

Hablan los Líderes

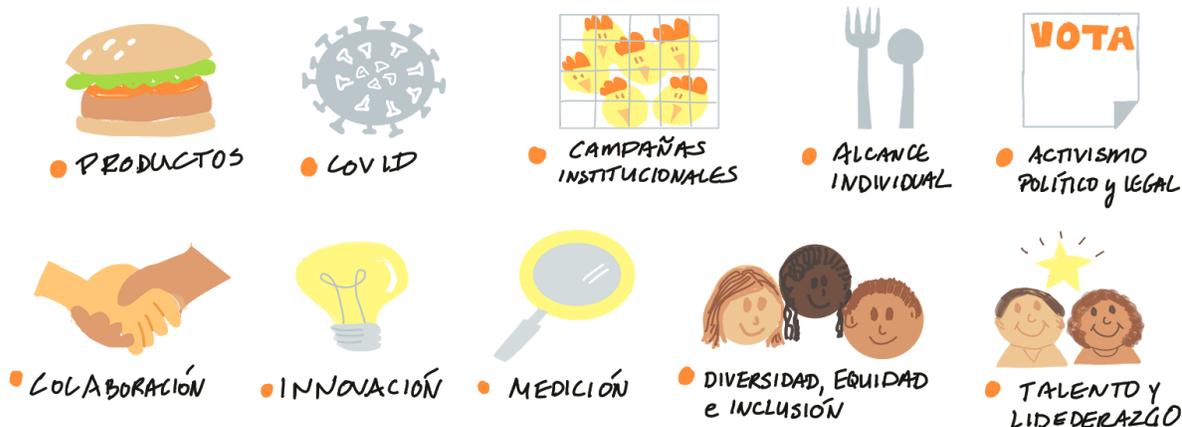
10 Temas y Oportunidades que Afectan a los Animales de Granja

Interesantísimos productos basados en plantas. Los efectos de COVID-19. La importancia de la diversidad. Sea que estés a cargo de una organización, planificando un programa o campaña, o pensando en conectar con el público como activista independiente, considerar las tendencias claves podría ayudarte para obtener mejores resultados para los animales.

Juicio y creatividad son cruciales para la defensa efectiva de los animales. Ya que estás leyendo este blog, sé que crees, como yo, en valorar también la importancia de la información y los datos. He trabajado, por más de dos décadas, como consultora de las organizaciones protectoras de los animales, proveyendo datos y hechos para apoyar mejores tomas de decisiones y resultados.

El verano pasado, asumí un proyecto para identificar los temas y oportunidades más importantes para la defensa de los animales de granja. Hablé con 29 líderes, principalmente de E.E.U.U. pero también con algunos internacionales, para averiguar lo que ellos creían era el avance mas importante de nuestra causa. Los participantes incluyeron a los directores ejecutivos de The Albert Schweitzer Foundation, Animal International, Compassion in World Farming USA, Good Food Institute, The Humane League, y Mercy for Animals, entre otros.

Aquí hay 10 ideas destacadas, junto con investigaciones y artículos que puedes explorar para formular y mejorar tus esfuerzos. (Puedes acceder al informe completo en <http://priorityvisions.com/vegan-strategy>.)



Tendencias más Estimulantes

1. Productos

Los entrevistados citaron el crecimiento de los productos basados en plantas y el potencial de la carne cultivada (los dos juntos), muy frecuentemente, como lo más estimulante para que las personas se alejen de comer animales. Nuevos y mejores productos alternativos están masificando la comida vegana. Las organizaciones sin fines de lucro juegan un importante rol, ayudando a que estos productos sean visibles para su público (activistas, participantes en programas para hacerse veganos, etc.), quienes ayudan a promover, a menudo, los productos a terceros.

[*Follow The Money, Part 1: Current Trends In Plant-Based Investment*](#)

[*El Impacto al Reemplazar Productos Animales*](#)

2. Colaboración Debido a Covid

La respuesta del mundo ante el cambio climático y la pandemia ha creado nuevas oportunidades para la defensa de los animales de granja. Individuos, empresas, gobiernos entienden más sobre el impacto de la industria ganadera. Los participantes informaron que las coaliciones entre organizaciones sin fines de lucro están aumentando, ya que al trabajar en otros temas constatan las implicancias de la industria ganadera intensiva en el calentamiento global, nuevas enfermedades, y las condiciones laborales. Los participantes destacaron esta tendencia, en segundo lugar, como el desarrollo mas estimulante para la defensa de los animales de granja.

[*Animal Agriculture And COVID-19*](#)

Estrategias Claves

3. Campañas Institucionales

Las campañas institucionales siguen siendo una prioridad. Las empresas pueden conducir el cambio rápidamente, y las campañas están triunfando al obtener compromisos más importantes. Las ideas para construir exitosamente, basadas en los esfuerzos actuales, incluyen la renovación del énfasis de la campaña de E.E.U.U. sobre los pollos usados como carne, la realización de más campañas en Europa, la cuantificación del impacto de la industria ganadera intensiva en el cambio climático, y el intento de conectar con los ganaderos.

[*Impact Of Corporate Commitments On Public Attitudes*](#)

[*Follow The Money, Part 2: Divestment From Factory Farms*](#)

4. Alcance Individual

El rol del alcance en la dieta individual fue controversial. Algunos participantes han abandonado completamente este tipo de activismo, ya que en gran parte, no ha habido un crecimiento numérico de vegetarianos y veganos en E.E.U.U. Además, algunos piensan que las empresas de productos basados en plantas, con presupuestos multimillonarios para publicidad, tienden masivamente a conducir la reducción de consumo de carne más eficientemente que las organizaciones sin fines de lucro. Otros entrevistados destacaron que al divulgar sobre la importancia de la dieta, se ha creado demanda para estos productos, Y los veganos son embajadores poderosos de las marcas y los productos. Ellos también señalaron que las personas, que han sido persuadidas a cambiar su dieta, pueden transformarse en influencers, promotores, voluntarios, personal de organizaciones, líderes y donantes. Yo agregaría que entre más y mejor disponibilidad de productos, más fácil puede ser atraer a nuevos veganos ahora que en el pasado. Si se quiere ayudar a que las personas cambien su dieta, se debe planificar y medir cuidadosamente, y se debe tener un enfoque fuerte con respecto a la retención a lo largo del tiempo.

[*Analysis of the Role of Institutional vs. Dietary Outreach*](#)

[*A Summary Of Faunalytics' Study Of Current And Former Vegetarians And Vegans*](#)

También ve la sección sobre medición.

5. Activismo Político y Jurídico

El activismo político y jurídico está trayendo cambios estimulantes en E.E.U.U. y Europa, como por ejemplo, una reducción del uso de jaulas baterías. Nuevas leyes en lugares con poca historia de protección animal, como México, nos da esperanza en nuevos logros. Hay cabida para mas impacto, una oportunidad que puede no estar recibiendo la atención adecuada por parte de quienes quieren contribuir con fondos.

[*The Politics Of Animal Rights Advocacy*](#)

Habilidades Importantes

6. Colaboración

Los entrevistados mencionaron que la colaboración dentro del movimiento, como por ejemplo a través de Open Wing Alliance (Alianza de la Ala Abierta), también ha aumentado sustancialmente. Los esfuerzos incluyen no sólo trabajar juntos en campañas, sino también compartir conocimiento y entrenamiento. Tecnologías como Slack ha facilitado la interacción, la cual ayuda a que las coaliciones sean más efectivas.

[*Making A Collective Impact For Animals*](#)

7. Innovación

La innovación es valorada, pero las organizaciones podrían no siempre estar preparadas para apoyarla. Es fácil seguir tácticas ya utilizadas y probadas, en vez de reflexionar y cuestionar la propia labor. Los participantes señalaron las siguientes ideas para aumentar la motivación: voluntarios/personal más diverso, experimentos liderados por voluntarios/personal, y la utilización más provechosa de directorios asesores.

[*How to Foster a Culture of Innovation at Your Nonprofit*](#)

8. Medición

Hemos logrado tremendos avances al integrar investigación y medición en el activismo por los animales. Hay algo de preocupación en relación con quienes otorgan fondos basados en métrica actual, ya que favorecen programas de resultados inmediatos en vez de innovación y resultados a más largo plazo. Observar la gran foto de nuestro trabajo, y las historias de otros movimientos, puede ayudarnos a comprender como combinar estrategias para ayudar a los animales de granja.

[*How Ranking Of Advocacy Strategies Can Mislead*](#)

[*Analysis of Other Movements*](#)

El Factor Gente

9. Diversidad, Equidad e Inclusión

Los participantes mencionaron, muy frecuentemente, diversidad, equidad e inclusión como el área que debe ser mejorada por nuestro movimiento. Los intereses incluidos no son sólo diversidad racial, sino también clase social, país, y formas de pensar. No basta con sólo atraer personas. Las organizaciones tienen que mirar sus culturas y sistemas para asegurarse de que los diversos miembros/ voluntarios puedan triunfar.

[*The Animal Protection Movement is Not Immune from Racism*](#)

10. Talento y Liderazgo

Además, necesitamos mejores formas de atraer y retener personal/voluntarios altamente calificados. En general, personas con conocimientos de ciencia, negocios, y de otros movimientos, y más. El liderazgo fuerte puede aumentar la satisfacción del personal/voluntarios y promover retención, los cuales son metas importantes. La rotación cuesta tiempo y dinero valioso al llenar vacantes, y causa pérdida de conocimiento institucional cuando las personas se van, reduciendo la efectividad. Incluso más, el personal/voluntarios entre más contentos estén, más creativamente podrán contribuir.

[The State Of Animal Advocacy In The U.S. & Canada: Experiences & Turnover](#)
(también aborda diversidad, equidad e inclusión)

El informe completo, [Coronavirus a Colaboración, Innovación a Inclusión: Temas y Oportunidades para la Defensa de los Animales de Granja](#), incluye detalles adicionales, citas de los participantes, e ideas para hacer activismo. Comento estos hallazgos adicionales en Our Hen House podcast: <https://www.ourhenhouse.org/2021/01/ep574/>

Aquí van algunas ideas de cómo puedes usar esta información para mejorar tus resultados por los animales:

- Considera (como equipo o individualmente) que tendencias son las más relevantes para tu trabajo. Haz una lluvia de ideas de los cambios que puedes hacer para aprovechar estas oportunidades.
- Profundiza, a través del tiempo, investigando los recursos aquí señalados para informar más a tu reflexión. Busca otros recursos y habla con activistas dentro y fuera de tu organización. Podrías concentrarte en un área de una nueva tendencia cada mes, en vez de intentar trabajar en todo al mismo tiempo.
- Comparte este informe y tus reflexiones con los demás activistas, colegas y miembros del directorio. Entre más entendamos nuestro ambiente, podremos trabajar mejor juntos para elegir las mejores estrategias.

¿Qué tendencia o tendencias crees que es la más estimulante? ¿Te sorprendió alguna de estas tendencias que estaba o no estaba en la lista? Por favor comparte tu reflexión con un comentario abajo, o en cualquier página de las redes sociales de Faunalytics.

*Caryn Ginsberg, co-fundadora de [Priority Visions](#), tiene casi dos décadas de experiencia como consultora estratégica en el área de protección animal. Entre sus clientes se incluyen ASPCA, Farm Sanctuary, Fund for Animals, The Humane Society of the United States y Physicians Committee for Responsible Medicine. Ella es la autora de *Animal Impact: Secrets Proven to Achieve Results and Move the World* (Impacto Animal: Secretos Comprobados para Lograr Resultados y Mover el Mundo), un libro sobre la adaptación de marketing para negocios para un alcance exitoso en la protección de los animales. Caryn es la Presidenta del directorio de Faunalytics.*

Soledad Robledo, quien hizo la traducción, conduce el podcast Narices Húmedas www.nariceshumedas.cl También, es parte de Fundación Justicia Interespecie que trabaja en litigio estratégico y educación justiciainterespecie@gmail.com