoretical explorations*. Durham: Duke University Press.

Dunayer, J. (2001): *Animal Equality. Language and Liberation*. Darewood, Maryland: Ryce Publishing.

Dundan, I.J.H. (2006): The changing concept of animal sentience. *Applied Animal Behaviour Science*. Volumen 100, Números 1-2, 2006, Pp. 11-19.

EFSA (2009g). Scientific report and opinions on the effects of farming systems on dairy cow welfare and disease. *EFSA Journal*, 1143, 1-38.

EFSA Animal Health and Animal Welfare Unit (2009): Scientific report of EFSA prepared by the Animal Health and Animal Welfare Unit on the effects of farming systems on dairy cow welfare and disease. *Annex to the EFSA Journal* (2009) 1143, 1-38

EFSA Panel on Animal Health and Welfare (AHAW) (2012): Statement on the use of animal-based measures to assess the welfare of animals. *EFSA Journal* 2012;10(6):2767. [29 pp.] doi:10.2903/j.efsa.2012.2767. Available online: [www.efsa.europa.eu/efsajournal](http://www.efsa.europa.eu/efsajournal)

EFSA (2012e). The use of animal-based measures to assess the welfare of dairy cows. *EFSA Journal*, 10(1), 2554.

Elejabarrieta, F. (1997). *El método lingüístico: técnicas de obtención de información*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Ekhard E. Ziegler y Filer, L.J. JR. (Eds.) (1996) *Conocimientos actuales sobre nutrición*. ILSI Press, Washington, EEUU.

EIDiario.es (2017). ¿A qué edad se sacrifican los animales para consumirlos? Página web. [https://www.eldiario.es/sociedad/edad-sacrifican-animales-consumimos\\_0\\_613138859.html](https://www.eldiario.es/sociedad/edad-sacrifican-animales-consumimos_0_613138859.html)

EPACA (s.f.): EPACA: *About Lobbying*. Bruselas: EPACA. Recuperado de: <https://epaca.org/about-lobbying/>

EPACA (16 marzo 2017). *European Public Affairs Consultancies' Association adopts updated Code of Conduct*. [Comunicado de prensa] Bruselas, Bélgica: EPACA. Recuperado de: <https://epaca.org/news/press-release-epaca-adopts-updated-code-of-conduct-2/> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

EPACA (2017). *EPACA Code of Conduct*. Bruselas, Bélgica: EPACA. Recuperado de: <https://epaca.org/code-of-conduct/> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

EUFIC (s.f.). *Who we are*. Recuperado de: <https://www.eufic.org/en/who-we-are> Último acceso: 22 de marzo de 2021.

EUFIC (2009). *The Food Pyramid: A Dietary Guideline in Europe*. Recuperado de: <http://www.eufic.org/en/healthy-living/article/food-based-dietary-guidelines-in-europe> Último acceso: 22 de marzo de 2021.

Eurogroup for Animals y Compassion in World Farming (2015). *Report on the Welfare of EU Dairy Cows*. Recuperado de: <https://www.ciwf.org.uk/research/species-cattle/report-on-welfare-of-eu-dairy-cows/> Último acceso 23 de marzo de 2021.

Eurogroup for Animals (2017). Common Agricultural Policy Post 2020. Position paper. Recuperado de [http://www.eurogroupforanimals.org/wp-content/uploads/Position-Paper\\_CAP-2020.pdf](http://www.eurogroupforanimals.org/wp-content/uploads/Position-Paper_CAP-2020.pdf). Consultado última vez el 18 de julio de 2017.

European Commission (2016) *Milk and milk products*. Bruselas: Agriculture and Rural Development. Recuperado de: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index_en.htm)

European Commission (30 de noviembre de 2010). *Evaluation of the livestock sector's contribution to the EU greenhouse gas emissions (GGELS)*. Joint Research Centre. Institute for Environment and Sustainability (IES) Institute for the Protection and Security of the Citizen (IPSC) Institute for Prospective Technological Studies (IPTS). Disponible en: [https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/external-studies/2010/livestock-gas/full\\_text\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/external-studies/2010/livestock-gas/full_text_en.pdf) Última consulta: 19 de octubre de 2017

European Dairy Association (2017a): *Annual Report 2017/18. Connect to the World of Dairy*. Disponible en: <http://eda.euromilk.org/news-events/news/read/article/eda-annual-report-201718.html> Última consulta: 2 abril 2018

European Dairy Association (2017b). *Economic Report 2017/18*. Disponible en: [http://eda.euromilk.org/fileadmin/user\\_upload/Public\\_Documents/Facts\\_and\\_Figures/EDA\\_Economic\\_Report\\_2017.pdf](http://eda.euromilk.org/fileadmin/user_upload/Public_Documents/Facts_and_Figures/EDA_Economic_Report_2017.pdf) Última consulta: 2 de abril 2018

Eurostat (2017). *Production of cows milk on farms at national and regional level*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explai->

[ned/index.php?title=File:Production of cows milk on farms at national and regional level, by level of.png](#)

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (2018). *Food-based dietary guidelines*. Roma, Italia: FAO. Recuperado de: <http://www.fao.org/nutrition/education/food-dietary-guidelines/regions/europe/en/>

Farnel, F. J. (1994). *Le lobbying. Strategies et techniques d'intervention*, Les Éditions d'Organisation, Paris, 1994.

Finer, S.E. (1958). *The Anonymous Empire*. Londres: Pall Mall.

FAO (s.f.a). *Qué es, cuál es su cometido*. Recuperado de: <http://www.fao.org/UNFAO/Queesfao.htm> Consultado última vez el 19 de marzo de 2021.

FAO (s.f.b). *Acerca del Codex*. Recuperado de: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/es/> Consultado última vez 19 marzo 2021.

FAO (2017). <http://www.fao.org/nutrition/educacion-nutricional/food-dietary-guidelines/home/es/>

FAO/WHO (1996). *Preparation and use of Food-Based Dietary Guidelines*. Report of a joint FAO/WHO consultation. Nicosia, Cyprus: WHO. Disponible en: [www.fao.org/docrep/X0243E/x0243e00.htm](http://www.fao.org/docrep/X0243E/x0243e00.htm)

FAO/WHO (2014). *ICN2 Outcome document: Framework for Action*. Recuperado de: [www.fao.org/3/a-mm215e.pdf](http://www.fao.org/3/a-mm215e.pdf)

FoodDrinkEurope (2017). *Data & Trends of the European Food and Drink Industry 2017*. Bruselas (Bélgica): FoodDrinkEurope. Disponible en: [http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications\\_documents/DataandTrends\\_Report\\_2017.pdf](http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/DataandTrends_Report_2017.pdf) Última consulta: 29 de marzo de 2018.

Finer, S.E. (1958). *The Anonymous Empire*, London, Pall Mall.

Fondo Español de Garantía Agraria (2015). *Consulta de Beneficiarios de Ayudas de la PAC*. Recuperado de [http://www.fega.es/PwfGcp/es/accesos\\_directos/consulta\\_de\\_beneficiarios\\_de\\_ayudas\\_de\\_la\\_pac/consulta\\_de\\_beneficiarios\\_2015\\_presenta.jsp](http://www.fega.es/PwfGcp/es/accesos_directos/consulta_de_beneficiarios_de_ayudas_de_la_pac/consulta_de_beneficiarios_2015_presenta.jsp). Consultado última vez el 30 de agosto de 2016.

Franch, M. (2009). *El interés público: la ética pública del derecho administrativo*. Disponible en: <https://web.archive.org/web/20091229033513/http://www.bibliojuridica.org/libros/4/163/2/21.pdf>

Francione, G.L. (1995): *Animals, Property and the Law*. Temple University Press.

Freeman, A. (2013). The Unbearable Whiteness of Milk: Food Oppression and the USDA. *UC Irvine Law Review*, Vol. 3. Pp. 1251, 2013. Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2338749>

Freeman CP. (2009). This little piggy went to press: The American news media's construction of animals in agriculture. *The Communication Review* 12: 78–103.

Freeman, C. P. (2014). *Framing farming: Communication strategies for animal rights*. Amsterdam: Rodopi.

Freixes, L. (2015). *La indústria lletera europea en clau econòmica i ètica: nous horitzons sostenibles*. Barcelona: UPF. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales.

French, M (1985). *Beyond Power*. Nueva York: Summit.

Fuchs, C. (2011). *Foundations of Critical Media and Information Studies*. Oxon: Routledge

Fudge, E. (2013): Milking other men's beasts. En *History and Theory. Studies in the Philosophy of History*. Vol. 52, N° 4. Special Issue: Does History Need Animals? Diciembre de 2013. Pp. 13-28.

Fudge, E. (2017): What Was it Like to be a Cow? History and Animal Studies. En Kalof, L. (Ed.) *The Oxford Handbook of Animal Studies*. Oxford: Oxford Handbooks. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199927142.013.28

Fundéu (12 de abril de 2011). *Laboratorio de ideas, mejor que think tank*. Recuperado de: <https://www.fundeu.es/recomendacion/think-tank-laboratorio-de-ideas-grupo-de-reflexion/> Último acceso 20 de marzo de 2021.

Fudge, E. (2018): *Quick Cattle & Dying Wishes. People and their animals in early modern England*. Gran Bretaña: Cornell University Press.

Gaard, G. (1993). Living interconnections with animals and nature. In G. Gaard (Ed.), *Ecofeminism: Women, animals, nature* (pp. 1-12). Philadelphia: Temple University Press.

Gaard, G. (1993). *Ecofeminism: women, animals, nature*. Philadelphia: Temple University Press

Gaard, G. (2013). Toward a Feminist Postcolonial Milk Studies, *American Quarterly*, Vol. 65, N° 3, pp. 595-618 <http://muse.jhu.edu/>

Galbraith, J.K. (1973). *Economics and the Public Purpose*, Boston: Houghton Mifflin Company

Gambert, I. (Agosto 2019). Got Mylk? The Disruptive Possibilities of Plant Milk. *84 Brooklyn Law Review* 801 Disponible en <https://brooklynworks.brooklaw.edu/blr/vol84/iss3/3/>

Gibney, M.J.; Sandstrom, B. (2001). *A framework for food-based dietary guidelines in the European Union*. *Public Health Nutrition* 2001;4:293-305.

Gillespie, K. (2008). *The Cow with Ear Tag #1389*. Chicago y Londres: The University of Chicago Press.

Gimbernat Ordeig, E. (1997). Código Penal, Ley orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, Tecnos.

Giner, S.; Lamo de Espinosa, E.; Torres, C. (2002). *Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial. P. 336.

Godlovitch, R.; Godlovitch, S.; Harris, J., (Eds.) (1971). *Animals, Men and Morals: An Inquiry into the Maltreatment of Non-humans*. Nueva York: Grove Press.

Gompertz, Lewis (1824). *Moral Inquiries on the Situation of Man and Brutes*. Londres: Westley and Parrish.

Gompertz, Lewis (1852). *Fragments in Defence of Animals*. Londres: Westley and Parrish.

Goodland, R.; Anhang, J. (2009): Livestock and Climate Change. *World Watch Magazine*. Número noviembre/diciembre. Pp. 10-19.

Graeme C.; Studdert-Kennedy G. (1975). *Opiniones, públicos y grupos de presión*. México: Fondo de Cultura Económica.

Graglia, J.E. (2004). *Diseño y gestión de políticas públicas: Hacia un modelo relacional*. Córdoba: EDUCC.

Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. Nueva York: International Publishers.

Gray, E.R.; Balmer, M.T. (1998). *Managing Corporate Image and Corporate Reputation*. En: Long Range Planning, Vol. 31, No. 5, pp. 695 to 702, Gran Bretaña: Elsevier.

Gray, V.; Lowery, D. (1996). *The Population Ecology of Interest Representation*, Ann Arbor: University of Michigan Press.

Green, M. (2016, 6 de octubre). Hogan pledges €15 million to promote EU meat consumption. Recuperado [15/11/2016] de <https://www.agra-net.com/agra/agra-europe/meat-livestock/beef/hogan-pledges-15-million-to-promote-eu-meat-consumption-528993.htm>.

Griffin, D.R. (1976): *The Question of Animal Awareness*. Nueva York: Rockefeller

Grossberg, L.; Nelson, C.; Treichler, P. A. (1992). *Cultural Studies*. Nueva York: Routledge.

Grossman, E.; Saurugger, S. (2012): *Les groupes d'intérêt. Action collective et stratégies de représentation*. Armand Colin, 2ª edición. Malakoff, Francia. Disponible en línea en: [https://books.google.es/books?id=ye4LKEG6dOkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q=gen%C3%A8se&f=false](https://books.google.es/books?id=ye4LKEG6dOkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=gen%C3%A8se&f=false)

Grossman-Cohen, B (2013): *Behind the Brands*. Informe. Oxford (Reino Unido): Oxfam International.

Grunig, J.E., Todd Hunt (2007). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000 ed.

Grupo de cabildeo. (2019). En el Diccionario de la Real Academia Española (23ª ed.). Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=JaoUQPQ> Consultado última vez el 16 de febrero de 2019.

Grupo de presión. (2019). En el Diccionario de la Real Academia Española (23ª ed.). Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=JaoUQPQ> Consultado última vez el 16 de febrero de 2019.

GTI Media (s.f.). *Public affairs consultant (lobbyist): job description*. Oxford, Reino Unido: TARGETJobs. Recuperado de: <https://targetjobs.co.uk/careers-advice/job-descriptions/278233-public-affairs-consultant-lobbyist-job-description>

Guzmán, J. (9 de noviembre de 2015). *Matar las vacas*. Justicia Alimentaria. Disponible en: <https://justiciaalimentaria.org/actualidad/matar-las-vacas> Consultado última vez el 17 de marzo de 2021

Guzmán, J.; García, F. (Coords.) (2015). *Confiad en mí. Puertas giratorias, conflictos de intereses y amistades peligrosas entre la industria alimentaria y los organismos de salud*. Barcelona: VSF Justicia Alimentaria Global



Hall, S. (1980). Cultural studies: two paradigms. *Media, Culture and Society* 1980 2, pp. 57-72.

Harper, B. (2010). *Sistah Vegan: Black Female Vegans Speak on Food, Identity, Health and Society*. New York: Lantern Books.

Harré, R. y Lamb, R.: (1992). *Diccionario de Psicología Social y de la Personalidad*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica. Pág. 211.

Harrison, Ruth (1964): *Animal Machines*. Londres: Vincent Stuart.

Hernández, I.; Pujol, J. (2017). Cities and milk consumption in Europe, 1890-1936: the emergence of a new market in Spain. *Historia agraria: Revista de agricultura e historia rural*, nº 73, pp. 59-90.

Holloway, Lewis. (2007). Subjecting Cows to Robots: Farming Technologies and the Making of Animal Subjects. *Environment and Planning: Society and Space*, 25, pp. 1041–1060.

Horta, O. (2009). Ética Animal. El cuestionamiento del antropocentrismo: distintos enfoques normativos. *Revista de Bioética y Derecho*. Número 16, Abril 2009. Págs. 39-39. Disponible en: [http://www.ub.edu/fildt/revista/pdf/RByD16\\_Animal.pdf](http://www.ub.edu/fildt/revista/pdf/RByD16_Animal.pdf) Consultado última vez el 11 de septiembre de 2018.

Horta, O. (2010). What is Speciesism? *The Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 23, 2010, 243–266, DOI 10.1007/s10806-009-9205-2. Disponible en: <http://www.springerlink.com/content/g0l0j4615j676t60/> Consultado última vez el 11 de septiembre de 2018.

Horta, O. (2017). *Un paso adelante en defensa de los animales*. España: Plaza y Valdes Editores.

Horta, O. (2018). *La consideración moral de los animales: curso introductorio*. Centro de e-Learning Zorcal.

Hovorka, A. (2012). Women/chicken vs. men/cattle: Insights on gender-species intersectionality, *Geoforum*, Vol. 43, pp. 875-884

Hrebenar, R.J.: Thomas, C.S. (eds.) (1987): *Interest Group Politics in the American West*, Salt Lake City, University of Utah Press.

Hrebenar, R.J.: Thomas, C.S. (Eds.) (1993a). *Interest Group Politics in the Midwestern States*, Ames, Iowa, Iowa State University Press.

Hrebenar, R.J.: Thomas, C.S. (Eds.) (1993b). *Interest Group Politics in the Northeastern States*, College Park, Pa., Penn State University Press.

Hribal, J. (2007). Animals, Agency, and Class: Writing the History of Animals from Below, *Human Ecology Forum*, Vol. 14, No. 1, pp. 101-112

Hribal, J. (2014). *Los animales son parte de la clase trabajadora y otros ensayos*. Madrid: Ochodoscuatro Ediciones. Disponible en: [http://ochodoscuatroediciones.org/nueva/wp-content/uploads/2016/04/APCT\\_tripas\\_NOV15.pdf](http://ochodoscuatroediciones.org/nueva/wp-content/uploads/2016/04/APCT_tripas_NOV15.pdf) Consultado última vez el 25 de septiembre de 2017.

ICAS (s.f.). *About. Critical Animal Studies*. Recuperado de: <http://www.criticalanimalstudies.org/about/> Última consulta: 27 de marzo de 2021.

International Life Sciences Institute (ILSI) Europe, (2004). *National Food Based Dietary Guidelines: Experiences, Implications and Future Directions*. Informe sumario de un taller realizado los días 28-30 de abril de 2004 en Budapest, Hungría.

Independent (11 septiembre 2019): *Milk and eggs are vegan, study says*. The Independent. Disponible en: <https://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/vegan-diet-goats-milk-eggs-vegetarian-study-hello-fresh-a9101081.html>

IPR (s.f.): *Introduction to Public Relations. What is Public Relations*. Recuperado de: <https://www.ipr.org.uk/unlockpr/index.asp.html>

Jamie (2009). *How cattle ranches are chewing up the Amazon rainforest*. Greenpeace United Kingdom. Recuperado de: <http://www.greenpeace.org.uk/blog/forests/how-cattle-ranching-chewing-amazon-rainforest-20090129>

Jarrett, C.: (22 de enero de 2007). *Mindless eating: the food decisions we don't realise we're making*. Research Digest. Recuperado de: <https://digest.bps.org.uk/2007/01/22/mindless-eating-the-food-decisions-we-dont-realise-were-making/> Consultado última vez 24 de marzo de 2021.

En Research Digest, British Psychological Society. Disponible en: <http://bps-research-digest.blogspot.com.es/2007/01/mindless-eating-food-decisions-we-dont.html>

Jerez Mir, M.J.: (1997). Los grupos de presión en Del Águila, R. (coord.): *Manual de ciencia política*, Madrid: Trotta.

Jönsson, H. (2013). Wholesome Milk, In Rytkönen, Paulina, Garcia Hernandez, Luis Arturo, and Jonsson, Ulf (Eds.) *From local champions to global players: Essays on the history of the dairy sector*, pp. 127-149, Stockholm University, Recuperado de: <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:664915/FULLTEXT01>

Joy, M. (2010). *Why we love dogs, eat pigs, and wear cows*. San Francisco: Conari Press.

Kaarlenkaski, T. (2014). Communicating with the Cow: Human-Animal Interaction in Written Narratives. En Tüür, K. & Tønnessen, M. (Ed.), *The Semiotics of Animal Representations* Amsterdam: Rodopi.

Kaarlenkaski, T. (2018). 'Machine Milking is More Manly than Hand Milking': Multi-species Agencies and Gendered Practices in Finnish Cattle Tending from the 1950s to the 1970s. *Animal Studies Journal*. Vol. 7. N° 2, artículo 6.

Kappeler, Susanne (1995). Speciesism, Racism, Nationalism...or the Power of Scientific Subjectivity, en Adams, C; Donovan, J. (Eds.), *Animals and Women: Feminist Theoretical Explorations*. Duke University Press.

Key, V.O. Jr. (1964). *Politics, Parties, and Pressure Groups*, 5th Edition, Nueva York, Crowell.

Knaus, W. (2009). "Dairy cows trapped between performance demands and adaptability". *Journal of the Science of Food and Agriculture*. Volumen 89, N. 7. Pp. 1107-1114.

Knoke, D. (1986). *Associations and Interest Groups*, *Annual Review of Sociology* 12.

Ko, A.; Ko, S.: (2017) *Aphro-ism. Essays on Pop Culture, Feminism, and Black Veganism from Two Sisters*. Nueva York: Lantern

Koutroubas, T.; Lits, M. (2011). *Communication politique et lobbying*. Bruselas: Éditions De Boeck Université.

Lactalis (12 agosto 2016). *Lactalis Group becomes a partner of the European Master in Food Studies*. Disponible en: <http://www.lactalis.fr/en/lactalis-group-becomes-a-partner-of-the-european-master-in-food-studies/> Última consulta el 3 de abril de 2018.

Lawrence, F.; Evans, R.; Pegg, D.; Barr, C.; Duncan, P. (29 noviembre 2019). How the right's radical think tanks reshaped the Conservative party. Recuperado de The Guardian. <https://www.theguardian.com/politics/2019/nov/29/rightwing-thinktank-conservative-boris-johnson-brexit-atlas-network>

Ledman, M. y van Battum, S. (2020): *Global Dairy Top 20. 2019*. Amsterdam: Rabobank.

Leal, J. F.: (2015). *La 'big food' europea*. El Mundo, 21 abril de 2015. Disponible en: <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/billonarios/2015/04/21/la-big-food-europea.html> Última consulta el 3 de abril de 2018.

Levitt, T. (2018). *Dairy's 'dirty secret': it's still cheaper to kill male calves than to rear them*. The Guardian. Publicado en The Guardian. Disponible en: <https://www.theguardian.com/environment/2018/mar/26/dairy-dirty-secret-its-still-cheaper-to-kill-male-calves-than-to-rear-them>

Lippit, A. M. (2000). *Electric animal: Toward a rhetoric of wildlife*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Lockwood, A. (2018). *73 cows*. Documental. Reino Unido: Lockwood Film.

Lobby. (2019). En el Diccionario de la Real Academia Española (23ª ed.). Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=NXBbtiv> Consultado última vez el 16 de febrero de 2019.

Lonkila, A. (2018): *The slippery beast: exploring animal agency among Finnish dairy cattle*. Paper presentation on her current PhD thesis dissertation.

Low, P. (7 de julio de 2012): *Cambridge Declaration on Consciousness*. Cambridge: Universidad de Cambridge.

Luke, B (2007). *Brutal. Manhood and the exploitation of animals*. Illinois: University of Illinois Press.

Malamud, R. (2011). *An introduction to animals in visual culture*. Nueva York, NY: Palgrave Macmillan.

Marín Quemada, J.M. (2016). [Resolución de creación del Registro de Grupos de Interés](#) Madrid, España: CNMC. Recuperado de: <https://rgi.cnmc.es/resolucion-de-creacion> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Marquer, P. (2016). *Portrait of the EU milk production sector*. Eurostat. Statistics Explained. Recuperado de: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Milk\\_and\\_dairy\\_production\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Milk_and_dairy_production_statistics)

Martínez, L. (2013). *Calcio en dietas vegetarianas*. En Dietistas Nutricionistas. Disponible en: <http://www.dietistasnutricionistas.es/calcio-en-dietas-vegetarianas/> Fecha exacta publicación no disponible.

Martínez, L. (2016). *Vegetarianos con ciencia*. Córdoba: Arcopress Ediciones.

Martínez, L. (2018). *Vegetarianos concienciados*. Barcelona: Paidós.

Matthews, D. (2 de abril de 2009). *Challenging the Law on Behalf of Animals*. Florida: Nova Southeastern University Shepard Broad Law Center.

Maynaud, J. (1956). *Les groupes de pression en France*. Paris, Armand Colin.

Maynaud, J. (1959). *Les Groupes de pression en Grande Bretagne*. Revue Française de Science Politique, vol. IX, n.2.

McGann, J.G. y Weaver, R.K. (2000). *Think Tanks and Civil Societies. Catalysts for Ideas and Action*. New Brunswick/Londres: Transaction Publishers.

McGann, J. G. (2002). *Think Tanks and the Transnationalization of Foreign Policy*. Foreign Policy Research Institute, Disponible en: <https://globalnetplatform.org/system/files/1/Think%20Tanks%20and%20the%20Transnationalization%20of%20Foreign%20Policy.pdf>

McGann, J.G. y Johnson, E.C. (2005). *Comparative Think Tanks: Policy Networks and Governance*. Londres: Routledge.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Medvetz, T. (2012). *Think tanks in America*. Chicago: University of Chicago Press.

Meynaud, J. (1962). *Nouvelles études sur les groupes de pression en France*, París: Armand Colin.

Michalowitz, I. (2019). Lobbying and Public Affairs. En Falk S.; Glaab M.; Römmele A.; Schober H; Thunert M. (eds.) *Handbuch Politikberatung*. Springer VS: Wiesbaden (Alemania).

Milk Market Observatory (2020): *Yield of Dairy Cows - (Ton/head)*. Bélgica: European Commission.

Mirowski, P.; Plehwe, D. (2009). *The road from Mont Pèlerin. The Making of the Neoliberal Thought Collective*. Cambridge y Londres: Harvard University Press.

Molloy, C. (2011). *Popular media and animals*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

Medina, I. (2009). *¿Cómo medir la influencia de los grupos de interés? (Propuestas desde el pluralismo, el elitismo y el nuevo institucionalismo)*. Institut de Ciències Polítiques i Socials. Barcelona.

Medvetz, T. (2012). *Think tanks in America*. Chicago/Londres: Chicago University Press.

Milne I. (2012). Who was James Lind, and what exactly did he achieve? *JLL Bulletin: Commentaries on the history of treatment evaluation* Recuperado de: <http://www.jameslindlibrary.org/articles/who-was-james-lind-and-what-exactly-did-he-achieve/>

Molloy, C. (2013). *Popular media and animals*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

Mosco V. (2009). *The political economy of communication*. Nueva York: Sage.

Mugueta Lascarro, S. (2016). Viabilidad y sostenibilidad del sector vacuno de leche en Navarra – Estudio de los datos económicos de las explotaciones 2010-2015. Trabajo de Fin de Carrera. Universidad Pública de Navarra.

Mulcahy, S. (2015). *Lobbying in Europe. Hidden Influence, Privileged Access*. Bruselas: Transparency International. Disponible en: [http://issuu.com/transparencyinternational/docs/2015\\_lobbyingineurope\\_en?e=2496456/12316229](http://issuu.com/transparencyinternational/docs/2015_lobbyingineurope_en?e=2496456/12316229)

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

Nestle, M. (2002). *Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health*. California: University of California Press.

Nestle HealthScience (s.f.). *Values & Institutes*. Nestle HealthScience. Recuperado de: <https://www.nestlehealthscience.com/about-us/values-and-institutes> Consultado última vez el 26 de marzo de 2021.

Nibert, David. (2002). *Animal Rights Human Rights—Entanglements of Oppression and Liberation*. Plymouth, U.K.: Rowman & Little eld.

Nibert, D. (2003). Humans and Other Animals: Sociology's Moral and Intellectual Challenge, *The International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 23, N° 3, pp. 5-25

Nibert, D. (2012). The fire next time: the coming cost of capitalism, animal oppression and environmental ruin. *Journal of Human Rights and the Environment* 3 (1): 141-158.

Nibert, D. (2013). *Animal Oppression and Human Violence. Domestration, Capitalism and Global Conflict*. Nueva York: Columbia University Press.

Nibert, D. (2014). Foreword. En Nocella II, A.J.; Sorenson, J.; Socha, K.; Matsuoka, A. (Eds.) (2014). *Defining Critical Animal Studies. An Intersectional Social Justice Approach for Liberation*. Nueva York: Peter Lang.

Nibert, D. (Ed.) (2017) *Animal Oppression and capitalism*. Vol. II. Santa Babara, CA: Praeger.

Nieuwhof, G.J.; Norman, H.D.; Dichinson, F.N.(1989): Phenotypic Trends in Herdlife of Dairy Cows in the United States. En *Journal of Dairy Science* 72 , N° 3, Marzo 1989, pp. 726-736.

Nimmo, R. (2017). The Mechanical Calf: On the Making of a Multispecies Machine. Chapter 3, páginas 81-98, en Mathilde Cohen y Yoriko Otomo (eds.) *Making Milk: The Past, Present and Future of our Primary Food*. Bloomsbury Publishing, 2017.

Nocella II, A.J.; Sorenson, J.; Socha, K.; Matsuoka, A. (Eds.) (2014). *Defining Critical Animal Studies. An Intersectional Social Justice Approach for Liberation*. Nueva York: Peter Lang.

Nowak, R. (1997). *Walker's Mammals of the World 5.1*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

OCDE (2004). Agriculture, Trade and the Environment: The Dairy Sector. Recuperado [20/05/2017] de <https://www.oecd.org/tad/sustainable-agriculture/33798326.pdf>. Consultado última vez el 20 de mayo de 2017.



OECD (2010). *Recommendation of the Council on Principles for Transparency and Integrity in Lobbying*.

OECD (2013). *Transparency and Integrity in Lobbying*. Disponible en: <http://www.oecd.org/corruption/ethics/Lobbying-Brochure.pdf>

OCDE (2017). Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2017. Recuperado de [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/agriculture-and-food/agricultural-policy-monitoring-and-evaluation-2017/country-snapshots\\_agr\\_pol-2017-5-en#page32](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/agriculture-and-food/agricultural-policy-monitoring-and-evaluation-2017/country-snapshots_agr_pol-2017-5-en#page32). Consultado última vez el 21 de julio de 2017.

OCU (7 de febrero de 2017): *Publicidad infantil, publicidad insana*. Madrid, España: OCU. Recuperado de: <https://www.ocu.org/alimentacion/comer-bien/informe/publicidad-infantil> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Ogilvy, D. (1983). *Ogilvy on advertising*. Nueva York: Vintage.

Olson, M. (1965). *The logic of Collective Action*. Cambridge: Harvard University Press.

Otomo, Y. (2015). The Gentle Cannibal: The Rise and Fall of Lawful Milk. *Australian Feminist Law Journal*, 40: 215–228. DOI: 10.1080/13200968.2014.1008097 Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13200968.2014.1008097?journalCode=rfem20> Consultado última vez el 5 de abril de 2018

Parlamento Europeo (15 de junio de 2017). *More lobby transparency to foster public trust in EU institutions*. [Comunicado de prensa] Recuperado de: <https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20170615IPR77523/more-lobby-transparency-to-foster-public-trust-in-eu-institutions> Último acceso 21 de marzo de 2021.

Parrilla, R.; Almiron, N.; XIFRA, J. (2016). Crisis and Interest: The Political Economy of Think Tanks During the Great Recession. *American Behavioral Scientist*, 60(3) 340–359.

Paterson, D., Ryder, R.D. (1979). *Animals' Rights - A Symposium*. London: Centaur Press.

Pedersen, H. (2010). *Animals in schools. Processes and strategies in human-animal education*. West Lafayette: Purdue University Press.

Pelegrín, E. A. (1 de febrero de 2017): `Lobby`: luz y taquígrafos para el oficio más antiguo del mundo. El Confidencial. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2017-02-01/regulacion-lobby-legislacion\\_1324418/?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=BotoneraWeb](https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2017-02-01/regulacion-lobby-legislacion_1324418/?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=BotoneraWeb) Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Pérez, F.; Zamora, S. (2002). *Nutrición y alimentación Humana*. Murcia: Universidad de Murcia.

Phillips, C. (2018). *Principles of Cattle Production*. Australia: Csiro Publishing.

Piazza, J.; et al. (Agosto 2015). [Rationalizing meat consumption. The 4Ns](#) *Appetite* 91: 114–128. Disponible en: [https://www.pure.ed.ac.uk/ws/files/24434085/Piazza\\_etal\\_A\\_2015\\_Rationalizing\\_Meat\\_Consumption\\_The\\_4Ns.pdf](https://www.pure.ed.ac.uk/ws/files/24434085/Piazza_etal_A_2015_Rationalizing_Meat_Consumption_The_4Ns.pdf)

Pick, A. (2011). *Creaturely poetics: Animality and vulnerability in literature and film*. Nueva York: Columbia University Press.

Pick, A.; Narraway, G. (Eds.) (2013). *Screening nature: Cinema beyond the human*. Oxford: Berghahn.

Piñero, Alonso A. (1992). *El quinto poder: teoría y práctica del lobbying*. Buenos Aires: Ediciones Machi.

Plec, E. (Ed.) (2013). *Perspectives on human-animal communication. Internatural communication*. Londres: Routledge.

Plehwe, D. (2011). Transnational discourse coalitions and monetary policy: Argentina and the limited powers of the “Washington Consensus.” *Critical Policy Studies*, 5, 127-148.

Plehwe, D.; Walpen, B. (2006). Between Network and Complex Organization: The Making of Neoliberal Knowledge and Hegemony. En Bernhard Walpen, Dieter Plehwe and Gisela Nuenhöffer (eds.), *Neoliberal Hegemony: A Global Critique*. London: Routledge, 27-70.

Poore, J.; Nemecek, T. (2019). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science* 01 Jun 2018: Vol. 360, N° 6392, pp. 987-992 DOI: 10.1126/science.aaq0216 Disponible en: <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:b0b53649-5e93-4415-bf07-6b0b1227172f>

Porcher, J. y Schmitt, T. (2012). Dairy Cows: Workers in the Shadows? *Society & Animals*, 20, 39–60.

Potter, W. (2013). *Los verdes somos los nuevos rojos*. Madrid: Plaza y Valdés. Edición original: 2011. Green is the New Red. City Lights Books.

Praveen K. R.; Komanapalli, S. D.; Shojamanesh, H.; Bashir, S. (4 diciembre 2019): *What is the global prevalence of lactose intolerance?* MedScape. Disponible en: <https://www.medscape.com/answers/187249-159231/what-is-the-global-prevalence-of-lactose-intolerance> (Consultado última vez el 5 de enero de 2021)

PRSA (s.f.). *About Public Relations*. Recuperado de: <https://www.prsa.org/about/all-about-pr> Último acceso: 19 de marzo de 2021.

Rabobank (2017): *Global Dairy Top 20*. Disponible en: <https://services.rabobank.com/publicationservice/download/publication/token/DZCR3XJHiUA5CRRIRm6X> Última consulta 2 de abril 2018

Ramírez Aguilera, R. y Ramírez Victoriano, R. (1997). *Breve diccionario de la Política*. Bilbao (España): Ediciones Mensajero.

Regan, T. (1983). *The case for animal rights*. Los Ángeles: University of California Press.

Reti España (sf). *¿Qué es el Lobby?* Madrid, España: Lobbying Spain. Recuperado de: <http://www.lobbyingspain.com/que-es-el-lobby/> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Revenga, J. (3 de marzo de 2015). *Si yo hiciera unas guías de alimentación saludable... Cosas que ni estarán ni se les esperará*. 20 Minutos. Recuperado de <https://blogs.20minutos.es/el-nutricionista-de-la-general/2015/03/03/si-yo-hiciera-unas-guias-de-alimentacion-saludable-6-cosas-que-ni-estaran-ni-se-les-esperara/>

Rojas Orduña, O.I. (2005). *Relaciones públicas: la eficacia de la influencia*. 2ª Edición. Madrid: ESIC.

Roman, D. (2003). *Leche que no has de beber*. Barcelona: Mandala Ediciones.

Romero, D. (2017). *La carne que pagamos todos*. El Diario. 08/08/29107. Disponible en: [https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/carne-pagamos\\_6\\_673392663.html](https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/carne-pagamos_6_673392663.html)

Roth Deubel, A-N. (2002). *Políticas públicas. Formulación, implementación y evaluación*. Bogotá: Aurora.

Ruether R.R. (1974). *New Heaven/New Earth: Sexist Ideologies and Human Liberation*. New York: Seabury

Ruffin, F. (2014). *Faut-il faire sauter Bruxelles?* Amiens (Francia): Fakir Éditions.

Ruser, A. (2013). Environmental Think Tanks in Japan and South Korea: Trailblazers or Vicarious Agents? *Nature, Environment and Culture in East Asia. The Challenge of Climate Change, Climate and Culture Series*, ed. Carmen Meinert, vol. 1, 319–351. Leiden: Brill.

Ruser, A. (2018). *Climate Politics and the Impact of Think Tanks. Scientific Expertise in Germany and the US*. Cham, Suiza: Palgrave Macmillan.

Ryder, R.D. (1975). *Victims of science: The use of animals in research*. Londres: Davis-Poynter.

Sader, M. (3 de mayo de 2016). *¿Por qué son distintas las pirámides alimentarias de cada país?* Traveler. Recuperado de <https://www.traveler.es/gastronomia/articulos/por-que-son-diferentes-entre-si-las-piramides-alimenticias-internacionales-del-mundo/8804>

Salt, Henry (1894). *Animals' Rights Considered in Relation to Moral Progress*

Salt, H. Humanitarian League Manifiesto. Disponible en: <http://www.henrysalt.co.uk/humanitarian-league/aims> Último acceso: 10 de febrero de 2019.

Sauvy, A.: (1956). Lobbys y Grupos de Presión. *Revista de Estudios Políticos* 89, pp. 19-40.

SFC (Scientific Committee for Food). (1993). *Nutrient and energy intakes for the European Community*. Reports of the Scientific Committee for Food, 31st Series. Food - Science and Technique, European Commission, Luxemburgo.

Schettini, Cortazzo (Coords.) (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Libros de Cátedra

Scholzman, K. L.; Tierney, J.T. (1986). *Organized Interests and American Democracy*. Nueva York: Harper and Row.

Schwartzberg, Roger-Gerard. (1977). *Sociologie politique*, París: Montschrestien.

SEAP (21 de marzo de 2016). Society of European Affairs Professionals (SEAP\*) Code of Conduct. Recuperado de: <https://seap.be/about-seap/our-code-of-conduct/> Último acceso: 21 de marzo 2021.

SEAP (2017). *What is Lobbying?* Recuperado de: <https://seap.be/lobbying/> 14 de febrero de 2019. Último acceso: 14 de febrero de 2019.

SENC (2017a). *Se presentan las nuevas Guías Alimentarias para la Población Española elaboradas por la SENC con la colaboración de más de 100 expertos en alimentación y salud pública*. (30 de marzo de 2017) Recuperado de: <https://www.nutricioncomunitaria.org/es/noticia/se-presentan-las-nuevas-guias-alimentarias-para-la-poblacion-espanola-elaboradas-por-la-senc-con-la-> Último acceso: 19 de marzo de 2021.

SENC (2017b). *Empresas colaboradoras*. Recuperado de: <http://www.nutricioncomunitaria.org/es/colaborador/empresas> Último acceso: 14 de febrero de 2019.

Shannon, D.; Rogue, J.; Daring, C. B.; Volcano, A. (2013). [\*Queering Anarchism: Addressing and Undressing Power and Desire\*](#). EEUU: AK Press.

Shaw, M. (1981). *Group dynamics: the psychology of small group behavior*. Nueva York: McGraw-Hill.

Sheidlower, J. (2006, 22 de enero): *Entrevista con Jesse Sheidlower*. NPR. Recuperado de: <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=5167187?storyId=5167187&t=1549879063149>

Shen, A. (28 de febrero 2013). *How Big Food Corporations Watered Down Michelle Obama's 'Let's Move' Campaign*. Thinkprogress. Recuperado de <https://thinkprogress.org/how-big-food-corporations-watered-down-michelle-obamas-let-s-move-campaign-85d09b60607b/>

Sherwood, L., Klandorf, H. and Yancey, P. 2013. *Animal Physiology - from Genes to Organisms. 2nd eds*. Belmont: Cengage Learning.

Siegle, L. (2009). What's the environmental impact of milk? At The Guardian. 13 agosto Disponible en <https://www.theguardian.com/environment/2009/aug/07/milk-environmental-impact>

Singleton, G.H.; Dobson, H. (1995). *A survey of the reasons for culling pregnant cows*. The Veterinary Record [01 Feb 1995, 136(7):162-165] Disponible en: <https://europepmc.org/abstract/med/7762126>

Steinfeld, H.; Gerber, P.; Wassenaar, T.; Castel, V.; Rosales, M.; De Haan, C. (2006). *Livestock's long shadow: environmental issues and options* (p.22). Roma, Italia: FAO. Disponible en: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a0701e/a0701e.pdf>

Siegle, L. (2009). *What's the environmental impact of milk?* The Guardian. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/environment/2009/aug/07/milk-environmental-impact>

Singer, P. (1975) (Edición utilizada: 2002): *Animal Liberation*. Nueva York: Harper Collins.

Soteras, Ana (2017). *Dietética sin Patrocinadores: La pirámide nutricional de 2017 está estancada*. EFE SALUD. 5 de junio de 2017. Disponible en: <http://www.efesalud.com/dietetica-sin-patrocinadores-piramide-2017/> (Última consulta: 14 de febrero de 2019)

Stacks, D. (2017): *Primer of Public Relations Research*. Nueva York: The Guilford Press.

Statista Inc. (2020): *Ranking of advertisers located in Europe in 2019* Disponible en: <https://www.statista.com/statistics/518576/best-advertisers-in-europe/> (Última consulta: 30 diciembre 2020)

Stanescu, V. (2018). 'White Power Milk': Milk, Dietary Racism, and the 'Alt-Right', *Animal Studies Journal*, 7(2), 2018, 103-128. Disponible en: <https://ro.uow.edu.au/asj/vol7/iss2/7>

Stanescu, V. (2020). "Cowgate": Meat eating and climate change denial. En Núria Almirón y Jordi Xifra (eds.): [\*Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction\*](#). London: Routledge

Stevens, L., Kearney, M., and Maclaran, P. (2013). "Uddering the other: Androcentrism, ecofeminism, and the dark side of anthropocentric marketing", *Journal of Marketing Management*, Vol. 29, No. 1-2, pp. 158-174

STJUE 14 junio 2017: Procedimiento prejudicial — Organización común de mercados de los productos agrícolas — Reglamento (UE) n.o 1308/2013 — Artículo 78 y anexo VII, parte III — Decisión 2010/791/UE — Definiciones, designaciones y denominaciones de venta — "Leche" y "productos lácteos" — Denominaciones utilizadas para la promoción y comercialización de alimentos puramente vegetales

Stone, D. (1996). *Capturing the Political Imagination. Think Tanks and Public Policy*. Londres: Frank Cass.

Stone, D. y Denham, A. (2004). *Think Tank Traditions: Policy Analysis Accross Nations*. Manchester: Manchester University Press.

Story, M.; French, S (2004): "Food Advertising and Marketing Directed at Children and Adolescents in the US". *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2004; 1: 3. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC416565/>

Sturgeon, N. (2009). *Environmentalism and popular culture: Gender, race, sexuality and the politics of the natural*. Tempe: University of Arizona Press.

Subirats, J. (1992). *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*. Madrid: INAP. (Segunda edición)

Subirats, J.; Knoepfel, P.; Larrue, C.; Varonne, F. (2010). *Análisis y gestión de políticas públicas*. Barcelona: Ed. Ariel.

Tello Beneitez, M. (2008). *Guía de Think Tanks en España*. Madrid: Fundación Ciudadanía y Valores.

Tench, R.; Yeomans, L. (2006). *Exploring Public Relations*. Pearson.

Thomas, Clive. S. (Ed.). (2004). *Research guide to U.S. and international interest groups*. Westport, CT: Praeger.

Thompson, S.; John, S. (2007). *Public Affairs in Practice: A Practical Guide to Lobbying*. Londres: Kogan Page (CIPR).

Tijeras, R. (8 abril 2018). *Lobbies y grupos de presión en la España Democrática*. En *Comunicación 21*. Número 8. Disponible en: <http://www.comunicacion21.com/lobbies-y-grupos-de-presion-en-la-espana-democratica/> Consultado última vez 15 marzo 2021

Tocqueville, A. de (1835). *La Democracia en América*. Disponible en: <https://mcrcalicante.files.wordpress.com/2014/12/tocqueville-alexis-de-la-democracia-en-america.pdf>

Tong, R. (2009). *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction*. Boulder: Westview Press. Disponible en: [https://excoradfeminisms.files.wordpress.com/2010/07/feminist\\_thought\\_a\\_more\\_comprehensive\\_intro.pdf](https://excoradfeminisms.files.wordpress.com/2010/07/feminist_thought_a_more_comprehensive_intro.pdf) [Consultado última vez el 10 de septiembre de 2018]



Toth, E. L. (1986). *Broadening research in public relations*. Public Relations Review.

Turner, H.A.: (1982) *Towards a Cognitive Redefinition of the Social Group* en TAJFEL, H. (ed.): *Social Identity and Intergroup of Relations*, New York, Cambridge University Press.

Tusinski Berg, K. (2009). *Finding Connections Between Lobbying, Public Relations and Advocacy*. Public Relations Journal, Vol. 3, No. 3. Recuperado de: [http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1081&context=comm\\_fac](http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1081&context=comm_fac)

Truman, D.B. (1951). *The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion*, Nueva York: Alfred A. Knopf

Twine, R. (2012). Revealing the 'Animal-Industrial Complex' — A Concept & Method for Critical Animal Studies?, *Journal for Critical Animal Studies*, Vol. 10, N°. 1, pp. 12-39

Uhlener, C.J. (1989). *Rational Turnout: The Neglected Role of Groups*. *American Journal of Political Science* 33, pp. 390-422.

Unión Europea (s.f.). *La transparencia en la UE. En Registro de Transparencia*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=es#> es Último acceso 21 de marzo de 2021.

Unión Europea (5 de marzo de 1993). *Un diálogo abierto y estructurado entre la Comisión y los grupos de interés*. Diario Oficial de las Comunidades Europeas. N° C 63/2. Pp. 2-7. Disponible en. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a9e0a8b1-5fa4-42bb-a7d7-c77640d81f78/language-es/format-PDFA1B> Consultado última vez 21 marzo de 2021.

Unión Europea (2013). Reglamento n° 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 1698/2005 del Consejo. Diario Oficial de la Unión Europea n° L

347/487 de 20/12/2013, pp. 487–548. Recuperado [01/07/2016] de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex:32013R1305>.

Unión Europea (2014). Acuerdo entre el Parlamento Europeo y la Comisión Europea, del 19 de septiembre de 2014, relativo al Registro de transparencia sobre organizaciones y personas que trabajan por cuenta propia que participan en la elaboración y aplicación de las políticas de la Unión Europea. L277 pp. 11-24. Disponible en: Disponible en el Diario Oficial de la Unión Europea, L 277/11 del 19 de septiembre de 2014: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014Q0919\(01\)&from=es](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014Q0919(01)&from=es)

Urrutia, O. (2013). The role of Think Tanks in the Definition and Application of Defence Policies and Strategies. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, núm. 2. 2013.

US Senate Select Committee (1977). *Dietary Goals for the United States*. Washington D.C.: U.S. Government Printing Office.

Varios autores (2015). Petition to the European Parliament on the Welfare of Dairy Cows by 18 animal protection societies.

Valencia, G.; Álvarez Y. (2008). *La ciencia política y las políticas públicas: notas para una reconstrucción histórica de su relación*. En *Estudios Políticos* ISSN 0121-5167 No 33, Medellín, julio-diciembre de 2008, Universidad de Antioquia: pp. 93-121

Valenze, Deborah M. (2011). *Milk: A Local and Global History*. New Haven: Yale UP.

Van Battum, S.; Ledman, M. (2019): *Global Dairy Top 20. 2018*. Amsterdam: Rabobank.

Vegetarian Society (2017). Fact sheets: Cattle. Disponible en <https://www.vegsoc.org/cattle>

Velsid. (2017). *La nueva pirámide nutricional sigue teniendo errores*. Gastronomiaycia. Recuperado de <https://gastronomiaycia.republica.com/2017/03/30/la-nueva-piramide-nutricional-sigue-teniendo-errores/>

Velten, H. (2007) *Cow*. Londres: Reaktion Books (Animal Series)

Velten, H. (2010). *Milk*. A Global History. Londres: Reaktion Books (The Edible Series)

Venice Commission (European Commission for Democracy Through Law): *Report: On the role of extra-institutional actors in the democratic system (lobbying)*. Venice, 2013.

Disponible en: [http://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD\(2013\)011-e](http://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2013)011-e)

Consultado el 31 de julio de 2017.

Verwoerd, A. (23 mayo 2019). True: “80 percent of the European money for agriculture goes to the 20 percent largest farmers”. *Eu.Factcheck.eu*. Recuperado de: <https://eufactcheck.eu/factcheck/true-80-percent-of-the-european-money-for-agriculture-goes-to-the-20-percent-largest-farmers/>

Villar, F.; Prósper, B.; Jordán, C.; Fernández M.P. (2007). *Lenguas, genes y culturas en la prehistoria de Europa y Asia Suroccidental*. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca

Villoria Mendieta, M. (14 de julio de 2015): *Transparencia y regulación del lobby en Europa y España*. Disponible en: <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/12/papers/1166.pdf>

Walby, S. (1990). *Theorizing patriarchy*. Oxford: Basil Blackwell.

Waldhorn, D.R. (2019). *Los animales cuentan*. Disponible en: <http://bit.ly/losanimalescuentan>

Warren, K.J. (2000). *Ecofeminist Philosophy: A Western Perspective on What It Is and Why It Matters*. EEUU: Rowman & Littlefield

Webster, G. (1992). *Non profit lobbying, association management*. Citado por Xifra en XIFRA, Jordi, *Lobbying: cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas*, Gestión 2000, Barcelona, 1998: 23

Webster, J. (2013). *Animal Husbandry Regained. The place of farm animals in sustainable agriculture*. Oxon, USA y Canadá: Routledge.

Weidenbaum, M. (2011). *The Competition of Ideas. The World of the Washington Think Tanks*. Londres: Transaction Publishers.

Weil, K. (2012). *Thinking animals: Why animal studies now*. Nueva York, NY: Columbia University Press.

Wicks, D. (2018). *Demystifying Dairy*, en *Animal Studies Journal*, 7(2), 45-75.

Wilson, G.K. (1990). *Interest Groups*. Oxford, Reino Unido.: Comparative Politics.

Wittenmberg, E.; Wittenmberg, E.: (1989:7), citados por Antonio Castillo Esparcia (2011). *WIT, How to win in Washington: very practical advice about lobbying, the grassroots and the media*, Basil Blackwell Publishers, Oxford, 1989

Wolfe, C. (2003). *Animal rites: American culture, the discourse of species, and posthumanist theory*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Woolley, J. (2009). *How cattle ranches are chewing up the Amazon rainforest*. Greenpeace United Kingdom. Disponible en: <http://www.greenpeace.org.uk/blog/forests/how-cattle-ranching-chewing-amazon-rainforest-20090129>

World Health Organization (1998). *Preparation and use of food based dietary guidelines*. Who technical series 880. Ginebra: World Health Organization.

WHO (World Health Organization) (2000). *CINDI Dietary Guidelines*. Document EUR/00/5018028, WHO Regional Office for Europe, Copenhagen.

WHO (World Health Organization) (2002). *The world health report 2002: reducing risks, promoting healthy lifestyle*.

WHO (World Health Organization), (2003a). *Food based dietary guidelines in the WHO European Region*. Document E7983, WHO Regional Office for Europe, Copenhagen.

WHO (World Health Organization) (2003b). *Development of a WHO global strategy on diet, physical activity and health: European regional consultation*. Report on the consultation Copenhagen, 2-4 April 2003. Document E81281.

WHO/FAO (World Health Organization/Food and Agriculture Organization) (2003c). *Expert Report: Diet, nutrition and prevention of chronic diseases*. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. WHO Technical Report Series 916.

World Health Organisation European Region (2003d): *Food based dietary guidelines in the WHO European Region*. Copenhagen: WHO, Europe.

World Health Organization (2006). *Comparative analysis of nutrition policies in the WHO European Region*. Document EUR/06/5062700/BD/2, WHO Regional Office for Europe, Copenhagen.

Wright, L. (2015): *The Vegan Studies Project: Food, Animals, and Gender in the Age of Terror*. Georgia (EEUU): The University of Georgia Press.

Wright Mills, C. (1956). *The Power Elite*. Nueva York: Oxford University Press.

Wyckoff, J. (2014). Linking Sexism and Speciesism, *Hypatia*, Vol. 29, No. 4, pp. 721-737. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/hypa.12098> [Consultado última vez el 10 de septiembre de 2018]

Xifra, Jordi (2003). *Teoría y estructura de las relaciones públicas*. Madrid: McGrawHill.

Xifra, Jordi (2005). Los *think tank* y *advocacy tank* como actores de la comunicación política. *Anàlisi* 32, 2005. Pp. 73-91.

Ybero, M. A. (2016). El sector lácteo: unidos es posible. En Ybero (coord.), *El sector lácteo español en la encrucijada* (págs. 15-35). Madrid: Cajamar Caja Rural.

Young G.B.; Lee, G.J.; Waddington, D.; Sales, D.I.; Bradley, J.S.; Spooner, R.L. (1983): Culling and wastage in dairy cows in East Anglia. En *The Veterinary Record*. 1 julio de 1983. 113 (5): 107-111. Disponible en <https://veterinaryrecord.bmj.com/content/113/5/107>

Young, R (2003). *The Secret Life of Cows. Animal Sentience at work*. Reino Unido: Farming Books and Videos Ltd.

Zabbonatti, A (2015). La intersección de las opresiones del patriarcado y del pastorismo en H. Puleo, A.; Aimé Tapia González, G.; Torres San Miguel, L. y Velasco Sesma, A. (coords.) *Hacia una cultura de la sostenibilidad. análisis y propuestas desde la perspectiva de género*. Disponible en: <https://observatorio.aguayvida.org.mx/document/hacia-una-cultura-de-la-sostenibilidad/>

Zetter, Lionel (2008). *Lobbying. The Art of Political Persuasion*. Harriman House LTD, Hampshire, Reino Unido.

Guías alimentarias para la población española (SENC, diciembre 2016); la nueva pirámide la alimentación saludable. Grupo Colaborativo de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC): J. Aranceta Bartrina, V. Arijalva, E. Maíz Aldalur, E. Martínez de Victoria Muñoz, R. M. Ortega Anta, C. Pérez. Rodrigo, J. Quiles Izquierdo, A. Rodríguez Martín, B. Román Viñas, G. Salvador i Castell, J. A. Tur Marí, G. Varela Moreiras, L. Serra Majem. *Nutrición Hospitalaria*. Vol. 33 Suplemento 8. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.20960/nh.827>

# **ANEXOS**

## **1. Entrevistas a personas expertas**

Se han llevado a cabo entrevistas a personas expertas, con diferentes perfiles, organizadas según el tipo de perfil en cuatro tipos diferentes: personas que trabajan para la industria láctea, personas que hacen lobbying por el bienestar animal, personas expertas pertenecientes al mundo académico, que estudian la industria láctea, y personas expertas en lobbies europeos, como se puede observar en el siguiente esquema:

### **1.1. Industria láctea**

- 1) Entrevista con Alice O'Donovan, Legal & Policy Adviser en EUCOLAIT.
- 2) Entrevista con Elise Boucher, EU Policy Analyst en DANONE.

### **1.2. Lobbying por el bienestar animal**

- 1) Entrevista con Peter Stevenson. Responsable para Europa de CIWF - Compassion In World Farming
- 2) Therese Ericson, en aquel momento reciente líder del Partido Animalista en Suecia.

### **1.3. Academia**

- 1 y 2) Tobias Linné e Iselin Gambert, como académicas expertas en el tema lácteos.

### **1.4. Expertas en lobbies**

1) Jaime: Experto en lobbies que no desea revelar su identidad.



## 1.1. Industria láctea

Con ambas representantes de la industria láctea hablé sobre su actividad de promoción de los lácteos en Europa, campañas, estrategia, temas de interés en comunicación, etc. Algunas cosas interesantes, pero ninguna revelación impactante.

En el caso de Danone supone una confirmación clara de que los temas presentes en la muestra que tengo de los lobbys son los que ella quería tratar (salud, nutrición, etc.) a toda costa.

1) Entrevista con Alice O'Donovan, Legal & Policy Adviser en EUCOLAIT.

Fecha: 4 de julio 2019

Medio: Teléfono

María R 0:00

As I told you, this interview will aid me as a foundation for my research of the dairy industry in Europe and about dairy lobbying. But first I have to ask you, Alice, do you mind if I record this conversation in order to reach again the data, once we finish?

Alice O'Donovan, Eucolait 0:17

Not at all, that is absolutely fine.

María R 0:19

Okay, thank you very much. So beginning to introduce yourself, what is your job description at Eucolait?

Alice O'Donovan, Eucolait 0:30

Okay, my job is I am a legal and policy advisor for Eucolait. So essentially I am referred to everything that is a policy or regulatory development for the purposes of talking to our members, or dealing with regulatory queries that our members may have. So a very concrete example of that would say they have a query about, whether the labelling they use on their product is legal or not, they might contact me with the details and then I would have to see the regulation to get them going as to whether it's okay, or if they should change something to be in line with the UE regulation.

Okay. Understood. And I saw indeed, in the transparency register for Eucolait that you are aggregated for having access to the European Parliament premises.

Yes we are.

María R 1:35

So, what does it mean, to you to have this accreditation?

Alice O'Donovan, Eucolait 1:44

I mean, it just means that we are a recognized lobby or association and, maybe is oversimplifying, but it shows that we are approved by the European Parliament, so we are a legitimate interest that can go to the Parliament and present our interests.

María R 2:23

Okay, understood. Lobbying is it considered part of your communication strategy at Eucolait, or with your members?

Alice O'Donovan, Eucolait 2:37

It would be. We don't usually use the word Lobbying. Lobbying sometimes has a depth connotation. We prefer to use the word representation. I think I sent you a little presentation last week, about the activities of Eucolait, and one of our three core activities is representation. Which essentially means, we are the people here on the ground, at Brussels, advocating for the interests of our members. So lobbying in the sense of representation, could be one of the very central activities of Eucolait.

María R 4:00  
And what kind of companies do you represent?

So we have a very wide range of companies that we represent. Some companies are very small, some companies are maybe one or two people in a small office, working with a computer, all the way up to a huge multinational companies. So for instance, one example of a very large dairy trading company would be Holfence? in the Netherlands, I think they are the largest dairy trading company that we have as a member. We also have Unilever as a member, obviously a huge company. And we have companies within Europe we are represented in 16 member states now. So all the Western Europe, lot of Central Europe and maybe to a lesser degree in Eastern Europe. But our most recent member approved application came from Hungary. So we are slowly extending our membership across Europe. We also have some members outside of the European Union. So we have a member, for instance, in the US we have members in Switzerland, Japan, and Ukraine as well.

María R 5:06

And what kind of representation or lobbying activities does your association I mean, with respect to the industry in Europe?

Alice O'Donovan, Eucolait 5:21

Strictly speaking. Yeah, definitely, they're definitely worth talking to from that perspective. We focus on the trade in respect to the industry. So the factories producing the products, best person to talk to with the EDA.

María R 6:01

Perfect. And what about the speaking about the trade. I mean, what kind of activities with respect to the trade in Europe you are used to do.

Alice O'Donovan, Eucolait 6:19

So with respect to representing trade, we have to be sure the participation at all of the meetings that for example, the European Commission puts on, so we have to be there representing our interests are different meetings, BD, then agriculture meeting, a nice, organized by the trade, and we set up our own smaller meetings to. Liaising with the European Parliament, liaising with people in the commission, with other interest organizations and stakeholders that have a common interest, a lot of our lobbying activity, because we are quite small organization, we are only 4 people on the office. So a lot of lobbying a representation activities organized is, there is an umbrella organization of European trade association, European agriculture trades associations, COCEGA. It represents fruit and vegetable traders. It represents trade in meat, the trade in grains, eggs, tobacco, flowers, all sorts of different agricultural trade sector. And combining it opens an access to more meetings, access to more high level people, just kind of putting everyone's efforts together, to be the voice of the agri trade.

María R 8:16

Of course, what are the main issues you are working on these days speaking about this representation in Europe,

Alice O'Donovan, Eucolait 8:29

Then the main issues. So mostly one of the issues would be the trade agreements that are either being negotiated by the European Union, or which has just been completed. So one very recent example would be the weekend, there was a political agreement further about Mercosur. So a lot of this week has been spent communicating with people in the Commission on the reports and benefits that have come out for the EU dairy sector. So for example, we have for EUT exporters, there's going to be a territory quota. This is also all these benefits are reciprocal. So whatever access the EU gets on the Mercosur would have to offer the same back when it comes to dairy. So again, getting the reaction from our members on what they think of this agreement, whether they think it's a good deal or not.

I can tell you straight away from Mercosur very, mixed reactions. Some people think it's an okay agreement, other people thinks it's quite disappointing. So that that would be taking up a lot of time at the moment. And in addition to trade agreements, we do single market issues. So, for instance, very concrete example would be national origin measures. So you might know that in France, and Italy, a number of other member states, they have their own origin labeling rules that they put in place, which means that any product in France has to be crafted in France, , any product, any cheese produced in Italy will have to be labeled, for example, so we as Eucolait we would be very against to these measures, because it really interferes with the movement of milk in the market, it makes it very difficult for a German company to send their milk into an Italian buyer. Italian customer. It really disrupts trade. And it's a trend that we've been seeing over the last three years in Europe. And it's not something that we're very happy about.

María R 11:36

I see. Understood. So what would you say are your main goals amongst the dairy trade? Like in the short, medium, or long term, if you will? Really,

Alice O'Donovan, Eucolait 11:52

Short terms goals. Because I think short and medium term often plays into each other very, very hard to distinguish short term and medium term goals. I mean, short term really it's getting the message that we want across to the commission, making sure that the people in charge understands what are concerns are what our goals are, what we want to see for trade policy. In particular, as it's a very relevant question right now, because the new European Parliament just started this week. At the end of this year, we're going to have a new set of European Commissioners. So, you know, the next four years, it's really about consolidating what happened in the previous five years, making sure that our members can get the best benefits from all the trade work that has been done. Making sure that the new Common Agricultural Policy works in a way that's trade for short and medium term. And long term, I think, it would be very, very difficult for a long term vision because things change very quickly in our sector. Maybe a more trade friendly atmosphere in the world in general, not something that we as an organization have just for people can do. But obviously, you know, in the last, maybe two, three years, we've really seen a rise of protectionism, and turn in the world against trade and against open market. And that really hasn't been a good development for us. So any movement towards more openness and more trade friendly condition would be really good.

María R 12:06

Understood. Speaking about dairy trade, what are the biggest issues in communication for your represented companies?

Alice O'Donovan, Eucolait 12:20

First of all, some people take a very simplified view. So when they think about the dairy exploiting they think about the farmer, and they think about the factory. When they make cheese, butter and yoghurt. And they they think about the retailer, the shop and that's it. The position of the dairy trader, its after the processer and before the consumer. The traders make sure the products... They think about the shop, the retailer and that's it. And the position of the trader, and their position in the supply chain is after the processer, before going to the retailer, before going to the consumer, position of the trader, so the person takes the finished product, and then make sure that it goes to the retailer or the factory, or the food service operator, basically to the b2b business to business stage. Traditionally, there they will be quite some invisible components. They are not as visible as the farmer. It's very easy for people to imagine this going into a factory. And people don't really have to imagine a retailer because everyone goes to a shop. For the dairy trade, a lot of people think what does the dairy trader do, they are not visible so, they must be doing something bad, just making money, kind of, you know, a greedy trader or just working behind the scenes to maximize their profit. And exploiting farmers, there are so many misconceptions, Trade, generally speaking, does not have the best image. And that's something that we,

as an organization, and also COCEGA the agricultural trade and bread organization, have been trying to counteract in the last few years. Because there's really bad view of trades. That's one of them.

And more generally, for dairy, there's a lot of misconceptions about the health benefits of dairy, the environmental impact. Movement towards soy milk, soy drinks, almond drink, oat drinks, different dairy alternatives. And veganism, would be a challenge in terms of communicating the benefits of dairy and, more recently, there's been a lot of controversy about the export of ¿fastit? product, skimmed milk powder with with vegetable fats additives. It's a cheaper alternative to wholemilk podwer and for years it has been a product that has been exported to West African.

Because so much of this product is going to West Africa, impacting negatively on the local countries.

So in countries like Nigeria, and Senegal, for instance, there is the view, that because this project is coming in, and it's coming in at a very competitive prize, it's really badly affecting dairy local industries, and I think personally, that's going to be the next really big challenge that we're going to have from a communication point of view from European Dairy Trade.

María R  
Okay, and how do you work with these communication issues, strategically? For example, with these case, the dimensions? Have you began to make some kind of this communication strategy?

Alice O'Donovan, Eucolait

We as a dairy trade, the industry people published a fact sheed. That is something. But so far, no. We need to, but we haven't.

María R

Before you said something about plant based milks. So I know it was this case about Europe banning the dairy names for plant based products?

Alice O'Donovan, Eucolait

So essentially, in European legislation, there's certain terms that are protected dairy terms. The laws say, they can only be used with respect to dairy products. So one very, very solid example would be cheese. If its called cheese, it has to be dairy products. Soy cheese or I don't know, not-cheese, I don't know the names. It's a very clear rule. There's been a number of cases in different member states, in the last couple of years where manufacturers of plant based alternatives have been challenging these norms, in particular in Germany. And we as a dairy trade, os a dairy world, I suppose as a whole we would like to see those maintained, really would.

María R 21:13

What about this products getting saled in the same places, along in the supermarket, I mean, and you will see the dairy milk, and you will see the plant based products in the same area in the supermarket, what about it?

Alice O'Donovan, Eucolait 21:40

I know some people have very strong views against that. And I can understand that you could argue that could confuse the consumer. But ultimately, I think its down to the dairy sector as a whole, to educate consumers. Obviously, different shops and different retailers make their own decision about where they put their product, the product placement. So I think I think it's something to think about, certainly, but I wouldnt, I don't have much to say about that.

María R 22:21

Okay, I have been studying this, there is a milk scheme to get their infants their milk at school. I'd like to know more about this school campaigns. Could you tell me about them.

Alice O'Donovan, Eucolait 22:41

Okay, and this is an area that to be honest the other associations would be more helpful about, but what I can tell you is the current fruit and milk scheme has been enforced until 2017 and it will last until 2023. So it's a 6 year large scheme.

So, basically, this free marker student milk is treated in the same as the scheme for school fruit and vegetables.

So its the same framework, in the past they were used as separate instruments, but now they are together. There's an anual budget of 100 million euros for the fruit and milk scheme. For the school fruit and veg scheme the budget is 150 million euros. The other interesting aspect of the school schemes is that each country can kind alter the scheme to suit it on its own condition. So, national country strategy needs to be presented in order to access the funding.

Now, I'm not an expert, but I think these are quite successful because 26 member states are actives and for fruit and vegetables maybe 27 or 28 it is really succesfull. And they want to keep it.

María R 24:56

This initiative is important also for the trade, right?

Alice O'Donovan, Eucolait 25:03

I mean, in a way it is creating a new generation of consumers of milk. And as is an internal eu policy i'm not sure to what extent will impact on the treaties.

María R 25:26

And could you tell me about other campaigns, important for the dairy trade?

Alice O'Donovan, Eucolait 25:42

I think you should ask other stakeholders, as EDA for this question, I know they were they had some involvement in a TV commercial a couple years ago, but I really don't know, you should ask them.

María R 26:21

Perfect, perfect. I will do that.

And what about the communication of the trade, for instance, speaking about environment, and I guess the trade also has its goals and successes, speaking about environmental issues.

Alice O'Donovan, Eucolait 26:41

That's absolutely true. Sustainability is getting more and more important, every single day. And I think the larger training companies in particular, have become quite open about their sustainability plans, their goals, and what they are doing to combat, say climate change our production of waste. I think.

I mean, everyone kind of has an interest in sustainability, but I think is more the larger companies that are being more vocal about it if that makes sense.

María R 27:25

And as a trade in general?

Alice O'Donovan, Eucolait 27:29

And trade in general. I mean, we're making joint actions, with the other trade associations, to communicate the importance of sustainable saying on trade agreements.

And the ongoing implementation of trade agreements.

Its quite abstract. Definitely when you're here in Brussels, representing traders, it is something very important.

María R 28:11

With respect to animal welfare, is it important to the traders like communicating about the welfare of European dairy heard?

Alice O'Donovan, Eucolait 28:24

There are no specific rules in trades on the EU level about the welfare. There was discussion a few years ago, after they had to finish, the rules for pigs, (?). In terms of communication, generally, it wouldn't be something that were massively involved in.

I do know, for instance, in the Netherlands, that a lot of the dairy cooperatives offer a premium to farmers who can keep their cows outside at the grass for a certain number of months or days for year, and this is a scheme that's very well known.

So I mean, there's no harm in rules, but there are certain measures to the welfare of the cows: happy milk comes from happy cows.

María R 29:46

Would you say the trade is somehow worried about the plant based drinks?

Alice O'Donovan, Eucolait 30:19

It presents a challenge in some sectors, particularly information that's just amongst young women in particular, there has been a real movement towards the plant based alternatives.

I think globally speaking, looking at all consumers and the industry as a whole there isn't a huge pressure yet. Because a lot of the people who are buying the plant based alternatives are also buying dairy products, so it is a complimentary consumption going on.

María R 31:02

Could you tell me, how does your regular work day look for you there in Brussels?

Alice O'Donovan, Eucolait 31:08

So I come into work usually about 8.15 in the morning. And usually what I do first, is kind of catch up on communication overnight, and follow up on emails. Twitter has become increasingly important. So I always try and see twitter in the morning. then typically, I would have meetings or some activities planned during the day, which takes me, and then more communication.

María R 31:55

You mentioned Twitter, are there any other networks that you are working with?

Alice O'Donovan, Eucolait 32:06

To be honest, in Brussels, Twitter is the most active and the most remarkable social network, from a lobbying perspective absolutely. Instagram... Not really. Twitter is the main thing.

María R 32:50

They're in Brussels, who do you represent your clients to? I mean, who do you lobby towards? What institution are the most interesting for you?

Alice O'Donovan, Eucolait 33:04

Definitely the number one would be the European Commission and the reason for that is a lot of the work that we do at Eucolait is technical. So are creating and we do particular Tribesca¿? and Assistants, and Secretaries of different units, the bulk is the Commission.

María R 33:54

And the commission any groups in particular?

Alice O'Donovan, Eucolait 33:59

Mainly DG-Agri and DG-treat and DG-talk food, and DG-environment.

María R 34:23

Okay. Okay, so that would be all by my part. Thank you very much for your time today. It was lovely to speak with you, Alice.

Alice O'Donovan, Eucolait 34:38

You are very welcome and best of lucks with the dissertation.

María R 34:45

Thank you very much!

## 2) Entrevista con Elise Boucher, EU Policy Analyst en DANONE.

Fecha: 4 de julio de 2019

Medio: Teléfono

Maria R Carreras 0:00

Thank you for accepting speaking with me today. Is it okay if I record our conversation?

Elise Boucher, Danone 0:12

Yes, of course.

Maria R Carreras 0:13

Thank you very much. And please, first of all it could you introduce yourself, what is what you do for Danone in Europe?

Elise Boucher, Danone 0:28

I'm here as my first year in Danone. So I'm working for Google team, especially for the EU Affairs, and what I'm doing here so we are team of free people. Like you saw the trust activities. So there is Thomas, chief for the Affairs in Europe. It's very interesting and there is François, who is the manager, a manager who is very focused on the European parliament affairs and the commission, while my chief is both, and me I'm also helping them on all of the dossiers, on my first role here is to gather information and be able to inform my colleagues internally and to translate how the EU Affairs impact Danone and how Danone policies can be translated in European Policies language.

Maria R Carreras 2:24

Okay, it's really interesting. In order to have a little context, how important would you say specifically dairy products are a job in a doll business have Danone because I know dairy is not the only business that Danone has. So how important would you say dairy products are?

Elise Boucher, Danone 2:49

The dairy products for Danone is our first business. With more than 30% of our turnover. As a European affairs office, we are focusing on Danone businesses. But that's true that dairy products have been put on forward since it is our main... main business. So yes, it is important for us because it is a subject where of all Danone products all dairy products are in our thinking.

Maria R Carreras 3:37

Lobbying is considered part of the company's communications strategy or is that done more in other office?

Elise Boucher, Danone 3:52

In Danone is not especially lobbying that we do, it's more advocating. In fact we're not here to incense for policy making but to explain our issues, and how we can work together to have a common solution. It's more like, because we have we have some expertise regarding issues on dairy products, what interests you, we have a really wide expertise on research and how, what happens to make sure you're going to function. For that expertise, we have our company goals, looking at how can we be more sustainable, what will be tomorrow's... tomorrow's way of, of eating, living, to be healthy. What's we do is working with policymakers, and other stakeholders like NGOs or academics and so on, to see how we can together... To combine our expertise to make the world of tomorrow, our future more liveable, more sustainable because it's really the policy of Danone is to know how to make the world of tomorrow and our food, our food more sustainable.

Maria R Carreras 5:21

Okay, I see for you is really important, the sustainable issue and the environmental issue I guess at the moment?

Elise Boucher, Danone 5:48

Yes it is the core of our thinking. Here in Brussels, we have developed for the next five years for the European towns. A call to action, which is how can we together? Can we be for the food? For the agriculture... For the personal choices, how can we foster a system that is sustainable from the farm to forks? How we can consume but it also goes beyond it. How for our employees, for example, can we do anything sustainable all over the world not only in Europe, how can we how our impact on the environment can be lessened and how can we be carbon neutral. It's really it's I want to go

Maria R Carreras 7:01

Okay, okay. What would you say that are your latest successes, speaking about environmental?

Elise Boucher, Danone 7:34

For example, we are decreasing our carbon carbon footprint more and more. We are also developing regarding packaging a sustainable solution such as bio based plastic, but also hundred recycled to be practical, brown.



Maria R Carreras 8:21

These kinds of successes and how do you communicate them at a European level?

Elise Boucher, Danone 8:29

At a European level we have developed a little leaflet. Also like he, you can find it on our corporate website where you can see what we have achieved, where we want to go. So it's something really public can be found easy.

Maria R Carreras 8:55

What are other main issues that you are working on? Speaking about your advocacy activities in Europe

Elise Boucher, Danone 9:16

Because the pressure is high right now, packaging, how to make it more sustainable but could be the regulatory framework to do so. Company packaging and then we also watching with how to make our whole businesses and the whole value chain more fair. For example, the last dossier about unfair trading practices. So expanding our practices at a European level so that all farmers and our SMEs have the same legal framework to work from to work with it. It's our main two policy streams if you want to make value chain more fairer, and how to make the economy more circular it's our big topics right now.

Maria R Carreras 10:37

And how about the animal welfare? How do you communicate about the welfare, on the dairy cows?

Elise Boucher, Danone 10:47

It is also a big concern for us. How do we what can we do, for it. Actually, we have a we are fostering... we have... when we were working with farmers may have a code, kind of a code of conduct to follow. And in this there is animal welfare and what can we do to improve animal welfare, as well as biodiversity. For it is very connected. And we have a vision that is called regenerative agriculture, that is the first one is protecting the soils, the water and the biodiversity. The second one is having fair prices for our farmers and the third one is fostering also animal welfare. It is something for us is really crucial and that we want to improve because I mean, even for us as a business having cows that are not healthy having proof of antimicrobial resistance is really something that is high for us. So how can We foster the environment so that our milk that we get from the cows is of good quality and that is only we can only have a good quality milke if our cows are healthy and happy.

Maria R Carreras 12:21

Understood. What would you say about recently? About Europe banning the possibility of labelling plant based products as dairy products. Would you say that Danone is worried about plant based substitutes of dairy?

Elise Boucher, Danone 12:53

FOR us a sustainable future is also based on green products. Is two ways. Keeping dairy products because we have a history of the dairy products, because it is good for health, but in a sustainable way. So consumers can choose between the plant based products and the dairy products for them for their for their needs. So finally, Tony, it's not, it's not voted, the ban of calling plant based products dairy products. It is something that is reflect it's something that is reflected in the European Parliament, but now with renewed European Parliament, maybe it can change. So yeah, it's not active yet. But that's true. That's a tells me... I suppose it's a bit confusing also because consumers know that a plant based product can come on come from cows, but looking at nutritional quality it can be the same like soy milk with when we you add calcium to the soy milk, it's just the same properties of a dairy product from cow milk, it's the choice of consumers who should prevail.

Maria R Carreras 14:54

Okay, I see. So for Danone is it important that plant based milk don't get sold by the name milk or no? Now i am understanding that is not important for you.

Elise Boucher, Danone 15:10

How can I say. It's not that it is crucial, but I mean, for consumers, you think is the same. When a consumer buys, I don't know, almond milk for breakfast, at the same way they call it milk, so why can't we call it meat? Why can't we call soy fake. I mean, it could mislead consumers and everything else. It's a bit contrary to what was proposed by the European Parliament so it's nothing we are it matters for us, but it's not crucial. But it matters only because the consumer shouldn't be misled by yeah, other denomination, which shouldn't I mean, when you don't call something a mistake, but has the same nutritional qualities and then you also the transition for more sustainable eating.

Maria R Carreras 16:49

moving on to a different subject. I wanted to ask you about the milk scheme. Well, it's Fruit and milk scheme I understand in schools do you work towards this issue? Do you have something here?

Elise Boucher, Danone 17:15

You're talking about the education scheme to offer dairy products to schools?

Maria R Carreras 17:21

Exactly. Exactly.

Elise Boucher, Danone 17:24

No, I'm not working on it. So I can't tell you about it.

Maria R Carreras 17:34

Okay, but I guess it's important to Danone, these kind of schemes?

Elise Boucher, Danone 17:44

For educational purposes is very important. Because less and less children are eating dairy products. It is causing some calcium deficiencies and is bad... For us it's a good way to get people to benefit from eating dairy.

Maria R Carreras 18:18

to tell me more or less how does your regular work they look for you

Elise Boucher, Danone 18:28

Yes so... I'm getting my my day by opening my email and see what are the news of the morning so that's my my day I spend some of my time to, to answer and to coordinate actions around Europe and then working on specific European dossiers as I told you about, about, how to make the value chain better,

Maria R Carreras 19:26

And you mentioned the do coordinate actions, what kind of actions?

Elise Boucher, Danone 19:49

So we have some European campaigns about consumer information about this system. Coordination for us, it's replying and giving information about how it how it works at the EU level so they know in that country what will be what can come next. And what they can do to advocate towards an issue.

Maria R Carreras 21:52

In order to advocate for one issue in particular you do it towards some members of the commission or how does it work?

Elise Boucher, Danone 22:05

Yeah. Okay. So, we are doing it towards the three institutions of the European Union. So meaning the European Commission, the European Parliament's and the Council. It's our three networks, but we are also working with some key stakeholders, NGOs, consumer organizations and so on.

Maria R Carreras 22:48

And what's the purpose of being under the transparency register for you. What's the main interest in being there?

Elise Boucher, Danone 23:03

It's being transparent I mean you can do advocacy at EU level without register. It's being fair. It's being... it's being open on what we do. So on our pages you can see the topics we are working on. When we have a meeting with some high rank officials on the European Commission, it is also... there is a trace of it. Also, when you're asking for a meeting, people know who you are, what are your subjects, who you've met before, and so on... it's been fantastic, because it is democracy for the citizens. Every citizen can access to it, it should be transparent, and showing that we are playing the game of democracy. We're not hiding things. Because nothing is badly connotated and we don't want that, because we are working also for democracy.

Yeah, I understand. Yeah. Okay, so. Okay, so I have all my questions covered. Thank you very very much for your time. I really appreciate it.

## 1.2. Lobbying por el bienestar animal

1) Entrevista con Peter Stevenson. Responsable para Europa de CIWF - Compassion In World Farming

Fecha: 5 de julio de 2019

Medio: Teléfono

Muy interesante para ver el otro punto de vista, el del lobby por el bienestar animal. Datos de interés como, en su experiencia cuándo y cómo hay que hacer contra-lobby.

María R 0:10

Good morning. Is this Peter Stevenson?

Peter Stevenson 0:16

Yes, it is. Hello!

María R 0:25

Thank you very much. So, as I mentioned, I'm going to record this conversation. Are you okay with this? Okay. Thank you very much. And thank you for accepting speaking with me today.

Peter Stevenson 1:08

Okay.

María R 1:10

So, beginning, Peter, please. Could you introduce yourself? Also, what do you do?

Peter Stevenson 1:22

I'm Peter Stevenson, Chief policy advisor for Compassionate World Farming. I do a lot of our lobbying work. Here in the UK and in the EU, and globally with the World Organization for Animal Health.

María R 1:57

And what does your organization do in Europe related to lobbying and related with the exploitation of animals for dairy, specifically?

Peter Stevenson 2:58

Cows exploited for milk have been relatively neglected in Europe, compared with pigs and poultry. We have been trying for many years now, to get some, some kind of consideration of dairy issues. So several years ago, and I think it was about eight years ago now. We had a joint initiative with what's now called World animal protection. But I think then

there was still called the World Society for the Protection of Animals. And we did a joint campaign with a petition calling on the commission to propose a directive on the welfare of dairy cows. That petition got, I can't remember exactly, but over a quarter of a million signatures. And it was very specifically what it was saying was the needs to be an EU directive on the welfare of dairy cows. But the Commission refused to do anything about this. So that was the first thing that we did. The background Maria is such as you probably know, the EU has very detailed directives on hens, meat chickens, pigs, even on calves, but it has nothing on dairy cows. And what the Commission said to us, and I'm background a lawyer, they said there is the General Farm Animals directive, that's directive 98/58.

This applies to dairy cows, it applies for all farm animals. And we said yes. But it is... You know, the provisions of 98/58 are written in very broad language. And that is very helpful because they don't, all the competent authorities of the member state really know what is required. And the commission said, well, you can interpret the requirements of 98/58 by looking at the science. And in particular, the reports and opinions produced by the European Food Safety authority and as you know I think it was back into 2008 that the European Food Safety Authority, produced very detailed reports and opinions. So that was the first stage of work this petition asking for a directive and the commission saying no, but look at 98/58 far on the process or the petition, I remember, we huddled around a table in the European Parliament, with members of the European Parliament, representatives from the industry, the dairy industry, and big companies that were using dairy products. People like McDonald's. It was quite a helpful round table. And some representatives from the States some were from Sweden, some from Ireland and it was helpful in beginning to get people to realize there was a serious problem about dairy cows, but nothing really much happened. And then I began to think about what the Commission had said about 98/58, and particularly Article three, which says the farmers have to take all reasonable steps to ensure the welfare of their animals and they need to ensure they don't suffer any necessary pain, distress or suffering. And as a lawyer I thought, okay, if that's the wording we've got, let's see what we can do with it. I began to change my mind and say, okay, maybe the system for it just spoke about all reasonable steps just quite strong. And it says to ensure the welfare again, quite a strong word to ensure the welfare. And so we decided along with Eurogroup For Animals, that we would do a detailed questionnaire for the member states.

We thought, Okay, let's try and think for each of the main problems for dairy cows. That were lameness and mastitis, and the fact that often the cows and the floors are dirty. And the cubicles are often too short and too narrow. We try to do this questionnaire it's included in the report that I sent you during the week. About 11 or 12 Member States replied something quite detailed and it again was a picture a few of the Member States were making a reasonable attempt to enforce 98/58. But most didn't really know because 98/58 was so broadly written that they didn't really know what was required.

And so we published the report saying the results of our survey with the member states, but also getting our understanding of what was required with 98/58. When it came to addressing creating problems like lameness and cleanliness and cubicle design. That attracted, you know, quite a reasonable amount of attention.

I should have said this earlier: Probably 10 years ago, the start to my work on getting a petition, we had an investigation, where we went to dairy farms in three countries, Germany, Denmark and Spain to look at the problem and see what was happening on the farms, we were, and really all three countries were quite poor. And we we made, you know, we went to the countries involved and said, look, this is what we found, this is what we think you need to do about it. So it's a very slow process, Maria, that gradually beginning to get some attention on to dairy welfare. Around about the same time we get the report that of 2015. We also along with many other animal welfare organizations, made a petition to the petitions Committee of the European Parliament. And that was, again, quite important, because the Petitions Committee is quite good in looking at petitions and saying to the Commission, you know, you need to do more about this

And they tend to keep the petition alive over the years and perhaps to get to the proper solution. So twice in the last three, or four years, I've been invited to go to Brussels to give a short presentation to the Petitions Committee of the Parliament. And this is putting some amount of pressure over Member States and the dairy industry. So in 2000, I think it was the European Commission had day long discussion with the Member States, we were invited about dairy welfare. This took place in Ireland, where the Commissions Office that deals with animal welfare is based in Ireland. And I remember giving a presentation I can send to you the presentation I gave.

María R 12:20

Yes, please.

Peter Stevenson 12:22

The Commission actually did kind of audience in a number of countries and produced a new report on dairy welfare showing that there are, you know, many problems. Gradually over the years we've been able to, you know, build pressure on the industry, the Commission and the Member States and build an understanding of what are the key problems.

This year, which I sent to you earlier, we can produce the report, really just summarizing everything we felt about how you apply directive 98/58 to dairy welfare. We didn't really say anything we've not said before, but I realized it would be helpful to have it all in one document. That's a kind of summary of the various things we've done over the last few years. And then just in the last two or three weeks, you know the organization called the Federation of Veterinarians of Europe, they published on their website two good reports. Well, not reports, position papers. One of them is regarding the dairy cows. The other one is about the deal of the use of antibiotics to deal with mastitis. And again, we like to think of the pressure we've been putting over the last 10 years on dairy welfare was one of the reasons of the Federation of veterinarians began to look at this issue. The Federation was really quite strong, saying that, again, they do were recommending as we did all these years ago, we really needed a Directive that deals just with, you know, with dairy cows. A few years ago, the World Organization for Animal Health produced standard, on dairy welfare, you know, global standards, they weren't as strong as we would have liked, but there was some quite good things. And we run to the Commission saying these are some of the helpful things in the OIE standards, we said to them is quite remarkable that the OIE is produced very specific standards, to dairy cows, but the European Union hasn't. And again, I can let you have a lecture, I wrote that summarizes what we saw were the main good things from the standards, which is taken seriously would help dairy welfare, I think actually, now remember I listed them in one of the reports I sent you earlier in the week. There is quite a lot been going on in trying to get dairy welfare being taken more seriously. We also made contact come across a very good Dutch organization called Cows Signals.

María R 15:57

Oh, no, I am not sure.

Peter Stevenson 16:00

Go to their website they're called Cow Signals, and they give training to farmers about how to look after dairy cows. And they're not supposed to intensive farming of dairy cows, which we really are, we believe how should have access to pasture to the outdoors. But Cows Signals do is you are going to run a Intensive dairy farm, they give you the advice as to how to run it to the best possible welfare standards. Very practical advice, they're very impressive. And interestingly that they make the argument I think, correctly, that if you run your farm with high welfare health standards, you will benefit economically because the cows will live longer and be more productive. And that's really important because with pigs or poultry, it's only possible but it's hard to make the argument to farmers, that good health will actually be economically beneficial.

Because the cost of better welfare is possibly greater than the economic benefits of more productivity. But the dairy cows, I think Cow Signals are absolutely right. If you're looking out to the cows, well, instead of getting three or four lactation, so they may get five or six lactation units, it will live longer, they will during their lifetime produce more milk, they will need less attention if they're looked after well by the farmer. The core challenge in the dairy sector is you have to look after the cow from the heifer for two years. All the expenditure for feeding her and caring for her before she produces milk. And then she surely produces milk for free or four lactations, you're going to return the cost of the first two years when they produce their milk. It's economically difficult, whereas if she lives, if she can produce five or six lactations, you will be doing much better. I think it's definitely worth looking at the work of Cows Signals, they don't lobby.

But certainly... We keep saying to the Member States and farmers if you want advice about what really good practices for welfare and health, look at Cow Signals. Signals because their argument is that if you know how to properly look at her she will be telling you whether her welfare is good or not.

María R 19:18

What is your personal opinion about the existence of specific Directives for hens or chicken for meat and not for cows?

Peter Stevenson 19:38

The situation?

María R 19:40

Yes

Peter Stevenson 19:45

I think it's because the Commission either started work on the species where that has been most campaigning and public awareness of the problems. So they started with things like hens because hens are kept in battery cages. And with pigs because sows are confined and very narrow crates. And then they went on to... I've been working in this field since early 90s. And traditionally, the three worst aspects of modern farming before towards battery hens, pregnant pigs, and veal crates for young calves. So that's really those of the three species where the Commission started. And then roundabout 2005, they said, Okay, we'll now look at broiler chickens properly, because again, the science was so clear that there was serious problems. And they ran into real problems with broiler chickens. The Commission produced the draft directive, but most of the Member States really opposed it. And so after about three years of struggles, finally a directive of broiler chickens was agreed rather back 2008 It must have been. But it was very, very weak. It didn't really do anything to help broiler chickens.

The Commission had such a battle with that the ever since then they refuse to produce new proposals. And remember the way the EU works is only the Commission that can propose a new Directive. Once they propose it, then the work is done by the parliament in the Member States.

Some countries might want to see a directive. It's only the commission that can propose it. And the commission felt so bruised, by the process of the broilers directive that they've never been willing to do another directive. The only thing they've done since then was updates in 2009, the regulation on welfare of slaughte. And the Commission's attitude, which I disagree with. But I understand is, that there's not a lot of point in them proposing a directive. If a majority of member states are not going to support it. And the reality is that only the countries... Suppose that they propose a dairy directive that was reasonably good, only the countries in northwest Europe will likely to give it support. And most of the countries in the east and south would oppose having a directive or certainly would make sure that the directive was very weak.

Seing that as a lawyer really changed my mind. And I haven't stopped trying to get a dairy directive. But I thought, you know, six or seven years ago, I thought, okay, if all we've got is 98/58, we have to make it work. We have to spell out for the industry in the commission. Particularly article 3 of 98/58 mean, what are your duties when you have to take all reasonable steps to ensure the welfare of your cows. And that's really what the report we published this year, which I just sent to you. Really strange to say, we're saying, okay, we've done what the commission suggested we've looked at the reports and those define for us, what are the main problems, with dairy cows, and what are the all reasonable steps to take to deal with these problems?

María R 24:16

Because it's definitely kind of a blurry statement, right? It's like really subjective, this all reasonable steps, the word 'reasonable' is like... is it difficult to work with this kind of concept for you?

Peter Stevenson 24:37

It would be better to have a detailed directive. I think we can do what the commission said which is look at the main problems like lameness and say what are the all reasonable steps as you have to take to prevent lameness. And then if you do have lameness, to treat it, and we can look at what the science says one can look at the best practice of the dairy sector in certain member states. Do you know the big project the commission funded called welfare quality?

María R 25:31

I do.

Peter Stevenson 25:34

The Welfare Quality had a very detailed protocol of cattle but beef and dairy. So one could argue that if you're not a farmer, following the welfare quality protocol and suggestions, you're not taking all reasonable steps, and there are various ways, as you know of scoring the lameness of cows of measuring it there are two or three different systems around. And if you're not using one of these score, lameness, we'll see what kind of a problem you've got in your heard, you are hardly taking all reasonable steps. If you're not doing things like foot trimming. And making sure making sure that the floors are clean, you're not taking all reasonable steps that. I think, as a lawyer, an attorney was our documents tried to do try to say, look, this is specifically what you have to do if you're not doing it. You're not taking all reasonable steps. Okay. From a lawyer's point of view, you've got to, in the end, you've got to use whatever language is there in the law. And if the language you've got isn't ideal, because it's rather broad. It's still your task, your job as a lawyer to say, look, this is what I think this language means. I really do. I mean, looking back, looking back, as I talked to you, I'm quite pleased with some of what we've done because I think it's been it's been what we, we and one or two other NGOs have done in in trying to highlight the problems that led to the commission doing.

Peter Stevenson 0:16

So the commission doing all this, publishing a report, having the kind of the day long meeting of two years ago in Ireland, so I feel we're slowly making some progress. And this is a new position paper from the Federation of Veterinaries of Europe. Does say that it should be a directive on dairy cows, so I think we need to be going back to the COmmission, saying the time has really has come to produce a Directive.

María R 0:49

Okay. When lobbying for animals in Brussels, for you, what kind of tasks are activities are more important, like, for example, writing these letters or... what?

Peter Stevenson 1:08

I think it's, again, it's a number of things. So over the years, we have written to members of the European Parliament, you know, explaining the problems and asking them to write to the commissioner. We have had meetings with commission officials. And I'm trying to think what else we've been, we've been doing, I think, engaging the, getting members of the European Parliament, to be aware of the problem and then to be putting pressure on the Commission is one of the most helpful things, which is why we submitted a petition to the petitions committee in the parliament. About once a year it goes back on to their agenda and they asked the commission what progress have been made. And we're given three four minutes to make a short presentation to the Committee, and someone of the Commission has to be there as well and explain what they're doing it's been a very good way of keeping pressure on the commission to think about dairy welfare.

María R 2:33

Do the members of the Parliament listen you with interest with interest? Do you think they engage?

Peter Stevenson 2:41

Yes yes, again, I remember about three years ago, one of the Swedish members, I can't remember name last time, look it up and send you an email, she had a half day, in addition to the round table, we have a half day round table looking at dairy issues. And this has all been helpful in keeping the question of dairy welfare alive, I'm speaking there for myself, to let you know about her

There is still a lot to be done. In the end, we do have serious problems in the EU dairy sector of high levels of lameness and mastitis. Many cubicles are very old and too, too short for the modern cow. Cows end up line with that back legs in the passage way. When we went to visit the farms seven or eight years ago, in Spain, Denmark and Germany, one thing I noticed was how dirty many of the cows and the housing was,

and if animals are dirty they are very prompt to infection. To me a really basic thing that many fathers are not doing is just keeping the farm and the animals clean. You know, some really basic things are not being done. Quite a lot of cows seem to have wounds and sores on their body. Some very serious problem to solve. Firstly, many cows never being allowed outside, wich particularly here in Northern Europe is so disappointing because here, I know, you got a very different climates in Spain, but here, in the north, we got really good grass, And yet, 20% of UK, dairy cows are now zero graze, means that never go outside. That in the north We would expect cows to be indoors in the winter, but In the summer and spring when the grass is growing, they should be outside from a welfare point of view. But even in countries, we've got an office in Italy, and our Italian office said yes, you know there's a reason why, in some parts of the year before it gets too hot and the grass really becomes right Brown, why the cows wouldn't be outdoors. And it is certainly in Italy many dairy cows were kept in the out, you know high up in the mountains where even in the South you would get good grass. So we've got problems of lack the cows not being outdoors. We've got a problem in some countries, Germany in particular, I think some of the Eastern countries as well of cows being attached, they can barely move. So that's another serious problem. And the third really serious problem is the ones we've not yet mentioned, is the very high milk yields.

Remember when the reports in 2008 or nine, I can't remember which, they in their overall summary they said they said look, probably the biggest problem facing the health and welfare of cows is genetic selection by milk yields, you know, the cows are being just being pushed to such high yields, that they are very vulnerable to health and welfare problems. They really are being treated like milk machines.

María R 7:11



Yes.

And I understand that while you are doing all these work for the animals speaking with the members of the Parliament and the commission. At the same time let's say the pro exploitation lobbies, like the lobbies, from the dairy industry, the trade, they are working as well. So what would you say about their power of lobbying and your power of lobbying from the world for point of view? Is, is this really unbalanced? I guess?

Peter Stevenson 7:56

Even for us the welfare of dairy cows is not, you know, I mean, kind of thing. So I don't spend as much as time on this as I would like, I mean, really, I meant, in general, in general. We've not done enough work to engage with the industry, but my overall impression is that the dairy sector, you know, like the pig and poultry sectors, are very, very resistant to any improvements, and are very effective in putting pressure on the COMmission of the member states to not, you know, have a directive and to not enforce 98/58 properly. Under the dairy sector like the pigs and poultry is very, very influential, particularly with DG Agriculture of the commission. One of the problems when out lobbying in Brussels is that is DG Sante that deals with animal welfare. But they're not one of the powerful director generals. Whereas DG agriculture is very powerful. And they see their role as supporting the livestock sector. So yes, it's a very, it's a very unbalanced positions, that the livestock sector dairy and others have much more power and influence than the animal welfare organizations.

María R 9:39

Do you sometimes work along with them, like getting your reports sent to them, and so on or not?

Peter Stevenson 10:02

Not properly, we should be doing more of that. We, I'm sure we have sent them out various reports over the years, and we did organize five or six years ago, this round table in the parliament, but we've not worked consistently with them, we should be doing more of that. And I think you reminded me to send the latest one I sent you earlier this week, to the various industry brothers, and suggest meetings and so on. One thing I should mention is that we have, in addition to more kind of lobbying work, we have a big food business department that engages with retailers and food manufacturers. So they've worked with people like McDonald's and Unilever. And the big retailers like Carrefour. And then work started with the idea of giving awards to companies. And so the first one was a good egg award, which we give to companies who are committed either didn't use cages, so are committed to phasing them out. And we do have a good Dairy award now. And you could go if you look on to the websites of compassionate world farming food business, you will find something about this one good dairy award, and what the requirements are for winning the good condition. To winning the dairy award. So that was done some work again to to begin to build some pressure on the industry in a positive way one saying, look, if you choose certain standards, then you get one of our awards. And companies like these awards. And it's not just in the law. I remember in actually when some years ago called Italia, which is the biggest retailer in Italy, won our good egg awards. They took out full page adverts in all the Italian newspaper. So yes, that's kind of the way our department works is they try to be constructively, rather than criticizing bad companies, they say the good companies look, we will recognize your work we work with you to help you reach certain standards. You know, it's not my area of work, but if you look on our website, you will find some information.

María R 12:58

And what would you say say are the lobbies or associations or federations that do more broad dairy industry lobby in Europe?

Peter Stevenson 13:21

I don't know very well. And obviously, whenever I think of farming in Europe, the first body that one has to be aware of COPA -COCEGA. Traditionally they are very difficult, they defend the status quo, they are immensely resistant to any improvements in welfare. So yes, we we do have a major problem, but we on the basis of the report we've just published, saying This is what you have to do to fulfill 98/58 we need I need to find time to liase with and contact the big organizations and try and put pressure on them. But we also will be doing that in the Autumn with the Commission and the MEP. Because, you know, you know we will have a new commission, we've got a new parliament. And always at this point in the cycle of the EU institutions people are, is a new parliament, is a new commission,. So people are fresh, they're enthusiastic about looking at new issues. So this is a good time after the summer break to start engaging with them.

María R 15:19

Is interesting, these cycles of the institutions.

Peter Stevenson 15:23

Yes, the institutions have been there for two years, their agendas are already quite full, and it's quite hard to get them to come to get attention for new matter, so really, this Autumn at the early part of next year, are really an absolutely crucial time to try and get them interested in things.

María R 15:55

Did you have some kind of following about the issues regarding the naming or the labeling of milk?

Peter Stevenson 16:07

We do a lot of work on labeling. You know, since 2004 EU laws required eggs and egg packs to be labeled, so the cage has to say on the box. And this has played a big part in moving the EU consumers away from caged eggs, so for years we've been saying to Brussels and in the time governments here in the UK, you must introduce a similar scheme for meat, milk and dairy products. So far, both the Commission and our own governments have refused to do so. And this is really bad because governments everywhere say consumers was playing that part in driving, welfare improvement. But they refuse to make sure consumers are given information. That is particularly bad with milk and dairy products. With meat, we can usually say to people are interested: Look, if it doesn't say free range, organic, or here in the UK, there is a very good RSV ca scheme. It's not one of these things, you can assume that it's been farmed very intensively. But with milk when you go to pick up a liter of milk or cheese or yogurt, you know, retailer here or I'm sure in all the EU countries unless you can afford organic. You know when knowing whether the product you're about to buy comes from a pasture based herd, or for us, you know zero grass with animals kept indoors all year around so as a consumer, you're not able to play your part. You just don't know what it is that you're buying. As many of the shops here and I'm sure in other European countries are very dishonest, because we will have by the milk parts of the supermarket there will be pictures of cows happily in the field. But most of the milk they are selling the cows will have never been outdoors, but you as a consumer don't know. So yes, labeling is really important. So to another area important for both meats and milk is public procurement. Either the meals provided in schools and hospitals and prisons, most public procurement, all they think about is what's cheapest. But we're arguing the public body should be using that buying power to support food that is a good, you know nutritional and environmental and animal welfare standards. And there's some wonderful examples of some public bodies that do provide high standards. The best one is probably called, again go on their website, is called the Copenhagen House of food. And they provide they're responsible for all the meals centres in Copenhagen and in the many years they've got to the point to the 90% is organic, and they've been able to do that without increasing their costs. And then now seen by other cities in Europe as a consultancy about how to really make public sector meals good. I read recently, I think with the city of Berlin and Germany has invited the Copenhagen house of food to advise them, how to improve the quality of public sector meals. So, again, like labeling for ordinary consumers putting pressure on public sector to say the meals you serve in schools and hospitals ought to be a certain quality and should be supporting the farmers who are doing good things.

María R 20:56

Could you tell me how does a regular work day look for you?

Peter Stevenson 21:23

There isn't really a typical day. And a lot of our lobbying, I've got an excellent colleague or Olga who runs the Brussels office. So five or six years ago, I probably went to Brussels quite often, Olga do a lot of work in Brussels, but a typical day will involve putting together briefings or lectures and reports and emailing politicians and officials in the commission. A really key thing for us is when something good is produced by the Commission reports, we see our role as an animal welfare organization and making sure that everybody really knows about it. Otherwise, these things get ignored, so we would write to the members states and say, Look, you know, the Commission has just produced a really bad report about your country, what are you going to do about it? We have offices in a number of countries. So either I, myself or our HR office in France or Italy or wherever. I think this is all, I must finish now... (...)

María R 24:52

Thank you very much.

2) Therese Ericson, en aquel momento recientemente elegida líder del Partido Animalista en Suecia.

Marzo de 2018

Medio: En persona

El recurso (la grabación de la entrevista en formato electrónico) fue dañado irremediablemente.

Al estar al comienzo de su trayectoria política, todavía era pronto en ese momento para darme información sobre el lobby por los derechos animales en Europa desde su punto de vista.

### 1.3. Academia

1 y 2) Tobias Linné e Iselin Gambert, como académicas expertas en el tema lácteos.

Marzo de 2018

Medio: En persona

En este caso la entrevista (se la hice a la vez) me sirvió como referencia inicial, para ver posibles temas en los que me podía fijar y cuestiones que debería tratar sí o sí en el marco teórico, pues fue en el primer año de tesis.

Transcripción:

María R 0:00

How do you do it get involved with critical anyone studies?

Tobias Linné 0:16

I guess I had an interest in animal rights before knowing about critical animal studies.

But I wasn't working in an academic way with it. And then I just happened to, to there happened to be a guest lecture in the university that I went to listen to, and this person was a critical animal studies scholar and that was the first time I ever heard about critical animal studies as a field.

Yeah, so I would say that that was, you know, the starting point like before that I hadn't, I'd never heard then the name I don't think I hadn't even heard like name animal studies, okay, even though I was I was involved in animal advocacy work, but not academically

Iselin Gambert 1:23

Maybe this is off topic but like who was the group that even invited that person? Do you know who like brought that person in? Are they still involved in critical animal studies?

Tobias Linné 1:32

They weren't critical people. So that was like, at the university in Malmo, and it was like an open lecture thing. And I don't think the lecture in itself wasn't about critical animal studies. It was about animals in education. It's like a broader, but the perspective was critical animal studies. And so, but those people didn't invite a critic. I don't think they And that and that was Elena Pedderson who I also sent you the contact details to. And I would say that she is I guess the first critical animal studies scholar in Sweden or at least the one who has been doing my most work in the field. Yeah.

Iselin Gambert 2:24

I'm so new to the field and I really have to be as to thank for me being here. I'm I'm been in like an academic for almost 10 years and I am a lawyer and I work in with like Writing and Rhetoric and I've always my whole life been interested in like different kinds of activism and I've been a vegan for over a decade and have always been interested in combining my interest in writing with being vegan and so I wrote this like little essay about like, being vegan and but none of that

was critical animal studies I've just sort of always been an activist have been a vegan and a vegetarian since I was 12 vegan for over 10 years. And then an academic and to me, it was always frustrating that that be that my like day job wasn't more integrated into these things that I felt really passionate about. And I worked after law school and before becoming an academic at a nonprofit organization whose mission is to try to reduce the number of cats killed in shelters in the United States. So I Oh, I for a while thought, Oh, I want to be some kind of like animal lawyer, but I didn't know what that would look like or how that would take shape. Then I have this serendipitous, like life changing meeting with Tobias at a vegan cafe in Washington, DC and within like two minutes of starting to talk to him about his work. I was like, Oh my god, like this is bringing together all the things in my life. Like how could I do this? How could I do what he doing this person has like is like living my dream like life kind of

Tobias Linné 4:07

like a wreck. But actually, it's funny you say because I mean I, for me the experience was quite similar actually, when I met Elena, the first time like, I mean, like, like you say, like, I think we we came to critical mistakes from from similar backgrounds like with an interest with an activist background with a vegan background, but not really knowing how to. I mean, I didn't I didn't even know there was that you could do I mean, it sounds stupid now that Adam, I never heard about anyone doing anything but animals in academia. I didn't know you could. So when you meet someone who does that, that's that was my reaction to like, this is what I want to do like, and I at that lecture, I went up to her. Elena I never met her. I never heard her name. It was pure coincidence that I went there. And I said to her like, Wow, this is so amazing. Like, I'm University. Teacher I never thought about this, like, how can we do something together? Like, can we work together? And that was seven, eight years ago. And then that eventually led to us establishing the course that we've been doing for the last six years. Is it? So, yeah, so that grew out of that, actually. So that's Yeah.

Iselin Gambert 5:25

And I just want to say like, for me, I knew that like animal law was a field and even a colleague that sits right next door to me, and my home University, runs the animal law program. So it's not that I didn't, but I was never super inspired to try to get into that. And I've been wondering like, why, and it's sort of because animal law, the way it's taught in most American law schools isn't like a critical discipline. It's like looking at the way the US government regulates, fill in the blank and I sort of find that to be very dry. And kind of boring and very regulatory and not looking really at the question of animals from the critical perspective that critical animal studies comes from. So I think maybe that's partly why I was not so inspired to be like, Oh, how do I teach animal law? Because I really don't think that's, that's not what critical animal studies is. And so now I'm thinking like, Is there a way for me to maybe create a course that's critical animal studies within like, something that would count for like a law school course. But that isn't something that exists. Definitely not at my school, and maybe not even at virtually any law school in the United States. So I really think critical animal studies as a field is something very distinct and like to be saying, I think most academics that are vegan might not even know it exists still.

María R 6:49

And would you come up with a short really short definition of the field, or maybe too good, just quote or semi equal?

Unknown Speaker 7:00

your preferred

Tobias Linné 7:02

For me Critical Animal Studies, is a field that engages with human non human animal relations in society and interrogate those relations, questions them and try to change them. And that's what the critical animals scholarship is and critical animal studies scholarship is and should be about, like. I mean, basically, as we, as we say, like ending ending the exploitation of other animals, that's what the scholarship should be about. That's what the teaching, that's, and then you can add all kinds of, I mean, I know people will add, you know, that is like, it's basically the critical theory and it has this Marxist underpinnings and whatever, and I mean, yeah, you can see it that way. But for me, the central part is, you know, questioning and interrogating and looking at scholarship as a way of achieving social change for other animals.

Iselin Gambert 8:10

I don't think I could have said it any better.

Um, could you tell me what are your investing research lines, which are linked to dairy.

Iselin Gambert 8:38

Tobias has much more research under his belt than I do. But when I met him, I had already been thinking on a personal level and starting to think about it in like an academic way. Like, I've always been fascinated as a vegan who's half Norwegian and spends a lot of time in Norway with this company called Oatly, which doesn't exist in the United States, and does exist in Norway. And it's Swedish. But I didn't think about it like that. I just thought of it as like Scandinavian plant milk company. And they have a really interesting way of marketing themselves that I find really, I mean, I think a lot because I teach rhetoric, I think a lot about persuasion and how companies and people and activists and everyone sort of persuade each other to do things. And I've always found them interesting as a company because of the way that they like to play with rhetoric. And then I thought it was super interesting because they were sued by the dairy industry. And I was so interested in that as as like a vegan and a consumer and a lawyer. And somebody interested in language because they were sued for the language that they used on their packages. I'm so fascinated by that. And I was like, God, I want to do research about this, but I never, I guess did it because it's, I don't know because it's hard to find the confluence of like time and energy and motivation and inspiration to take an idea and turn it into something that's real. And then when I met to be us, I was like, one of the first things he said when we first met was something about Oatly and how he'd already done and was interested in continuing to do research that have to do with the only case and I was like, Oh my god, maybe this is like that meeting of the minds that could like spark this, like maybe there's a collaboration here. And so we've gone beyond only in our research already together in the last year and a half in ways that I'm really excited about. But I think that's like the starting place for me was looking at the Oatly case from like a legal political, rhetorical, like, what words have I not said like linguistic like cultural, like there's so much bound up with the case that I think our interests and backgrounds really overlap nicely.

There's like a lot that we can look at from a research perspective that I think are Tobias is a sociologist and a media studies expert and I was an anthropology person before becoming a lawyer. And now I work with like language. And so I think there's just a lot in that case that brings together our interests. So that's, I'll stop for now.

Tobias Linné 11:21

Yeah, I think. Yeah, so that's, that is what I'm currently mature. Most of my research is about like, working with Iseline. And we just finished this article about plant milk and legal battles in the US and, and Europe, and between, like, what can be called milk and what cannot not be called milk. So that's, and we are also doing this idea of looking into plant milk as, like sort of cultural history of manmade social history, norms around what we would call like milk normativity. Like, I think that's what we've been doing for for the last two years or something. And, but for me, it started with actually was at the very beginning, when I, when I got into the field of critical animal studies, I at that time, there was very much discussion about "happy meat", you know, like, and there still is, but at that time, it was sort of new, you know, this idea, like, you know, compassionate killing, etc. And, and I remember like, sitting with some friends, like at a bar, and remember this specific night and we were like, Yeah, but what about "happy milk"? You know, and of course, we weren't the first one who thought about that, but it felt like that at that time, like, yeah, that's really good. You know, we have this whole happy meat discourse. But we also have this happy milk discourse. And as far as we knew, and not so many people have talked about that. Which I found out later that people had actually talked about that a little at least. And at the same time, there was this thing in Sweden going on where the dairy industry were doing this promotional event, which is happening. That's what I called it. So this was my first project, which was. So this phenomenon that when the cows are let out for from their winter sheds, that they're kept in for nine months in Sweden, there's the inside. And then for up to four months, they are allowed to, or at least some cows, some cattle are allowed to spend some of their days outside. And so the dairy industry and the farmers have turned this into a sort of promotional event. And so every spring, they will invite people, mostly urban people to come out into the country and, and look at how happy the cows are when they're released. For me, that was just, that was just such a perfect example of this happy milk happy meat narrative, you know, like, it ties together all these ideas about, you know, this problem that people are sort of like the film eating animals that we saw, you know, this idea of small scale farms and like we're getting disconnected from rural life, we're getting disconnected from food, blah, blah, we need that connection, and how they play on that connection and still exploit animals. So I just thought that was interesting. So that was my first project. And then, like a kid kept, kept writing about dairy industry and then eventually coming into this oddly case that that easily mentioned because it was such a big thing in Sweden. So that was another thing you know, when it was like, these issues was very much in the public domain and was discussed a lot. And so I thought, Yeah, we will write about this, like, this is great. Like, this is my field like, I tried to.

María R 15:05

You mentioned that when you first came up with this idea with your friends, at first you thought this like, original idea, but then you discovered that there were more people... Could you come up with some names?

Tobias Linné 15:23

Yeah, I mean, the one article that I'm thinking about and I think I shared it with you, too. This one called Constructing consumables and consent by Canadian author called Kathy Glenn. And I mean, she must have published that in 2010

or 11. And this was in 2012, that that I started, so it was sort of at the same time. But yeah, so she writes about happy cows in marketing and which is an older phenomena. I mean, I mean, I can't swear that she was the first one. But she, to my knowledge she was I found her article and when I found it, it was like, Yes, this is, you know, this is what I want to do. But I wanted to look at the Swedish case. instead.

María R 16:17

Her focus is anti speciesist?

Tobias Linné 16:20

Yeah, definitely. Definitely. And she said communication scholar. So if you google out more, I can send you a good article.

Unknown Speaker 16:29

Okay, okay.

María R 16:34

Yeah, it was going to ask you if you could tell me where I can find your articles, but maybe you could email me in person. Okay. Well, if, for example, I bring this article because you just send me a little technical. What about ethical issues? And for example, because I'm asking this question, since for example, in the other day in the documentary, we saw that there may be more ethical issues that we could consider at the beginning. I mean, both from both for you, human and non human. So, anyway, what are for you the main ethical issues in all this whole dairy industry?

Unknown Speaker 17:19

is specifically within the dairy.

Iselin Gambert 17:23

Do you mean ethical issues that we have researching it? Or actually in the industry itself? What are the ethical issues? I mean, it's a little hard to even know where to start and sort of like as an ethical vegan, the existence of animals as commodities and property is precious. Problematic period, like. It's been really fascinating. And I'm so grateful to be us for giving me the opportunity to work in the course, the critical animal studies course this semester, because it's been my eye opening to talk every week with students who, even after weeks of taking this course, so I started I started my starting point of working with critical animal studies, even as a new scholar in the field is like my baseline is as an ethical vegan, like, I don't think animals should be property or commodities period. But that isn't necessarily a mainstream point of view. It's actually not a mainstream point of view. And I think even after weeks of being in a course thinking critically and reading scholarship about human non human animal relations, a lot of students very smart critical thinking students are not necessarily thinking that it's a problem that cows or any animals or commodities or property, and that's been really interesting for me and thinking about the dairy industry because it leads to this I think, bifurcated a set of opinions where some people are vegetarian or vegan or quote unquote animal lovers and they think that the quote unquote solution is making a quote unquote like happy farm and then we see that with the, with the documentary we watched recently eating animals were and we saw this other documentary called the milk milk system where I think a lot of really well meaning well intentioned people think animal exploitation is a really big problem because big dairy is so exploitative and has you know, animal suffering. The solution is small farms where cows are, quote unquote, happier, and it ties exactly back to to be as his first project as when he started in this field like is that even? What does that mean? Is there such a thing? And I would argue there is no such a thing. That's not a mainstream view. Maybe it's a view of critical animal scholars, but it's not a view of every person that does animal studies. You know, I think critical animal studies is even is quite distinct from animal studies. So we were at a conference in Australia last summer, and it was really mind open eye opening to me to see all these people who are scholars working with human animal relations, and a lot of them are doing really amazing in terms of like spending their whole careers working on research about how to make the most humane farm. And to me, it's like, why do we have farms?

Tobias Linné 20:45

No, I think that's, I think like, for most, in most of these discussions, there is no ethical perspectives at all. I mean, if you look at, if you look at if the dairy industry is typically addressed in, in social sciences or humanities, or environmental sciences, it is from environmental perspective or health perspective. But so rarely from from an ethical perspective, I think and if it's an if there is an ethical perspective, it is this utilitarian framework, which Iselin is describing where, you know, minimizing the suffering is, you know, the end goal sort of, and not like questioning the existence of the, of the industry, I guess. So, I think for me, yeah, No, I mean, yeah, the main ethical issue is is is the use of animals as property as you say, I mean, and denying them then their right to their, to their own life. I guess, and the right to not have their bodies violated. Yeah.

María R 22:06

And because in my dissertation lately, I've been thinking that maybe I should also add other ethical concerns, which are not just for non human animals. But I don't know if you think that could be, like, distracting?

Tobias Linné 22:28

I think you need to, I think you must add this. I mean, I mean, I really do. Cuz you're gonna that's what people are gonna tell you. I mean, you remember the milk documentary, like the ARLA guy the first thing he brings up is like Africa and how much good China for China Africa how much good they do in this country. You need to have it... Yeah, I definitely think you should and I mean, what I really want to have to thank Iselin is that we have been working more with focusing on like conditions of workers in the dairy industry. I didn't think about that so much when I did this and I think maybe it's partly because it's so much more visible in the US than in Sweden like Sweden still switch farmers are still small scale compared to us. There's they're still very much family farms compared to like bigger farm industries. So But yeah, I mean, I totally think that would strengthen your and I don't I see where you. Where your concern lies because my like losing focus on the animal and then focus on humans, but I don't that they're so connected like I would definitely make the case for for that.

Iselin Gambert 24:14

Not to like toot our own horn and not like our 50 page dry paper that's so it's gonna be in some Law Journal is like so fascinating to most people. But I think what's good about our paper what I'm proud of is that we tried to look at the way that exploitation is something is something that is like really running through like oppression and exploitation is something that exists within the animal agriculture industry in the dairy industry in particular. And that's true for the non human animals and it's true for the workers and it's true, the environment and I think we like Tobias said we did try to look at some data and research about like the realities for workers and the problem of capitalism. So at least you'll find some like, studies and things in our citations in our footnotes that might be relevant for you and your paper. The New York Times just I think two days ago had a cover story on small family farmers in the United States that commit suicide. So I can send you that link. So rather than being a distraction from your thesis, I think like to be a said this is almost think it would be a distraction for it not to be included.

María R 25:34

Thanks. Because you've been working together and you come from the US. Could you tell me a little bit of the issues in for the dairy industry in Europe are really different from the issues that are from the dairy industry in the US?

Tobias Linné 25:57

Good question. I'll let you answer it. I want one. So I would say issues in Europe is maybe weird. Not a good way to put it because I think the issues in Europe are very different. I think the Swedish there industry works quite differently from say, German dairy industry in some ways. And I think there are similarities, like there's things that connect to the US and different European country dairy industries. But then there are also country specific issues. Like for example, I know or you can correct me if this is wrong Iselin, but like, in the US, there has been a debate about hormones in milk, growth hormones, I guess, that I, from my perspective, perceive as quite a big discussion and we don't have that in Sweden, because I don't think Swedish farmers use it or not allowed to use it or I mean, there's some regulations, that that would be one like issue that I would say is different. And then but then like a lot of a lot of things are saying like subsidies, the lobby, the large scale farms, like the intensification, the manipulation of animal bodies, making them produce more and more. The rhetoric, I mean, one thing that, like we do in in our current project, we will look at, like the history of Milton racism is that we compare these discourses in the United States and Europe and we can see that they are very similar. So I mean. I don't want to overstate the difference. I think the differences that we can see is due to you know, context specific things like in the US, there's no legislation to, There's not the same legislation about the use of growth hor-



mones, as in Europe. Those are the differences but I don't mean in the main I would say like, they're pretty similar issues.

Iselin Gambert 28:14

I don't have much to add I think to be is really so I was gonna say like the two things I would just like maybe emphasize are I think scale like I know in Norway, there is no huge factory farm the way it exists in the United States, I mean, small quote unquote family farms to the extent that that's, quote unquote better, which I would argue is it better but that those are in the huge minority in the United States. That's the absolute norm in Norway. So you could say for somebody that's, that has a small family farm model as some kind of goal or some kind of if that's a good thing to you, it isn't to me, then those are big differences. They just don't have the same scale in some countries in the European Union as they do across the United States. But I'm sure there's big huge farms in name the country in the European Union. I don't know.

Tobias Linné 29:05

But yeah, Germany has huge farms. Holland has huge farms. But I think it's, I mean, yeah, I think you make a good point, because even between Sweden and Norway, I would say there are these differences like,

Iselin Gambert 29:18

Norway prides itself on that.

Tobias Linné 29:19

And Sweden prides itself in comparison to Germany or Denmark, you know. And I mean, I think Norway is generally more small scale dairy farms than Sweden. But I mean, all of this is changing and I think what is interesting is maybe not the how it actually looks right now but where, where it's going. And I think in all of these countries, we can see that even if we see like, like these new family farms, and there's a trend of you know, like "happy milk", blah blah. The general trend is like towards large scale farms intensified production. Animals as more and more machines, I guess, and and that trend is in Norway, it's in Sweden. It's in us. It's in everywhere.

Iselin Gambert 30:10

Maybe the other big difference that I think we already talked about in a previous question, but just to emphasize it here to make sure it's spoken about here, I do think the labor force is really different. Like my one of my close relatives in Norway is a dairy farmer owner, an organic dairy farmer, and he milks his own cows with his used to be until a few years ago, I mean, like, he like takes with his own hands and like puts the milk machine on the cows's outers, like himself. In the United States. That's almost unheard of. And almost the majority, we have a statistic in our paper, so I'll probably miss data. But the majority of workers in the dairy industry are immigrants and people of color and the majority are actually refugees. So it's a huge class race. Like sort of there... There's really interesting and I think problematic class and race issues when it comes to the workforce in the dairy industry in the US, that I can only speak to Norway like is different.

Tobias Linné 31:10

But I think that's true. And but but then I think that is connected to the scale, because if we had this large scale farms in Sweden, as well as you, we would have similar workforce like not exactly the same because the US demographics is different. But I mean, if you look at slaughterhouses in Sweden, which are more maybe more like American slaughterhouses, they have the same structure of imply that it's a low status work like people with with little or no educational background. People with who have been born in another country in Sweden, etc, are overrepresented in the slaughter houses in Sweden. And I mean, if we had so now like a regular Swedish dairy farm today, We'll have around 100 to 150 cows that's like, sort of the medium these days. And I think that's, that's almost a limit of how much you can handle like, within, you know, the family like, like most of the farmers I interviewed that been, who have had these farms. They have been like two people or maybe like, like a man and a man and a woman like the farmer couple, and then their son or their daughter, or maybe some extra person that they hire once in a while. But it's still so small that you don't need like workers. But I mean, if you have like you can have in the US like 3000 cows, then you need workers like 10 or 10,000 cows. So if we had that in Sweden, too, it would look similar.

Iselin Gambert 32:54

My cousin has like 22 cows. So and that's like the median in Norway is 20 to 30. or something, but don't quote me, but it's even smaller than, but I agree. So I think you see these differences and I think that they're largely tied to scale.

María R 33:10

Okay, well about dairy industry and its history. First, I wanted to tell you because one of the points in one of the chapters I, I'd like to like take a look at the history of explaining of the cows for me. You by chance have any references.

Tobias Linné 33:42

In the paper Iselin and I wrote, We have lots of it. I think maybe we can like you can both look through our footnotes and we can follow up just because of time efficiently with Yeah, I was gonna say like this, we should definitely do a follow up interview at some point before it may be. Yeah, I think if you read what we written and and if you think about what we talked about today, you're gonna come up with new questions. But I mean, yes, definitely.

Unknown Speaker 34:22

What comes what goes through your mind right now? Are there any milestones like important milestones for the history that you would like to commend shortly?

Tobias Linné 34:35

I can, I can comment on one and what we have written about like in that I think is true for Sweden, a large part of Northern Europe and US as well, that pasteurization if we want to look at technical technological development, pasteurization, homogenization, and the techniques of making milk, dairy milk, free from bacteria and in process it for me that's a milestone because and this is very nicely described in a book called The perfect food, the perfect food by the author Melanie Dupuys, I can send you a reference because she also identifies this as a breaking point because before that milk was actually fresh milk was consumed, but it was actually called the white poison, because it carried tuberculosis for many people. So many people would drink it and be sick and die. I mean, sometimes they would still have to drink it and not everyone got sick, but there were there were these huge problems. And but when when we see the mention of catheterization and these techniques, then that that makes it possible for milk to become the commodity that it became. So this is like late 19th century. And from that follows all kinds of policies and lobby work. And I know you're interested in lovely work. So I just want to mention that I think, the 19, early 20 century up until 1930s is also crucial time in in many Western countries with regards to dairy lobby, because this is a time where, where there actually is a lot of things happening. Like the state in Sweden, for example, you know, we have the world wars. And so this this discourse is about similar to what we see today that Sweden needs to be self sufficient in terms of food, we need to be able to produce our own food and not be dependent on other countries etc. And then milk was considered a good food to produce and so there was a very conscious like decision to to build the dairy industry in Sweden and many other countries and to build the national food production around dairy industries. And to make certain the cow was and the dairy farm was was called the heart of the Swedish, it was the heart of the Swedish agricultural industry like it was. So it was seen as so central, you know, like even for it was seen as without dairy farms. None of Sweden's agricultural regions which survive, basically, very much was tied up with the dairy industry and with producing dairy, so much so that there was like a constant surplus of dairy produced too much. And that led to new problems, you know, that led to the creation of the Milk and Schools programs in 1930s. Where you know, like farmers could find a cheap way to dump. Basically dump their milk, sell it to schools and the State would buy, buy all the milk. And then...

Iselin Gambert 38:08

And now that's like a formalized, regulated thing in the Union.

Tobias Linné 38:12

Exactly. So I think those are two I mean, I want to add, something?

Iselin Gambert 38:16

I just add two points about what I agree is a huge turning point the pasteurization moment. like Tobias said milk was known as like the white poison before that, and then it sort of really became known as the perfect food. So it went from being a white poison to a perfect food. That's a huge shift in just like a few probably decades, right, in terms of the rhetoric and symbolism of the substance. The other thing that the pasteurization did, is it shifted the exploitation of, I guess, like you could say, like of female bodies from women to cows, because before pasteurization, there was a huge wet nursing industry for infant formula now, women were women, poor women, people of color, slaves during the time of

slavery, but even up to the early 1920s, in the United States, and I think throughout Europe, where there was a huge wet nursing industry, and women, it was like a job, a low paid job, and women's reproductive and personal lives are heavily regulated. When they took on these jobs, like you weren't allowed to do X, Y, and Z, you know, maybe your sex life, your personal life was regulated, you couldn't become pregnant. And then when milk became pasteurized, there was no longer a need for that industry. And then in the early to mid 1920s, that industry pretty much became obsolete, because you could just buy... you could exploit the cows instead, and get milk for infants and children from cows instead of human women. So I think that's another way that pasteurization shifted the exploitation from one female body to another so really good point. And I mean, it

Tobias Linné 40:00

Then of course, this is also connected with all kinds of other technological developments in the, at the turn of the last century because like for example, which is also described in this book, The perfect food that you know, with automobiles and these kind of transportations and better roads, you could transport milk milk was before automobiles before good roads milk was a really hard product to sell because it wouldn't keep you know, you could produce it but then you can distribute it so why because it was hard, you couldn't keep it cool. You had to, you know, sell milk was very local product up until, like modernization and 20s and 30s because then it was a you're able to we got all these new roads and, and transport transportation and you were able to distribute Melbourne much further, much spread. So it didn't become this. It couldn't become this, this commodity. Before these technological innovations, which of course goes for a lot of products? I mean, milk is not I mean, this goes for a lot of food products. I mean, we didn't have oranges in Sweden in the in the early 20th century.

Iselin Gambert 41:24

Can I just add one thing that I'm thinking of, like I heard on a podcast within the last week, but now I don't remember which one like, I don't know if this is accurate. But there's some statistic there out there that like in your average liter of milk, there's like milk from 10,000 cows or something and I'm making up that number but it's a huge number of cows have like droplets of milk in like a glass that you drink. It's like hundreds if not thousands of cows are in one glass of milk. And it used to be like one cow or five or because it came from a farm that only had 20 cows, you know, and they used to be with wet nursing of Women it would be like one woman to one baby. And then before the industry totally collapsed, women were hired to be giving milk to like these milk banks. So then you would have like the milk of hundreds of women going into one bottle of milk for a baby. And it's like a depersonalization both of like the women and the cows, that's happened over time. So the technology has, depersonalized the experience, it has, it has increased the separation from the body the substance comes from and the person consuming it from it used to be a very personal relationship, like one to one one cow to one mouth or one woman to one baby. And now it's like this faceless, nameless conglomerate of beings. And I think that that helps the average person feel an emotional distance from the exploitation that's going on because it's, we're so divorced from the individual animals that are being exploited. And I think there's It's something interesting there and

Maria R Carreras 43:02

This wet nurses with paid jobs do you think that this is a global thing or just in the US or also in Europe global?

Tobias Linné 43:17

You're expert but yeah, I would definitely say

Iselin Gambert 43:20

global and for thousands of years I mean women there's like a witnessing industry that goes back to like, thousands of years ago.

Maria R Carreras 43:29

I've been just struggling with this issue, like this, this dilemma amongst vegans because some vegans make this comparison between rape, like in a human woman being rape, and the raping of cows. What are your thoughts about this?

Tobias Linné 44:36

all these uses? super interesting question. The gender sex thing we've been talking about, maybe you want to say something about that. But I just want to say about the use of rape and the word. I mean, I had a very interesting discussion two years ago with with some famous animal studies scholars, Carol Adams was one of them. And she maybe I

don't remember correct, but I mean, I think that she in her earlier writings, she'd used the rape analogy. But now, she said she wouldn't use it. Because she felt it was. I mean, maybe you shouldn't quote me on this because I mean, I don't know but the discussion we had, I don't know who said what, but the discussion we we had was that that's actually not a good way to write about this because like it's just problematic like you say, to to assume to compare Whatever like, right, I mean, of course, we can see the similarities. But,

Iselin Gambert 46:07

It's like comparing human slavery

Tobias Linné 46:09

It is and unless, like, yeah, it's problematic to to use that word and I really. And the reason like as I remember if the reason that Carol Adams had used it, and she explained to me was that when she had like, visited these farms and interviewed farmers or whatever she had done, they had talked about, for example, the place where they inseminate the cows as the rape rack, like there's like a place where the cows are tied or whatever. And that's a different thing, I guess. Because if it's, if this is what it's called, among the workers, if it's called the rape rack, or if they talk about this right, then of course, that's a different thing, then we comparing it to rape. That's not saying then we just you Are we just, like show what these people that they are like thinking about it as rape? Maybe? Are they talking about us? Right? I mean, if they do, then then we have to like mirror that right in our analysis, but I don't, I don't see what we as critical animal studies scholars can gain from. I just, I don't if it's, it can it can lead us so wrong? I think so I wouldn't use it personally.

Iselin Gambert 47:30

I agree. I also think and I'm so not to contradict what you're saying at all, I agree with it. 100%. But just to maybe clarify, in my mind, I think that you, I think that critical animal scholars probably are doing themselves a disservice not to make the connections between exploitations that the underlying existence of exploitation of female bodies like that's, that happens in a patriarchal society, that happens capitalism, the saying, you know, this is rape and so is this or this is slavery and so is this and saying like human slaves are like cows, I think that's problematic. And it's... I don't think it's problematic, though to send I think it's necessary to say, patriarchy, capitalism, you know, these different forces create exploitation and oppression that manifests in these particular ways for humans in these ways for cows in these ways for zoo animals in these ways, whatever forced, forced insemination is a reality, like maybe we shouldn't use the word rape, but it's forced insemination, like are those cows asking to be inseminated? arguably, they're not. Right. And so I think that there's a very delicate line that you have to walk to be respectful and agree 100% without to be said. I think it's problematic and probably unproductive and probably dangerous to start making these comparisons as if they're one to one comparisons, but I think it's equally problematic to not recognize the underlying existence of, of the way that bodies are being exploited by these huge industries by capitalism by patriarchy, and there's interesting scholarship like by I'm thinking like Sista Vegan and there's like black feminist vegan scholars that write about this, this this question of like, the slavery question. And I would look to those scholars and see how they talk about it because they've done a lot of really important thinking about so I would say rather than not talk about it, because it's very tricky, I would say to talk about it, but really think about like the words that you use, maybe you're explaining like, what your framework is. We gave a talk about... because we do make, we do talk about exploitation of like female bodies in the dairy industry here. And non human in the milk industry. And we got a question after from a very thoughtful, very, like respectful question, but the person was saying like, Oh, isn't it potentially problematic to, you know, sort of conflate sex with gender in this conversation? And it's not that we had not thought about it before, we had, but we hadn't thought about making an explicit disclaimer, like we are talking about female bodies of cows, like female bodied cows being exploited in a particular way. And I don't think that, to say that is being disrespectful to trans people, but we have to make sure that we're talking about... I don't know, I don't know if I'm explaining myself well, but I appreciated the question, but that didn't mean I don't think to us that didn't mean we shouldn't be talking about female bodies being exploited, but I think it means we need to make sure we're clear about what we mean when we say that.

Tobias Linné 50:58

How would you approach it Sorry, how would you approach the question of like sex and gender?,

Maria R Carreras 51:06

Hmm I don't know. I still am still thinking about how does it fit with my dissertation...

Tobias Linné 51:22

So would it be a solution to talk about like bodies that are coded as female or something like that. I just Remember this discussion... I mean, I don't know. But I remember this discussion, you know, in, like, when we're speaking of anthropo-

morphism, and, you know, our, our other animals capable of the same emotions as humans. And then I remember we used this disclaimer saying that, you know, feeling some feelings are often coded as a human feelings, you know, that doesn't mean that they are only human being they can also be that they are seen and coded and understood as you can feel. And I guess that could be a way of thinking this, you know, this is what we as humans has constructed as female traits, like as natural, whatever biological ideas about gender and sex that we have, but it's not necessarily that these are by essential like it's a question of like, essentialism right? Are these feet properties now. But I mean, they're coded as female. Yeah,

Iselin Gambert 53:07

The way that you're coded in the dairy industry as meat, female or male as a matter of like life and death, because either you're coded as female and you're going to your reproductive system will be exploited until you're killed, or you're killed soon after birth, because you're male. And so I do think that it's, it would be problematic to not recognize that and even though like as feminists and somebody I personally believe like that says biological sex and gender don't have to have anything to do with each other. I mean, this is my poster like, and I don't, but I also feel like but what Tobias said like when you're born into the dairy industry as cattle, you're coded as one or the other, and that has implications. Yeah, massive implications that I don't think we can ignore in this discussion.

Tobias Linné 53:56

Yes, I think you're you're I mean, what's happening is that the Animals are placed in a category. And there's no, there is the male, the male animal category, and there's the female animal category. And I mean, we're not saying that these are like the correct, but that's how they're placed. That's the you categories that we humans make up for them. And those are pretty much in line with how we categorize people as either male or female, which is, of course, something we want to question and that I personally believe we should be questioning. And so I think is a relevant question for for animal studies. And I mean, so now you're, you're going into the intersection of, I guess, Queer Studies and queer theory and animal studies and critical animal studies and that's super interesting field where a lot of stuff is happening.

Maria R Carreras 54:52

Okay, and I have another question is different. How about For example, is there anyone who has looked at the other problematic subsidies from an anti speciesist point of view?

Tobias Linné 55:16

Not that I'm I mean, I know that a lot of people that are working in the dairy industry use, you know, this discussion about subsidies as background to show the absurdity of the dairy industry. To my knowledge there. I can't think of any one that has like specifically focused on the subsidies from this critical animal status perspective. But of course, it's there in the background because it shows you know, how this system is upheld by governments and an influential lobby groups, etc. But person, Hannah. The journalist, I know she did a lot of research into the Swedish system for subsidies. And what's funny about it It's really hard to find. I mean, I have been trying to find out how it works. And it's very, very complex because it's, yeah, it's like, it's not only happening on national level because it's on the EU level. And you know, everything. EU is so complex and so many. So is that I mean, I haven't I mean, I've looked several times I haven't been able to find like, one single figure for exactly how much you know, money is spent on dairy subsidies in Sweden. I can't find that statistic. But But I mean, maybe I haven't talked. I mean, maybe if you would talk to some people at the agricultural department, whatever. Department of Agriculture. They could they would tell you about. Yeah, yeah. I think it's it's hidden, like I guess enough subsidies. I mean, we all know that the meat industry is usually subsidized. How much I mean, I have no idea.

Maria R Carreras 56:57

I have to go through these

Tobias Linné 56:59

I mean, you should be able to find somewhere but about but you have talked to the journalist Hannah, I would ask her specifically about that.

Maria R Carreras 57:10

There are authors focusing on the more political side of all this. For example, Corinne Pelluchon. Her point would be to turn this subsidies into subsidies to, to reconvert the industries into ones without animal exploitation...

Tobias Linné 59:08

That's a great I mean, I think both I can speak for the both of us that we don't hate farmers. I don't know if you hate. No, we don't hate. I mean I I don't hate farmers actually, as I've told you many times, like, whenever I go to do these interviews with farmers, I'm always like, first of all, I'm only super scared that they find out I'm vegan. But then I realized that these are like, do some evil people, you know, they are actually victims as well. Like, I mean, they and I think that's a case. I mean, and then of course, the free choice to do this, I guess in a way as much as we all have a free choice but but yeah, definitely say that's the way to go. And that's for me like that's my animal politics, right that I mean, I don't hate people. I don't like Don't think that people are evil and they're doing the things like, because they're evil people and that, you know, the solution for us vegans animal rights is to hate them. But I think that we need to make them understand our position and why it's important for us and we how we want to be able to help to help them change and, like convert their farm to other So no,

Iselin Gambert 1:00:27

I, I mean, I'm like I said like I'm, I'm related to a, like a dairy farmer and and i actually, I've spent a lot of time with a number of dairy farmers and I've seen at least the ones that I've met in Norway's tiny subset of the like, it's and it's just anecdotal. But, I mean, these really are, quote unquote, animal lovers as much as the next person that considered as much as much as the next omnivore that considers themselves an animal lover. I think The main difference between the farmers that I've met and myself is not so different than the main difference that I see in all of my friends and relatives that are omnivores and myself, which is that they, as much as they love animals don't see a problem with owning them as property and using them as commodities. And I do and I don't think that that matters, like to be a dairy farmer, or a meat farmer or a person that works in an office from nine to five but eats eggs, milk and meat and dairy. I don't think those are very those people all share a baseline view that it's okay to own and exploit animals. And I don't, so I sort of see that is the distinction not like farmers against other people. It's sort of like omnivores against vegans, I guess maybe you could say or, but yeah, like I agree with to be us like I don't I think farmers, a lot of them Really awesome people, maybe most of them, I don't think that that's it doesn't it's not very helpful, I don't think to like make them out as like some kind of bad guy. It's like the system like both capitalism and like the system of viewing animals as as like objects of exploitation that I think it's the problem,

Tobias Linné 1:02:19

then I don't consent with what they do. I mean, I think they are exploiting animals, like there's no question about it. But But I mean, I don't think the solution is like blaming them or hating that hating on them, or we need to find out our other ways.

Iselin Gambert 1:02:37

And they're only going to be motivated to shift away from being dairy farmers to being old farmers, if also our friends and family that eat dairy are motivated to drink oat milk instead. I mean, so it's like the whole society has to shift

Tobias Linné 1:02:52

Exactly and I think that's a good point, you know, like, are the producers the problem or is it the consumers I don't want to. I mean, I would say that it's both. But I mean, if you would, if you would talk to like the dairy industry, and they could have this, I think they had it almost in that debate, you know, this defensive position that, you know, as long as people are want to want to buy our products, we're going to keep producing it. If people stopped buying, then we'll happy to do anything else like, and I think that's not, you know, that's not a solid argument all the way. But, of course, there's something to it. That you know, it is a problem of consumers, it is a problem of every people. So, I mean, if we're going to hate dairy farmers, we there's, yeah, then we can just hate everyone who drinks milk. Because they're ethically there's no difference to what they do. They're both part of and multiplication in one way or another. Okay, okay.

Maria R Carreras 1:04:41

What do you know about campaigns like Februdairy?

Iselin Gambert 1:04:42

Februdairy. I mean, I only know it it's like an Instagram like campaign was sort of like the January you know about began Yeah. I don't think I know so much about it, other than I see it as like a social media campaign. But I don't know if you have a particular question. Question about it. I don't know. And

Maria R Carreras 1:05:02

It seems a battle of rhetoric since since it was the dairy industry who started....

Tobias Linné 1:05:34

Yeah, I think it's interesting and I can send you I sent you. I got from the Danish friends that was in Copenhagen equipment. She sent me like a new campaign that all of the Danish dairy industry has in Denmark. And it's supposedly says that, you know, I show it to you, but it's in a campaign against planned milk basically, it says like, without milk, there's no nutrition like without real milk, and it wants to pay no milk without milk or there's anything that's called no milk without milk. And then it says like, it paints, you know, vegans as like, we're not, like, sort of like presenting fake news. So that fake information about nutrition and you know, it's really interesting because for me it also I mean, the very fact that the dairy industry is like putting out this huge advertising campaign is of course a sign that there are really threatened and a lot of a lot of people I think it's getting to they're getting to realize now that you know, they have like a problem with because it's always been like the idea that milk has been good for you good for your body has always been the main argument. The consumption of milk. And it still is. I mean, I was talking to some of our Chinese students, and we were asking them about milk. And I was telling you that I would love to do an interview with these people about how it is about milk in China. And they were all telling me that you know, how they were told to drink male gaskets, because they could become strong and like, look like Westerners. So yeah, and one one also told me that her mom told her to drink milk when she was little, too not so that she would be lighter, like more pale, because she was dark as a kid. So I mean, there are all these ideas about milks magical. We could see that in that film, the film documentary film, like the white, Aleksey or like there's this mythological way of thinking about

Iselin Gambert 1:07:54

I Think it's not milk without milk campaign. Just came out in Denmark fascinates me because the European Union prohibits plant milk from using the word milk on its packages so you have only drink or soy beverage you're not allowed to call it milk here. And in the United States, you'll have the same rhetoric it's not milk without real milk or whatever. But they're there's they're really threatened by the use of the word that's still the word milk is a battleground. Here the word is not a battleground, but it's still a battle between plant and dairy milk. And I find it so interesting that even the dairy industry won the rhetorical battle over the word milk 30 years ago in the European Union, but they're still fighting this battle. So it's just interesting that in the US their death, the dairy industry is desperate to hold on to have exclusive rights over the word milk. Like that's gonna solve their problems. And we see like with this campaign in Denmark, really it's just shifting the problem to the underlying problem. Which are all the other reasons why dairy milk is under threat and I find it really interesting. It's super interesting.

#### **1.4. Expertas en lobbies**

1) Anónimo: Experto en lobbies que no desea revelar su identidad.

Medio: Intercambio de correos electrónicos. 9 y 10 de abril de 2018.

Este entrevistado cuenta con experiencia profesional haciendo lobby para una patronal de la industria farmacéutica cuyo nombre no desea detallar.

María R. -¿Cuál es tu relación con los lobbies europeos?

Jaime. -He desarrollado mi labor en una patronal de la industria farmacéutica (y ahora en una compañía) desde 2007, como técnico de asuntos públicos de asuntos internacionales. Mi labor consistía, como lobista, en recopilar y trasladar los intereses del sector a las instituciones correspondientes, muy especialmente durante los procesos de cambios legislativos que afectan a los intereses del sector. Fundamentalmente pueden pasar dos cosas: que se revise una legislación ya existente (se

“abre” una Directiva o Reglamento para revisión), o se inicia una legislación desde cero porque el desarrollo social/económico/tecnológico provoca que el marco legislativo quede desfasado (p.ej. protección de datos de carácter personal en el contexto de la sociedad de la información, redes sociales y big data...).

En estos casos, a lo que nos dedicamos es a dar la tabarra a quien toque. De forma muy básica, el poder legislativo lo tiene la Comisión, que es quien propone cambios o nuevas leyes. Son funcionarios que ascienden por oposición (menos los Comisarios, que son puestos políticos y por país, aunque ahora pasen un proceso de selección que es más bien una farsa, pero bueno), así que sobre ellos se puede influir con capacidad limitada, y casi siempre con un aluvión de datos, temas técnicos y racionales que justifiquen el cambio de una y otra ley/artículo/enfoque.

Cuando se inicia un proceso de estas características, de hecho, se abre siempre una consulta pública con la sociedad civil y empresas, y las posiciones comunes de los sectores pueden remitirse a través de herramientas electrónicas (a través de las propias páginas web), que además suelen hacerse públicas, pero lo que funciona de verdad son las reuniones personales, y explicar las posiciones de una y de otra de forma personal. Ten en cuenta que suelen ser temas muy complejos, y que van mucho al detalle, y muchas veces las posiciones sobre un tema abarcan un espectro amplísimo, con interlocutores autorizados en cada parte del espectro, y cada una con sus razones.

Aquí una muestra de las consultas en medio ambiente, por ejemplo...  
[http://ec.europa.eu/environment/consultations\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/consultations_en.htm)

Una vez propone la Comisión, empieza un proceso de co-decisión entre el Parlamento Europeo y el Consejo, que representa a los Estados Miembros. Al final, los Miembros del Consejo son los Gobiernos de los países o sea que las acciones para influir normalmente se hacen a nivel nacional, para que trasladen la posición en Bruselas. Existen lo que se llaman “representaciones permanentes”, que son la oficina del Gobierno de un Estado Miembro en Bruselas pero, salvo casos excepcionales, reciben órdenes desde aquí. Aquí la española:

<http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/EspanaUE/es/Representacion/Paginas/inicio.aspx>

Total, el salseo bueno está en el Parlamento, que tiene a los diputados que elegimos cada cinco años, puedes ver la composición aquí, que variará con el Brexit:  
<http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/es/20150201PVL00010/Organizaci%C3%B3n-y-funcionamiento>

Antes no tenían ningún poder pero ahora, a través de la co-decisión, todo lo que sale de la Comisión, lo pueden revisar, enmendar, devolver a la Comisión y así hasta tres veces y, una vez se alcanza una solución de consenso más o menos, a ponerse de acuerdo con los Estados Miembros en los llamados “trilogues” (Parlamento/Europeo/Consejo) (yo pregunté a Fundeu y me dijeron diálogo a tres bandas como traducción).

Los Europarlamentarios son una casta especial, compuesta de viejas glorias políticas a las que mandan a Bruselas como cementerio de elefantes, gente súper joven y sin experiencia, y algún político con experiencia local que se encuentra metido en esa macro institución, cobrando 22.000 € al mes (sí, has leído bien), y con capacidad para nombrar y dar un buen sueldo hasta a tres asistentes. Son MUY fácilmente influenciados a título individual por afinidad personal, patriótica, cultural, pero, al haber tantos, hay que localizar liderazgos que te garanticen que se cambia el sentido del voto de un grupo político entero, comité (el Parlamento se organiza en Comités por temas), o grupo ad hoc formado por eurodiputados con una posición similar sobre un tema. Es pesado pero fácil acceder a ellos, todos tienen perfiles personales en la página del parlamento con sus datos de contacto, y es cuestión de insistir.

María R.-¿Podrías hablarme de los lobbies pro-animalistas en España y Europa?

Anónimo.-El más conocido es el Eurogroup for Animals, y en España el PACMA y en ocasiones Equo pero, si te digo la verdad, no estoy muy familiarizado (aunque debería) con su trabajo específico en Bruselas.

Aquí tienes algunas posiciones del Eurogrup, que aglutina a los principales lobbies nacionales, tira de esta da: <http://www.eurogroupforanimals.org/> <http://www.eurogroupforanimals.org/list-of-members>

María R.-¿Me podrías dar más información sobre personas y agrupaciones concretas a las que crees que debería prestar especial atención?

Anónimo.-Alguien que sí está ya en el Parlamento Europeo es Anja Hazekamp, del Partido por los Animales holandés. Su Facebook es <https://www.facebook.com/anja.hazekamp> y seguro que atiende a tu amiga, sin problema. Si no lo hace, por algún motivo, vuélveme a escribir y ya vemos lo de contactar con alguien de PACMA.

Lobbies de industria láctea, y lee este artículo si no lo viste en su momento :)



[https://www.elconfidencial.com/empresas/2017-06-08/leche-sanidad-industrias-lacteas-super-bebidas-vegetales\\_1391374/](https://www.elconfidencial.com/empresas/2017-06-08/leche-sanidad-industrias-lacteas-super-bebidas-vegetales_1391374/)

Están agrupados como INLAC en España <http://www.inlac.es/> y son miembros de la European Milk Board para sus acciones en Bruselas: [http://www.europeanmilkboard.org/en/home.html?no\\_cache=1](http://www.europeanmilkboard.org/en/home.html?no_cache=1)