



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

CARRERA DE PERIODISMO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

TEMA:

**EL ESPECISMO EN LOS MEDIOS ECUATORIANOS: ENCUADRE INFORMATIVO Y
BARRERAS PARA EL ACCESO A UNA COMUNICACIÓN TRANSPARENTE SOBRE EL
CONSUMO DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

“Comunicación, opinión pública y democracia”

AUTOR:

Kevin Daniel Delgado Vera

TUTOR:

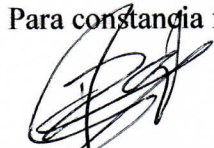
Lcdo. Jorge Guevara Mg.

2025-1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, KEVIN DANIEL DELGADO, portador de la cédula de ciudadanía No. 1313365817, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: "EL ESPECISMO EN LOS MEDIOS ECUATORIANOS: ENCUADRE INFORMATIVO Y BARRERAS PARA EL ACCESO A UNA COMUNICACIÓN TRANSPARENTE SOBRE EL CONSUMO DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL" son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Kevin Daniel Delgado Vera
C.I. 1313365817

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	CERTIFICADO DE TUTOR(A)	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Sociales, derecho y bienestar de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría del estudiante Kevin Daniel Delgado Vera, legalmente matriculado/a en la carrera de Periodismo período académico 2025(1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de ensayo académico, cuyo tema del proyecto es "El especismo en los medios ecuatorianos: encuadre informativo y barreras para el acceso a una comunicación transparente sobre el consumo de productos de origen animal".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 27 de agosto del 2025

Lo certifico,


Ing. Jorge Guevara Chavez
Docente Tutor
Área: Ciencias Sociales

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero darle gracias a Dios que me permitió estar aquí hoy, me dio un nuevo camino, un objetivo de quien debo ser, y el terminar mi carrera es el primer paso en un largo camino que me queda por recorrer, el camino será difícil pero lo disfrutaré como lo he hecho a lo largo de la realización de este ensayo, también le quiero agradecer a mi mamá, la mujer que me ha empujado a retomar mis estudios, ser un profesional y dedicarme de lo cual ella pueda sentirse orgullosa, verme en un lugar alto ha sido uno de sus más grandes sueños, y estamos cerca de lograrlo, también quiero agradecerles a todos los docente que me enseñaron algo en esta carrera que me llevará a mi vida profesional y personal también, de ellos pude aprender la dedicación y el amor por la docencia, que es algo que un día haré también, si así lo quiere Dios. Por último y no menos importante quiero darme las gracias por seguir adelante, por estar aprendiendo de mis errores, por cada día ser más responsable y más disciplinado para conseguir lo que quiero, por esforzarme para ser más fuerte y acercarme más a Dios.

DEDICATORIA

Quiero dedicarle esto a Dios, ha sido quien no me ha soltado en todo este tiempo, quien ha sido en donde me he refugiado cuando no me siento fuerte, quien me ha ayudado a través de un ángel que aún vive en la tierra, la cual es mi mamá, para ella también va dedicado esto, ella es la que siempre ha estado allí, la que quiere verme bien y mejor, la que quiere que me supere en todos los aspectos de mi vida; para ella va dedicado también, y por último para mis dos angelitos que me cuidan desde el cielo, por ellos también estoy aquí. Esto va para hacer sentir orgulloso a mi entorno, mi familia y amigos.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	8
Abstract	9
Introducción	10
Desarrollo Temático	12
Especismo: definición y manifestaciones	12
El encuadre informativo especista en los medios	13
Barreras para una comunicación ética y plural sobre el consumo animal	15
Rol de la publicidad, intereses agroindustriales y autocensura periodística.	16
Exclusión de voces disidentes (activismo, ciencia crítica, ética animal).....	19
El discurso como práctica social.....	26
El discurso como práctica social (con ejemplos de medios ecuatorianos)	26
Los medios como aparatos ideológicos	32
CONCLUSIONES	35
BIBLIOGRAFÍA	36

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura 1.....	26
Figura 2.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3.....	28
Figura 4.....	29
Figura 5.....	30
Figura 6.....	30

Resumen

Este estudio analiza el encuadre informativo del especismo en los medios ecuatorianos, con el objetivo de identificar las barreras que dificultan una comunicación transparente sobre el consumo de productos de origen animal. A través del análisis del discurso y el enfoque de la teoría crítica, se examinan reportajes de prensa y material audiovisual como por ejemplo de los medios escritos y medios audiovisuales de Ecuavisa y Teleamazonas. Los resultados evidencian un patrón de invisibilización del sufrimiento animal y una naturalización del consumo de carne y derivados. Se concluye que los medios reproducen estructuras especistas al omitir perspectivas contrarias a la del discurso dominante y limitar el acceso a información ética sobre el trato a los animales.

Abstract

This study analyzes the framing of speciesism in the Ecuadorian media, aiming to identify the barriers that hinder transparent communication about the consumption of animal products. Through discourse analysis and a critical theory approach, press reports and audiovisual materials, such as those from the print and audiovisual media of Ecuavisa and Teleamazonas, are examined. The results reveal a pattern of invisibility of animal suffering and a naturalization of the consumption of meat and meat products. It is concluded that the media reproduce speciesist structures by omitting perspectives contrary to the dominant discourse and limiting access to ethical information about the treatment of animals.

Introducción

¿Te has preguntado porque un perro heroico como Krypto en la reciente entrega de superman te conmueve y se convierte en un fenómeno mundial, pero millones de animales en granjas industriales ni siquiera son noticia?; Los medios de comunicación tienen un peso importante con respecto a cómo se construyen y transmiten las ideas sobre la sociedad, la cultura y la política en la actualidad. No solo informan, son agentes activos en la configuración de percepciones, valores, comportamientos y actitudes de quienes los consumen. Y cuando el especismo se manifiesta en ellos, no solo se normaliza la invisibilidad de los animales no humanos, sino que se capitaliza con el sufrimiento, al presentar una empatía selectiva donde sin darnos cuenta dormimos en la costumbre soñando con ética.

A menudo en Ecuador los medios de comunicación reproducen narrativas especistas al abordar el consumo de productos animales; exponiendo esta práctica como algo normal, sin dar espacio a las voces que debaten el uso de los animales como comida y proponen formas de alimentación más éticas y sostenibles. Para ilustrar esto, podemos mencionar el reportaje efectuado por la revista Impacto, donde la nota periodística destaca como positivo el desarrollo económico del sector ganadero, su contribución en las fuentes de empleo, a la vez que menciona la creación de una escuela de ganadería sostenible que reducirá el impacto ambiental generado hasta ahora por prácticas nocivas imputadas “a pequeños productores agropecuarios, que degradan el suelo, mantienen una mala gestión nutricional, sanitaria y reproductiva del ganado”

(Valarezo Luzuriaga, 2024)

Este continúa exponiendo, como la academia ayudara a optimizar y maximizar los resultados para entregarle al consumidor un cárnico de calidad. El enfoque positivo de la cobertura radica en limitar las ventajas al confort del hombre, dejando de lado detalles sobre las

condiciones que padecen los animales en las granjas, no se abordan las actividades específicas que se están tomando para salvaguardar su bienestar, ni como esta supuesta eficiencia podría agravar los riesgos para seres vulnerables., sícicamente en el texto se justifican actos de crueldad de los ganaderos como falta de “capacitación”, presentándolas como consecuencias no intencionales en lugar de reconocerlas como lo que son, la contravención al derecho de un animal sintiente no humano.

La postura central de este ensayo argumenta que el especismo constituye una opresión, trasladado a los medios de comunicación, constituye una narrativa que sesga el dolor “si un ser sufre, no puede existir ningún tipo de justificación para rechazar que ese sufrimiento sea tenido en cuenta” (García, 2020, p. 108a). Visibilizar el sufrimiento de otros seres vivos permitirá a los individuos empatizar con la problemática y tomar mayor conciencia colectiva, que posibilite cuestionar actuales hábitos y plantear posibles soluciones como sugiere Singer, permitiendo así “continuar con el uso de animales desde un punto de vista instrumental, pero procurándoles las mejores condiciones para llevar una vida lo menos dolorosa posible a través de un mayor respeto de sus necesidades y conductas naturales” (García, 2020, p. 108b).

Para comprender el especismo en los medios ecuatorianos se abordarán los siguientes aspectos, estructurados en tres secciones. Primero, la contextualización del especismo y el encuadre especista en los medios ecuatorianos. Luego se describen las barreras para una comunicación ética y diversa sobre el consumo animal, y, finalmente se examinan los aportes desde el análisis del discurso y la teoría crítica, con el objetivo de reconocer las estructuras de poder que perpetúan la discriminación de especies y de explorar vías para una comunicación más equitativa e inclusiva.

Desarrollo Temático

Especismo: definición y manifestaciones

El término especismo fue creado por el psicólogo británico Richard Ryder en 1970 y ganó popularidad gracias al filósofo australiano Peter Singer (1975) en su libro “Animal Liberation”. Se trata de una forma de discriminación basada en la especie a la que se pertenece, que da prioridad a los intereses de los humanos frente a los de los animales no humanos. Esta jerarquía especista no está fundamentada en criterios éticos, sino en una visión antropocéntrica que considera a los humanos como el centro del valor moral, y a los animales como objetos, recursos o mercancías.

Desde el punto de vista ético, el especismo está muy relacionado con otras formas de opresión como el racismo, el sexismo o el clasismo, ya que todas implican negar derechos y tratar como instrumentos a quienes se consideran "inferiores", solo por ser de otra raza, género o clase social. Singer plantea que el criterio relevante desde la ética debe ser la capacidad de sufrir, no la especie a la que se pertenece. Por eso, el sufrimiento de un animal debe tener el mismo valor moral que el sufrimiento humano, en igualdad de condiciones (Leyton, 2010, pág. 15).

“Si llegamos a la adultez con posturas morales excluyentes es porque nunca se ha deseado llegar a una etapa superior de reflexión ética” (Rivera, 2022), dado que, el especismo es una postura moral que se socializa, los individuos han llegado a internalizarla, debido a que no se esmeran en reflexionar lo que consideran bien o mal, por comodidad., continuando sin pensar críticamente sobre derechos o principios universales, únicamente se sigue eligiendo hacer lo aprendido.

La autora Joan Dunayer (2001, como se citó en Jacob, 8-14 de noviembre 2004) en su obra "Igualdad Animal: Lenguaje y Liberación" profundiza en esta crítica al especismo desde el

lenguaje, mostrando cómo los medios, las leyes y las instituciones normalizan la violencia contra los animales no humanos usando eufemismos y términos que los despersonalizan (como "ganado", "carne" o "recursos naturales")., este lenguaje especista ayuda a ocultar la opresión animal y dificulta que se entienda éticamente la relación entre especies.

El especismo se manifiesta tanto en lo cotidiano como en lo estructural. Aparece en prácticas culturales como el consumo de productos animales, los espectáculos con animales, la experimentación científica o la educación especista, que refuerza la idea de que los humanos son superiores desde la infancia. También se refleja en los medios de comunicación, que muchas veces justifican la explotación animal con discursos que la naturalizan, publicitan o la apoyan en textos científicos.

En el marco del estudio, es fundamental entender el especismo como una ideología que influye en cómo se representan y encuadra informativamente el consumo de productos animales. Analizarlo desde una perspectiva crítica ayuda a mostrar las barreras simbólicas y narrativas que dificultan una comunicación más justa, ética y transparente hacia los demás seres vivos.

Desde esta mirada, el especismo funciona como una forma de poder que justifica el control humano sobre otras formas de vida, y que muchas veces perjudica el medio ambiente y los principios de justicia básica. Por eso, analizar el especismo en los medios ayuda a entender cómo se crean narrativas que aceptan y normalizan esta forma de opresión.

El encuadre informativo especista en los medios

Los medios de comunicación no operan como una reproducción objetiva de la realidad, en cambio ejercen un proceso de selección de datos, donde eligen qué hechos contar, cómo destacarlos y desde qué perspectiva abordarlos. Esta manera de organizar y presentar la

información se conoce como encuadre informativo y posee un impacto directo en cómo las personas interpretan los acontecimientos de su entorno.

El concepto de encuadre o framing, describe la manera en que los medios seleccionan ciertos aspectos de la realidad para destacarlos sobre otros. Los encuadres especistas suelen enfatizar el consumo de productos de origen animal como parte de la tradición, el desarrollo económico o la identidad nacional, dejando fuera informaciones relativas al sufrimiento animal, el impacto ambiental o las alternativas veganas.

Los medios de comunicación no solo informan sobre la realidad, sino que contribuyen activamente a construirla mediante procesos de selección, énfasis y omisión. En este sentido, el encuadre informativo (framing) se refiere a la manera en que los medios organizan y presentan los hechos, influyendo en la interpretación pública de los mismos. Cuando este encuadre reproduce estereotipos, omite perspectivas críticas o legitima formas de violencia, puede actuar como un dispositivo ideológico que influye en el pensamiento crítico y la opinión pública mismos (Entman R. M., 1993).

Los medios de comunicación tienen un papel importante en normalizar el especismo. Esto se aprecia cuando denominan a los animales “recursos”, “productos” o “ganado”, lo que hace que pierdan su identidad como seres vivos. También sucede cuando no muestran el sufrimiento que padecen en las industrias que los usan, o cuando presentan el consumo de carne como algo común y natural. Además, las ideas que buscan acabar con esta explotación suelen ser vistas como radicales, extremistas o poco viables.

Esta narrativa robustece y pone en evidencia una manera de pensar especista, contribuyendo a que la opinión pública acepte el escenario actual. Por ejemplo, en las noticias

acerca de la ganadería, en raras ocasiones se informa sobre las condiciones en las que viven los animales o del daño al medio ambiente que causa la ganadería. Por el contrario, se centran en argumentos como la economía o el empleo. De manera similar, en los espacios gastronómicos, los animales se exhiben solo como ingredientes, ignorando que alguna vez fueron seres sintientes, reforzando la idea de que son simples mercancías.

Desde una mirada crítica, este tipo de mensajes forma parte de un sistema que pone a los humanos en el centro y exceptúa las voces que cuestionan la explotación animal. La teoría crítica dice que los medios pueden mantener o desafiar el orden vigente; en el caso del especismo, los medios podrían ayudar a cambiar las ideas que justifican la importancia o valor moral a la vida de unas especies sobre otras, si se promueve una comunicación ética. Pero los intereses económicos y culturales que dominan los medios suelen favorecer que todo siga igual, dejando fuera las voces que quieren un cambio (Fraga, 2022, pp 81-83).

Barreras para una comunicación ética y plural sobre el consumo animal

Buena parte de los ingresos percibidos por los medios de comunicación provienen de los anuncios publicitarios, en particular por compañías vinculadas al sector agroindustria y alimentario., mismas que en su línea argumental evitan cuestionar la crueldad detrás de dichas actividades. De esta manera, el consumo de productos animales se muestra como algo habitual o positivo, mientras que las críticas éticas o ambientales rara vez encuentra cabida.

A ello se suma, que los medios buscan captar la atención rápido, prefiriendo historias emocionales o simples, dejando fuera temas complejos como justicia entre especies, sostenibilidad o salud pública. Las ideas veganas o antiespecistas a menudo se ven como extremas o pasajeras, lo que dificulta comprenderlas bien.

En las escuelas de comunicación de Ecuador, a pesar de brindar pensum académicos con materias de ética y moral, pues se asume que un periodista deberá informar con veracidad y transparencia, poco se ahonda en debates críticos en relación con el especismo o las contradicciones éticas de la labor. Por eso, quienes se forman como comunicadores no suelen cuestionar las reglas que guían cómo se habla de los animales, y terminan repitiendo una visión centrada solo en los humanos. Además, los espacios donde se debate o se opina suelen estar dominados por voces oficiales, como las de instituciones o empresas, esto deja fuera a activistas, investigadores críticos y expertos en ética ambiental, lo que limita la diversidad de opiniones. Sumado a esto, también se añaden los riesgos reales de vislumbrar verdades incómodas con un periodismo honesto, donde lastimosamente los autores pueden enfrentar desde exclusión laboral hasta riesgos de violencia por denunciar la corrupción del poder.

Por todas estas razones, para tener una comunicación más justa y abierta no basta con cambiar los medios, sino que también hay que transformar la cultura que los rodea. Es necesario incorporar más justicia entre especies, transparencia y variedad de voces.

Basta mirar el caso de otro país para saber que se puede iniciar el cambio con pequeñas iniciativas, por ejemplo, en Estados Unidos se da el “proyecto Animals & Media, impulsado por las profesionales Debra Merskin y Carrie P. Freeman, su propósito es promover guías de tratamiento apropiado de seres vivos no humanos en el periodismo, la publicidad y demás contextos de la comunicación” (Animals and Media, 2021).

Rol de la publicidad, intereses agroindustriales y autocensura periodística.

Una de las barreras más grandes para tener una comunicación ética y plural sobre el consumo de productos de origen animal en Ecuador está en la relación entre la publicidad, los intereses de la agroindustria y la autocensura que se da en el periodismo ecuatoriano. Estas

dinámicas no solo afectan lo que se informa, sino que crean un ambiente mediático que protege los intereses del modelo productivo dominante, muchas veces en perjuicio del derecho de la gente a recibir información completa y verdadera.

La publicidad es una de las principales fuentes de dinero para la mayoría de medios, tanto públicos como privados. Entre los anunciantes más importantes están empresas del sector cárnico, lácteo, avícola y pesquero, que financian buena parte de lo que se transmite., de acuerdo con datos de proyección de Infomedia en el 2022 en su “Reporte Infonews/No.33/Septiembre 2023” la categoría de Supermercado figura como el tercer mayor anunciante, este reporte proyecta que para agosto del 2023 el rubro de La Corporación Favorita donde destacan productos de los sectores que comercializan con animales representaría el 3.4% de la inversión publicitaria nacional del Ecuador (Infomedia, 2022, diapositiva 3-4).

Otro dato que continua con el hilo argumentativo sobre la hipótesis es el contexto del mercado publicitario ecuatoriano, los medios tradicionales mantienen una sólida presencia, dominando con un “68% de share de mercado en 2023, observándose una tendencia mixta en los ingresos por publicidad, entre lo tradicional y la publicidad en redes sociales y video digital que muestra un crecimiento significativo, con aumentos del 24,6% y 7,4% respectivamente” (Adlatina, 2024).

De igual manera durante el 2024, la inversión en publicidad digital en Ecuador “alcanzó los USD 720 millones; el análisis sectorial revela patrones diferenciados en la adopción del marketing digital en Ecuador. En el sector comercio, el 81% de las pymes utilizaron redes sociales como principal canal de venta” (Molina, 2025).

La correlación entre todos los datos expuestos anteriormente radica en el crecimiento sostenido de la inversión publicitaria en los medios de comunicación en Ecuador y el liderazgo de empresas alimentarias como principales anunciantes. Revelando así una posible dependencia, donde la sostenibilidad económica de los medios se sustenta en parte, de las pautas, condicionando potencialmente su enfoque informativo.

Este vínculo económico genera una dependencia que limita la libertad editorial para tratar de forma crítica los impactos sociales, ambientales y éticos que tiene la producción y consumo de productos animales. Estas industrias usan campañas publicitarias que asocian el consumo de carne, leche o huevos con salud, tradición, progreso o identidad nacional. Tales ideas se mezclan con el contenido periodístico de manera casi invisible, creando una combinación entre información y publicidad que favorece la visión de la industria al cosificar a los animales no humanos mediante el vocabulario sin permitirles una representación justa de los intereses de los mismos.

En este contexto, los periodistas y editores suelen evitar hablar de temas que puedan molestar a quienes pagan la publicidad o que sean polémicos. Esta autocensura no viene de órdenes externas, sino que se convierte en una regla no escrita para que el medio siga funcionando.

En Ecuador, esto se nota en la poca crítica hacia la industria ganadera y avícola, aunque la misma tiene impactos nocivos en el medio ambiente. A nivel mundial, los sistemas alimentarios son responsables de cerca del “30% de las emisiones antropogénicas actuales de gases de efecto invernadero (GEI) que impulsan el cambio climático; la producción de carne se vincula a la deforestación, la disminución de la biodiversidad y un elevado consumo de agua” (National Geographic, 2024).

En contraste, hay muchas noticias que hablan bien del crecimiento del sector, la calidad de sus productos o sus avances tecnológicos, sin mostrar los problemas éticos o ambientales.

Otra situación que se suscita es que, muchos medios se encuentran en manos de grupos ligados al agronegocio, lo que provoca un choque entre la responsabilidad de informar y el interés de ganar dinero. Por eso, ideas como el veganismo se silencian, se minimiza el sufrimiento animal y se presenta la explotación como algo normal o inevitable, por razones como la cadena alimenticia, razones religiosas como "Dios creo a los animales para eso".

Por estas razones, es importante entender cómo la publicidad y los intereses agroindustriales influyen en lo que dicen los medios. Cambiar esto requiere nuevos modelos de financiamiento, fortalecer la independencia editorial y promover una ética periodística que defienda la justicia y la pluralidad, también hacia los animales., considerando que, en el actual contexto normativo se evidencia una tendencia contraria, prueba de aquello es la (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, Art. 10) - Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones: Referidos a la dignidad humana: a. Respetar la honra y la reputación de las personas; b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y, c. Respetar la intimidad personal y familiar. Donde la lectura del documento nos demuestra una omisión de los derechos de los animales no humanos, abriendo la brecha a que los medios puedan manejar narrativas que vulneren su integridad.

Exclusión de voces disidentes (activismo, ciencia crítica, ética animal)

Una forma clara de especismo en los medios es que se silencian las voces que cuestionan el consumo normalizado de productos animales. Aunque hay más estudios científicos, éticos y

ambientales que alertan sobre problemas en el sistema alimentario, los medios en Ecuador suelen dejar fuera estas opiniones y dan más espacio a las que apoyan a la agroindustria y sectores económicos fuertes.

Esta exclusión afecta no solo a activistas por los derechos animales, sino también a académicos críticos, profesionales de la salud que promueven dietas basadas en plantas y filósofos que defienden una ética más amplia para los animales. Muchas veces estas voces se ven como extremas, irrelevantes o se ridiculizan, lo que ayuda a mantener el statu quo y dificulta un debate público abierto.

Desde el análisis del discurso, esta práctica funciona como una forma de callar ciertos puntos de vista, dando valor solo a los que ven la explotación animal como “natural” o “necesaria” y quitando legitimidad a los demás.

En este sentido, al presente, la voz que suele reaccionar cuando sucede algo que tiene que ver con los animales destinados para la comida, es la organización del Movimiento Animalista Nacional (MAN, 2018), que agrupa a diversas organizaciones y colectivos animalistas. En el 2022, el Movimiento Animalista Nacional colocó una demanda penal contra Teleamazonas (Erazo, 2022). El motivo de la demanda se dio ya que el canal utilizó en su programa Masterchef Ecuador, carne de animales silvestres como capibara, venado, caimán y tiburón. El uso de estos animales para comida está prohibido y es penado por la ley en Ecuador. En la nota se recalcar que Teleamazonas no se pronunció sobre el polémico episodio del programa de cocina, nunca ofrecieron las disculpas pertinentes. (Calle Aviles, 2024, pág. 34)

Además, el activismo antiespecista, que muchas veces queda en espacios “alternativos” o con estereotipos negativos, no llega a los sitios principales de los medios. Esto muestra falta de

pluralidad y dificulta que la gente conozca bien los impactos éticos, ambientales y de salud del consumo de productos animales.

Esta falta de voces diversas va contra principios básicos del periodismo, como la imparcialidad, el derecho a la información y la responsabilidad social. Por eso, sigue una narrativa que mantiene el especismo y dificulta el cambio hacia una comunicación más justa y objetiva.

Y aunque organismos como La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (Agrocalidad) poseen documentos como una Guía de Buenas Prácticas Pecuarias en la producción de carnes (Agrocalidad, 2023), donde se especifican parámetros correctos para el tratamiento de estos seres vivos hasta el momento de su comercialización, la realidad es que se desconoce si los centros de crianza transgreden las buenas prácticas que se promulgan por el organismo de control, pero es un problema que no recibe la misma atención mediática como, por ejemplo, lo recibe la difusión de noticias de restaurantes clausurados por el ARSA debido a la insalubridad; evidenciando la disparidad en la visibilidad según la problemática y sugiriendo sesgos en el control público

Aportes desde el análisis del discurso y la teoría crítica

El análisis del discurso proporciona un marco analítico que permite comprender cómo el lenguaje accede a la construcción de realidades sociales más allá de los reflejos actuales instaurados a partir de disyuntivas o consonancias colectivas.

De acuerdo a Blanco et al. (2005, como se citó en Navarro, 2021) asevera que funcionalmente, el lenguaje es una herramienta que se usa de forma privilegiada para comunicarnos e interactuar con otras personas, mientras que racionalmente, el lenguaje hace referencia al comportamiento que realiza el hablante y el oyente, cuando a través de un

intercambio conversacional, codifican o producen y descodifican o comprenden mensajes lingüísticos mediante la utilización de un código común y compartido. (pág. 13)

Respecto a este tema, no causa asombro que, en el mundo actual, se implanten terminologías que camuflan y disfrazan la realidad sobre el especismo contemporáneo, entre ellas constan: vacas “de leche”, “pollo de engorde” o “ganado destinado al matadero”. El hábito de utilizar este léxico en las prédicas de medios de comunicación se instaure en la finalidad de ejercer un acto discursivo que consiga clasificar las relaciones de poder arraigadas a la estructura socioeconómica que no trate simplemente de denominaciones prácticas, sino de mecanismos lingüísticos que normalizan la desigualdad entre especies.

Ese tipo de lenguaje instituye una hipótesis controversial: los animales están aquí para servirnos, ocultar el sufrimiento, convertirlo en rutina, y al hacerlo, impedir que se perciba como una contrariedad. En pocas palabras, cuando la violencia se encuentra camuflada con palabras técnicas o neutras, pierde su crudeza y deja de distinguirse como tal.

Según Albelda (2016, como se citó en Contreras, 2020) manifiesta lo siguiente:

La atenuación es una estrategia pragmática (comunicativa) originada por necesidades de imagen y dirigida a mitigar y minimizar la intensidad de lo que se expresa reduciendo la fuerza ilocutiva del acto de habla, y en ocasiones, a través de mecanismos de lenguaje vago por lo que se difumina o minimiza el contenido proposicional. La atenuación es, al mismo tiempo, una actividad argumentativa que permite a los hablantes formular un menor compromiso hacia lo dicho y así lograr más eficazmente las metas conversacionales de los participantes en el discurso. (p. 888)

Partiendo desde la teoría crítica, se ha insistido en el siguiente ideal: el discurso dominante no es neutral, tiene ideología, aunque se presente como objetivo. Al abordar temas

como “producción eficiente” o “cadena alimenticia”, se reproduce un modelo económico y cultural que se apoya en la explotación. Estos modelos amparan su funcionamiento en un estirpe desigual de recursos para cimentar, de manera simbólica, jerarquías dominantes que normalicen dicha explotación, como por ejemplo la industria cárnica y textil.

De acuerdo a las opiniones de Morrow & Brown (1994) y Ritzer (1990) como se citó en Fraga, (2025) manifiestan que:

Se habla de cuatro tipos de argumentación dentro de la perspectiva de la teoría crítica. Se trata, en todos los casos, de formas no empíricas de argumentación –o, dicho de otro modo, de estrategias retóricas básicas de nuestra tarea–. También en todos los casos se trata de métodos reflexivos, en el sentido de que implican formas de cognición estrechamente vinculadas a respuestas emotivas o afectivas.

En primer lugar, entonces, estaría la argumentación metateórica asociada a los aspectos estrictamente lógico-rationales de nuestra retórica. En segundo lugar, la argumentación historicista tendría más que ver con aquellos momentos retóricos asociados a la revisión de literatura antecedente. En tercer lugar, la argumentación existencial tendría que ver con aquellos momentos más autorreflexivos de nuestra retórica. Y, por último, la argumentación normativa tendría que ver con el momento crítico propiamente dicho de nuestras teorizaciones: el momento del señalamiento de las normas y valores que le subyacen a la perspectiva utilizada. (pp. 9-10)

Cambiar las palabras no es un detalle menor, nombrar distinto también es pensar distinto, indicar “individuo no humano” o “animal sintiente” no es una tendencia: es una forma de cuestionar lo que antes se asumía sin discusión, afanándose en la necesidad de situar sobre la mesa una realidad que ha buscado mantenerse fuera de foco.

Cada vez que decimos que “los animales nos dan carne o leche”, estamos repitiendo una lógica que los cosifica, es decir, los convierte en objetos. Al acostumbrarnos a esta dialéctica, se impregna e introduce en diversos ámbitos de la sociedad, tales como: medios de comunicación, educación, conversaciones y pensares sociales, en legislaciones, estatutos y códigos constitucionales, etc.

Por eso el lenguaje es un campo de disputa, no solo se trata de denunciar lo que es incorrecto, sino de abrir otras posibilidades con el ejercicio de las variedades de expresión al entablar una conversación o compartir una opinión.

Ciertamente, la teoría crítica busca entender y cuestionar a la sociedad con la finalidad de ejercer un avance significativo para poder transformarla en algo más que solo seguir estructuras de poder y desigualdad, pero en un juicio discordante acerca de este tema, Zamora (2020) asevera lo siguiente:

Los pensadores de la Teoría Crítica se enfrentaban a una capacidad reforzada de integración que debía ser explicada. La deshumanización se había vuelto inmanente al sistema, que ya no necesitaba excluir a nadie de la cultura porque ésta se había convertido en el instrumento a través del cual todos quedan incluidos. La ideología, en el sentido de una mediación entre autonomía y dominación, ya no era necesaria, porque ya no había nada que temer de la autonomía.

Estamos, pues, ante una doble tesis que será fundamental. Por un lado, la debilidad objetiva de los individuos en un capitalismo monopolista les impide reconocer el mecanismo que produce esa misma debilidad. Por otro lado, ese mecanismo se reproduce en la conciencia cimentando la identificación con un orden de dominación injusto. (p. 371)

A fin de respaldar lo mencionado con anterioridad, existe una visión alternativa que ayuda a discernir y comprender el actuar y la conducción que ejecutan los medios de comunicación al momento de tratar temas polémicos que podrían llevar consigo una fuerte opinión pública y una notoria presión social: esta visión es catalogada como Framing, o mejor conocida como “Teoría del encuadre”.

Propuesta en el año de (1993) por Robert Entman, la teoría del encuadre puntualiza la recopilación de información por parte de los medios de comunicación y la selección de la misma con el propósito de exteriorizar ciertas particularidades y características de la realidad para que exista cierto dominio en la percepción y captación del público. En general, los comunicadores y periodistas se centran en contar una historia con las limitantes del espacio que puede ofrecer su soporte (prensa, radio o televisión) y el tiempo que pueden emplear para ampliarla. Con estas limitantes, los comunicadores emplean la estructura de la pirámide invertida para contar una noticia. (Alvarado, 2021, pág. 17)

La opinión de Chihú (2023) asevera lo siguiente:

La reducción del framing y frame a encuadre ha originado una perspectiva teórico metodológica cuantitativa orientada al análisis numérico de los encuadres que consume una audiencia que lee un periódico, o al estudio del porcentaje y la frecuencia con la que aparece una imagen o palabra en los medios de comunicación o en las redes sociales. En este sentido, los teóricos del encuadre reducen el framing a una metodología que asigna números a las observaciones e interpreta los datos contando y midiendo los objetos sociales. Pasando por desapercibido que el framing es la construcción, comunicación e interpretación de frames que requieren de un actor (framer) que los construya y los comunique. (p. 128)

El discurso como práctica social

El discurso, más allá de reflejar el mundo que lo rodea, también consigue moldearlo, organizarlo y reproducirlo a través de acciones diarias, es decir, es un ejercicio que profesa una realidad en la que se normaliza lo ético y lo no ético.

Volviendo al lenguaje como un proceso social, y buscando diferenciar el discurso del texto, el texto es un producto más que un proceso, mientras que el discurso es un proceso de relacionamiento social del cual el texto es solamente una parte. Este proceso incluye la producción del texto y la interpretación de este. El análisis del texto es una parte de análisis del discurso, el cual incluye proceso de producción e interpretación, por lo tanto, el discurso incluye condiciones sociales que se pueden especificar como condiciones sociales de producción e interpretación. (Corral, 2020)

Desde este punto de vista, los discursos especistas no son solo creencias culturales, sino prácticas que sostienen la explotación animal y permitiendo la cosificación de los mismos, es decir, los convierte en objetos. Al acostumbrarnos a esta dialéctica, esta se impregna e introduce en diversos ámbitos de la sociedad, tales como: medios de comunicación, educación, conversaciones y pensamientos sociales, regímenes, ordenanzas, códigos reglamentarios, etc.

El discurso como práctica social (con ejemplos de medios ecuatorianos)

En Ecuador, los medios de comunicación repiten todos los días maneras de pensar que normalizan el especismo. La mayoría de las noticias y anuncios que hablan de animales no humanos los muestran como recursos para producir mercancías o preservar el legado cultural sin detenerse a pensar en las implicaciones éticas que esto implica. A continuación, se presentan varios ejemplos:



Figura 2. Los precios de los pavos y cerdos varían dependiendo de la marca y el peso. Nota. Captura de pantalla de “Los precios de los pavos y cerdos varían dependiendo de la marca y el peso”. por Peter Tavra Franco, 2020, (https://www.eluniverso.com/noticias/economia/que-cenaran-los-ecuatorianos-en-navidad-mas-de-2-millones-de-pavos-y-210000-cerdos-proyectan-vender-industrias-para-fiestas-de-diciembre-nota/?utm_source=).



Figura 4. Ecuador abre un nuevo mercado con la exportación de 3.000 cabezas de ganado a Emiratos Árabes Unidos. Nota. Captura de pantalla de “Ecuador abre un nuevo mercado con la exportación de 3.000 cabezas de ganado a Emiratos Árabes Unidos”, FEF: EL UNIVERSO, 2025, (https://www.eluniverso.com/noticias/economia/exportacion-ganado-jordania-comercio-externo-ministro-de-ganaderia-danilo-palacios-ecuador-2025-nota/?utm_source=)



Figura 5. Tres bovinos en una finca en Ecuador. Nota. Captura de pantalla de “Tres bovinos en una finca en Ecuador”, Ministerio de Agricultura, 2024, (https://www.primicias.ec/economia/ecuador-exportacion-ganado-bovino-emiratos-arabes-78708/?utm_source=)

Estos mensajes presentan a los animales como simples objetos económicos, sin identidad propia y refuerzan una visión centrada en los humanos que reducen la vida animal a “materia prima” para la producción. El discurso no pone en duda la existencia de esta actividad, sino que la muestra como algo deseable, eficiente y necesario, ocultando las condiciones de vida y muerte de los animales que forman parte de estos procesos moralmente cuestionables.

A pesar de la diversidad en cuanto a la composición de las subjetividades animalistas en el Ecuador, con base en las observaciones empíricas se ha identificado un eje nodal en la configuración de este sujeto, el cual consiste en la crítica al humanismo como base ontológica negativa del animalismo. Negativa en el sentido de negación o

rechazo óptico al proyecto humanista, en cuya base se encuentra un amplio espectro emocional. (Ponce, 2020, pág. 63)

En ese mismo sentido, existen espacios publicitarios provenientes de canales televisivos que poseen perfiles en los medios digitales actuales donde es común encontrar la promoción de recetas o eventos con frases como:



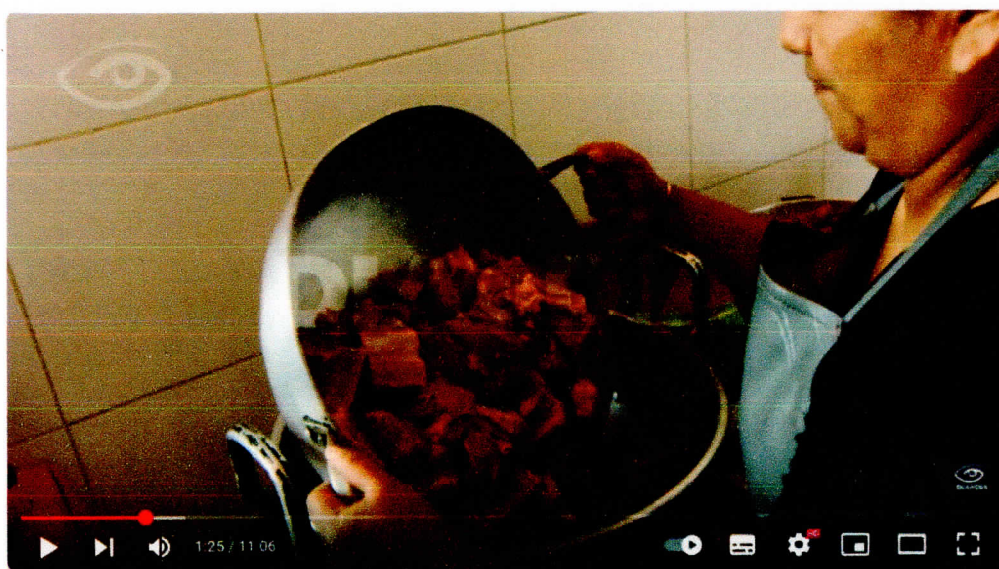
Figura 6. Lorena comparte sus secretos para preparar el mejor seco de pollo. **Nota.** Captura de pantalla de “Lorena comparte sus secretos para preparar el mejor seco de pollo | En Contacto | Ecuavisa”, Ecuavisa, YouTube, 2025. (https://www.youtube.com/watch?v=G95pfGU4qo&ab_channel=Ecuavisa)



La "jama" más deliciosa que se saborea en Guayaquil - Día a Día - Teleamazonas



Figura 7. La "jama" más deliciosa que se saborea en Guayaquil. Nota. Captura de pantalla de "La "jama" más deliciosa que se saborea en Guayaquil", Día a Día - Teleamazonas, YouTube, 2023, (https://www.youtube.com/watch?v=IL7Ey1r3RHI&ab_channel=D%C3%ADaaD%C3%ADaa-Teleamazonas)



Seco de chivo - Día a Día - Teleamazonas



Figura 8. Seco de Chivo. Nota. Captura de pantalla de "Seco de chivo", Día a Día - Teleamazonas, YouTube, 2018, (https://www.youtube.com/watch?v=An4S_iT0hBg&ab_channel=D%C3%ADaaD%C3%ADaa-Teleamazonas)

Aquí se refuerzan marcos discursivos de celebración y costumbre, donde el animal aparece como parte del paisaje cultural, borrando la dimensión del sufrimiento o del individuo detrás del alimento. Este tipo de discurso se sostiene sobre una lógica simbólica que despersonaliza al animal y transforma su cuerpo en un producto.

Sobre este tema, basado en la opinión de García (2020):

La cosificación de estos animales se produce, principalmente a través del uso de la terminología propia de la industria cárnica. Se identifica a los animales por su clasificación taxonómica “manual del vacuno y del ovino”, “matadero porcino”, “3.000 caprinos”, a través de partes de su cuerpo “47 millones de cabezas sacrificadas”, “el país de la UE con más cabezas [de cerdos]”. Inclusive otorgándoles características en vida que serán su mayor valor una vez muertos: “pollos con magras pechugas”. Esta forma de representación – como entes colectivos o directamente como productos de consumo-, incide en la separación conceptual que sobre estos animales se proyecta. (p. 111)

Incluso en noticias sobre bienestar animal, el lenguaje puede ser confuso. Por ejemplo, cuando se habla de rescates de mascotas o casos de maltrato a animales domésticos, se usa un tono compasivo que reconoce que estos animales pueden sufrir. Sin embargo, esa sensibilidad casi nunca se aplica a los animales que se consideran para consumo. Esta doble moral en el discurso, donde unos animales merecen protección y otros explotación, revela la estructura especista que está detrás del lenguaje público.

En conjunto, estos casos visibilizan cómo los medios de comunicación en Ecuador suelen repetir un discurso especista que funciona como una práctica social para justificar la situación actual. No solo informan, sino que crean ideas colectivas sobre qué es aceptable, qué es “normal” y qué se ve como “exagerado” o “radical” cuando se habla de derechos de los animales.

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Art.71) manifiesta:

La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema. (p. 34)

Los medios como aparatos ideológicos

En el marco de esta temática, Palacios (2021) afirma que:

Para las organizaciones, ya no es suficiente con tener cuentas en diferentes plataformas, sino que cada vez se vuelve más importante conseguir el mayor número de seguidores posibles y aumentar su comunidad. Esto, le otorga la organización un mayor peso ya que se convierte en un símbolo clave que la consolida en la mente de los usuarios. Existen diversos mecanismos para lograr los objetivos señalados, entre los cuales se encuentra el uso de personajes reconocidos que gozan de la capacidad de ejercer influencia sobre un determinado espectro de la sociedad a partir de su alto nivel de popularidad. (p. 298)

En el caso del especismo, los medios contribuyen a normalizar y justificar la explotación de los animales mediante sus noticias, imágenes, formas de contar y omisiones, presentan a los animales no humanos como recursos, productos o simples elementos culturales al servicio del disfrute humano.

Esto no se muestra de forma directa o violenta, sino a través de repeticiones simbólicas que ocultan la violencia, por ejemplo, se muestran imágenes de ganado en campos verdes sin mencionar los mataderos, se exaltan platos típicos sin hablar del sufrimiento detrás, se entrevista a productores sin incluir opiniones críticas sobre la ética del sistema; así se construye una narrativa donde el especismo es algo dado que no se cuestiona.

Los medios también ejercen su poder al callar, no solo importa lo que dicen, sino lo que omiten, el activismo anti especista, las discusiones sobre derechos de los animales y las críticas al antropocentrismo casi nunca aparecen en los medios tradicionales del país. Esta exclusión responde a intereses económicos, políticos y culturales que dependen de mantener la explotación.

En el caso del especismo, los medios funcionan como instrumentos de normalización y legitimación de la explotación animal, a través de sus discursos, imágenes, encuadres narrativos y omisiones sistemáticas, reforzando la visión del mundo donde los animales no humanos son recursos, mercancías, productos o, en el mejor de los casos, elementos culturales subordinados al disfrute humano.

De acuerdo al estudio de (González, 2022) las razones por el cual el veganismo y el vegetarianismo se fomenta como dilemas alimenticios se basa en la existencia de personas interesadas en el entendimiento de temas como el especismo, creando consciencia y espacios de reflexión y forjando ambientes amigables que visibilicen y concienticen las relaciones con los individuos, el medio ambiente y los animales. (pág. 35)

Entender los medios como aparatos ideológicos permite analizar críticamente su rol en la formación del sentido común, ese terreno simbólico donde el especismo se instala como algo normal, inevitable o incuestionable, lo que los medios deciden mostrar, cómo lo muestran y a quién le otorgan voz son actos que moldean la conciencia colectiva y determinan los márgenes

del debate público. De acuerdo a (INEC, 2021) “hasta finales de 2020, el 53,2 % de los hogares del Ecuador tenía Internet, mientras que el 70,7 % de las personas utilizan este servicio a escala nacional; además, el 51,5 % de la población disponía de un teléfono inteligente”. Así como los medios digitales han experimentado una evolución en los últimos años, cada vez más los periodistas y dueños de medios coinciden en que no solo deben cambiar las plataformas, sino también los modelos de negocio que se usan en la industria mediática. (Antunish, 2021, pág. 290)

CONCLUSIONES

Finalmente, la elaboración del presente ensayo concluye que los medios de comunicación en la era moderna actúan en base a las normativas que crean convenientes al exhibir, con total normalidad, temas que pueden resultar controversiales para así evitar una polémica en la sociedad que logre una diversificación de la imagen de los medios informativos, centralizando, influyendo y disfrazando la percepción que puede tener el público ante la visibilidad de prácticas moralmente cuestionables.

El encuadre informativo que ejecutan busca naturalizar la explotación animal, proliferando la práctica de expresiones simbólicas que regularicen los hábitos especistas que se instauran al mencionar diversos ámbitos como la tradición, el desarrollo económico, la adquisición de animales, el consumo, etc.

Aun cuando existe la colaboración de colectivos y asociaciones que analizan y pretenden extinguir este tipo de comportamientos reprochables desde una perspectiva ética, la práctica especista en los medios ecuatorianos es cada vez más frecuente, contribuyendo a la naturalización de la opresión de la vida animal sintiente e invisibilizando esta problemática social mediática. La participación del Estado es imperativa. Es necesario que los órganos gubernamentales establezcan reformas legales para respaldar que aquellas narrativas mediáticas que involucren a los animales reciban un enfoque basado en principios éticos acorde a la condición de seres sintientes y meritorios de protección y seguridad. Implementar políticas que garanticen el control y monitoreo del ejercicio especista por parte de los medios de comunicación masivo avalarían mecanismos de intervención que evidencien de manera pública aquellas irregularidades que agredan al bienestar animal, reconociendo a los animales no humanos como entidades de derecho dentro de la Ley.

BIBLIOGRAFÍA

- Adlatina. (22 de Julio de 2024). *PROYECCIONES DE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN ECUADOR*. Recuperado el Julio de 2025, de Adlatina: <https://www.adlatina.com/publicidad/en-ecuador-los-ingresos-por-publicidad-digital-fueron-del-32-en-2023#:~:text=PUBLICITARIA%20EN%20ECUADOR-,En%20Ecuador%2C%20los%20ingresos%20por%20publicidad,fueron%20del%2032%25%20en%202023>
- Agrocalidad. (2023). *Guía de Buenas Prácticas Pecuarias en la producción de carnes*. Ministerio de Agricultura y Ganadería. Obtenido de Guía de Buenas Prácticas Pecuarias en la producción de carnes
- Alvarado, Y. P. (2021). *La incidencia de los discursos ecocéntricos en redes sociales de colectivos animalistas ecuatorianos desde el enfoque del Buen Vivir*. UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA, Loja, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/27683>
- Animals and Media. (2021). *A style guide for giving voice to the voiceless*. Recuperado el Julio de 2025, de Animals and Media: <https://animalsandmedia.org/about/>
- Antunish, A. (5 de Agosto de 2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia. *PerDebate*, 5(1), 288 - 307. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>
- ARCOTEL. (2013, 25 de junio). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Almacén Editora Nacional. Obtenido de https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Asamblea Nacional Constituyente. (20 de Octubre de 2008, 20 de octubre). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Ecuador: Lexis. Recuperado el 2025, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Blanco Cuentas, I., Murillo Alvarino, Y., & Rodríguez, M. (2005). *Características del lenguaje expresivo y comprensivo en niños de seis años de la escuela hijos de obreros de la construcción de la ciudad de Sincelejo, en el segundo semestre del año 2005*. Universidad de Sucre. Obtenido de <https://repositorio.unisucra.edu.co/entities/publication/f9931728-37fb-400c-a2a0-0574348ce02d>
- Calle Aviles, S. A. (2024). Configuración de las representaciones de los animales no humanos en la publicidad de alimentos en Ecuador. (*Tesis de Maestría*). Flacso Ecuador, Quito. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10469/21924>
- Chihú, A. (Abril de 2023). El framing del ritual político (Las mañaneras). *Revista Más Poder Local*(53), 125 - 144. doi:<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.144>
- Contreras, J. (2020). Mecanismos lingüísticos de atenuación en conversaciones coloquiales españolas y alemanas. *Revista de Signos. ESTUDIOS DE LINGÜÍSTICA*, 53(104), 885 - 909. doi:10.4067/S0718-09342020000300885

- Corral, M. M. (18 de Agosto de 2020). *Métodos Avanzados de Investigación 1*. Obtenido de <https://www.metodos.work/2020/08/18/el-discurso-como-practica-social-mmcorral/>
- Entman, E. R. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*.
- Entman, R. M. (Diciembre de 1993). Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(3), 51-58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Erazo, V. (27 de Enero de 2022). *Movimiento Animalista Nacional presentó acción penal contra Teleamazonas por uso de carne silvestre en el programa Masterchef de Ecuador*. Recuperado el Julio de 2025, de Guambra: <https://wambra.ec/accion-penal-contra-teleamazonas-por-uso-carne-silvestre-masterchef/>
- Fraga, E. (marzo - agosto de 2022). Hacia una teoría crítica de la comunicación. Primeros aportes de Alvin Gouldner y la sociología estadounidense del lenguaje. *Intersticios Sociales*(23), 77 - 113. doi:<https://doi.org/10.55555/IS.23.391>
- Fraga, E. (1 de Febrero de 2025). Últimas tendencias de la teoría crítica. *Epistemia Revista Científica*, 9(1), 1 - 22. doi:<https://doi.org/10.26495/erc.2897>
- García, R. (Febrero - Septiembre de 2020). El poder del discurso en los medios de comunicación: análisis de prensa de la representación de los animales de granja. Análisis de la prensa española. *DA.Derecho Animal (Forum of Animal Law Studies)*, 11(3), 104 - 124. doi:10.5565/rev/da.481
- González, M. (Marzo - Junio de 2022). Vegetarianismo y Veganismo en la Formación e Investigación en Educación Física y el Deporte. Una Perspectiva desde Ecuador. *Revista Científica Hallazgos* 21, 7(1), 22 - 41. Obtenido de <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/554/503>
- INEC. (Abril de 2021). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Principales_resultados_Multiproposito_TI C.pdf
- Infomedia. (2022). *Reporte Infonews/No.33/Septiembre 2023*. Recuperado el Julio de 2025, de Infomedia-Auditoria y Estadística Publicitarias: <https://www.infomedia.com.ec/reportes-tag.php?c=news>
- Jacobs, G. (8-14 de noviembre 2004). Hablando Vegetariano: Hacia un Lenguaje No Especista. En E. Fernández (Ed.), *Trabajo presentado en el 36th World Vegetarian Congress en el Costão do Santinho Resort & Spa*. Florianópolis. Recuperado el julio de 2025, de <https://www.ivu.org/spanish/congress/2004/lectures/jacobs.html>
- Leyton, F. (mayo de 2010). Literatura básica en torno al especismo y los derechos animales. *Revista de Bioética y Derecho*(19), 14-16. Recuperado el 2025, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78339720004>

- MAN. (2018). *Movimiento Animalista Nacional*. Obtenido de <https://www.facebook.com/MANimalistas>
- Molina, V. (Mayo de 2025). *Impacto del Marketing Digital en las Empresas Ecuatorianas en 2024*. Recuperado el Julio de 2025, de Copromerco: <https://www.copromerco.com/publicaciones#:~:text=retorno%20de%20inversi%C3%B3n.-,Resultados,digital%20como%20motor%20econ%C3%B3mico%20transversal.>
- Morrow, R., & Brown, D. (1994). *Critical Theory and Methodology*. SAGE Publications, Inc. doi:<https://doi.org/10.4135/9781452243696>
- National Geographic. (19 de Marzo de 2024). *Los 4 datos que muestran el impacto de comer carne en el medio ambiente*. Recuperado el Julio de 2025, de National Geographic: <https://www.nationalgeographicla.com/medio-ambiente/2024/03/los-4-datos-que-muestran-el-impacto-de-comer-carne-en-el-medio-ambiente>
- Navarro Cantillo, Y. (2021). El discurso como estrategia didáctica para el fortalecimiento de la expresión oral en estudiantes de grado décimo. (*Tesis de Tercer Nivel*). Universidad Internacional de La Rioja, Logroño, España. Obtenido de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/12035/Navarro%20Cantillo%2c%20Yolima%20Isabel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palacios, I. (6 de Febrero de 2021). e-ISSN 1605-4806 Vol. 24, n°. 108, enero-abril 2020 Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento 4.0. Página 282 Impacto de los medios sociales digitales en el posicionamiento de movimientos comunitarios: caso del Movimiento Animalista N. *Razón y Palabra*, 24(108). doi:<https://doi.org/10.26807/rp.v24i107.1597>
- Ponce, J. J. (Diciembre - Mayo de 2020). Ontología política del sujeto animalista anti-especista del Ecuador. Giro animal: el ocaso del humanismo. *Revista del Área de Estudios Urbanos*(14), 61 - 85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5596/559673484005/559673484005.pdf>
- Ritzer, G. (1990). Metatheorizing in sociology. *Sociological Forum*, 5(1), 3 - 15. doi:<https://doi.org/10.1007/BF01115134>
- Rivera, W. (19 de Agosto de 2022). *El especismo como un esquema de pensamiento moral*. Recuperado el 07 de 2025, de Hoy en el Tec: <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2022/08/19/especismo-esquema-pensamiento-moral#:~:text=El%20especismo%20tiene%20que%20ver,se%20asume%20de%20forma%20voluntaria.>
- Singer, P. (1975). *Animal Liberation* (Edición actualizada 2018 ed.). Barcelona: Penguin Random House. Obtenido de <https://corazonamateur.com/wp-content/uploads/2020/04/Liberaci%C3%B3n-animal-Peter-Singer.pdf>
- Valarezo Luzuriaga, A. C. (20 de Junio de 2024). *¿Es posible una ganadería sostenible en Ecuador? 7 buenas prácticas pecuarias para hacerlo?* Obtenido de Impacto:

<https://vinculacion.utpl.edu.ec/revistaimpactomas/acciones-con-impacto/es-posible-una-ganaderia-sostenible-en-ecuador-7-buenas-practicas-pecuarias-para-hacerlo/#:~:text=Existen%20casos%20en%20los%20que,consecuencia%20los%20impac%20tos%20ambientales%20negativ>

Zamora, J. A. (Septiembre - Diciembre de 2020). Teoría crítica: reflexiones en torno a su (in)actualidad. *Diálogo Filosófico*, 36(108), 361 - 386. Obtenido de <https://dialogofilosofico.com/index.php/dialogo/article/view/359>