



Ver video aquí >

HERRAMIENTAS PARA LA DEFENSA COMUNITARIA DE ANIMALES: UNA GUÍA PARA CREAR COMUNIDADES COMPASIVAS PARA MASCOTAS Y PERSONAS

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción

Capítulo 1: Organización comunitaria para ayudar a las mascotas sin hogar

Capítulo 2: Iniciar una delegación local del Equipo de Acción 2025

Capítulo 3: Respaldar una ordenanza destinada a salvar animales en tu comunidad

Capítulo 4: Crear peticiones y juntar firmas

Capítulo 5: Celebrar una reunión del Equipo de Acción 2025

Capítulo 6: Presentar y hacer campaña en tu comunidad

Capítulo 7: Comprometer a las escuelas locales

Capítulo 8: Utilizar las redes sociales para apoyar tus esfuerzos de defensa

Capítulo 9: Hacer relaciones públicas y trabajar con los medios de comunicación



[Ver video aquí >](#)

INTRODUCCIÓN

POR QUÉ LAS PERSONAS COMUNES SON LA CLAVE PARA SALVAR A LAS MASCOTAS DE LOS ALBERGUES DE ANIMALES

Desde videos virales sobre gatos hasta historias conmovedoras de niños que les leen a sus perros, los estadounidenses aman a sus mascotas. Cada año, gastamos cientos de millones de dólares en paseadores de perros, spas para mascotas, comida gourmet, fotos profesionales de mascotas, habitaciones de hotel que admitan mascotas, aplicaciones de gatos para nuestros teléfonos móviles y camas con monogramas para perros. Ya sea que vivas en una comunidad rural en Iowa, una ciudad universitaria en Texas, una comunidad para personas jubiladas en Florida, o un rascacielos en Nueva York, ves mascotas todos los días y puedes apreciar la alegría y el amor incondicional que traen a nuestras vidas. Debido a esto, la mayoría de nosotros podemos aceptar con facilidad que los perros y los gatos merecen compasión y una buena calidad de vida.

ESFUERZOS DE ORGANIZACIÓN COMUNITARIA PARA SALVAR A LOS PERROS Y GATOS QUE ESTÁN EN LOS ALBERGUES

En la década de 1980, cerca de 17 millones de mascotas eran sacrificadas cada año en los albergues de Estados Unidos simplemente porque no tenían lugares seguros a los que pudieran llamar hogar. En la actualidad, ese número es cerca de 733,000. Hemos progresado enormemente, pero cerca de 2,000 perros y gatos son sacrificados cada día en los albergues. Juntos, podemos cambiar esto. Hay personas y organizaciones en todo el país que se están uniendo para responsabilizarse de forma colectiva por el bienestar de las mascotas en sus comunidades.

DEFENDER LA CREACIÓN DE COMUNIDADES COMPASIVAS PARA MASCOTAS Y PERSONAS

Este manual ofrece un plan de acción para organizar a las personas a fin de salvar a los perros y gatos en comunidades de todas las formas y tamaños en todo el país. Ninguna organización individual, incluyendo un albergue para animales, puede o debe ser el único responsable por el bienestar de las mascotas locales. Solo al trabajar juntos, los miembros de la comunidad y las partes interesadas pueden garantizar que cada mascota que pueda ser rescatada, sea salvada y que se le dé un lugar seguro que pueda llamar su hogar.

Una comunidad bien organizada que cuente con los recursos adecuados puede compartir de forma efectiva información crítica, trabajar de manera colaborativa con los albergues de animales locales y otras organizaciones comunitarias, y defender políticas y legislación humanitarias. [Conoce más sobre el objetivo de lograr tener para el año 2025 una nación "No Kill" \(donde no se sacrifican animales\)](#) y [únete al Equipo de Acción 2025](#) para ayudar a las mascotas y a las personas en tu propia comunidad.

Además de este manual, te otorgamos dos recursos fundamentales para que los uses cuando los necesites después de haber contactado los albergues de animales locales y tus esfuerzos de defensa ya se encuentren en marcha:

- [Manual de programas para los gatos de la comunidad](#)
- [Herramienta de análisis de deficiencias para albergues de animales](#)

Los servicios para animales son servicios humanos. Desde proporcionar cuidados veterinarios económicos para perros y gatos hasta crear ordenanzas favorables para los animales y un compromiso que ayude a que las personas mantengan a sus mascotas en sus casas, es fundamental abordar temas relacionados a los animales para la salud y bienestar de cada comunidad. Y cuando haya personas entusiasmadas que cuenten con la información adecuada y participen en favor de las mascotas, los funcionarios electos y demás entes que toman decisiones al respecto prestarán atención.

Juntos, podemos crear comunidades compasivas y "No Kill" (donde no se sacrifican animales) para los perros y gatos de todo el país y para las personas que los aman.

EFECTUAR CAMBIOS LOCALES REQUIERE DE PARTES INTERESADAS A NIVEL LOCAL.

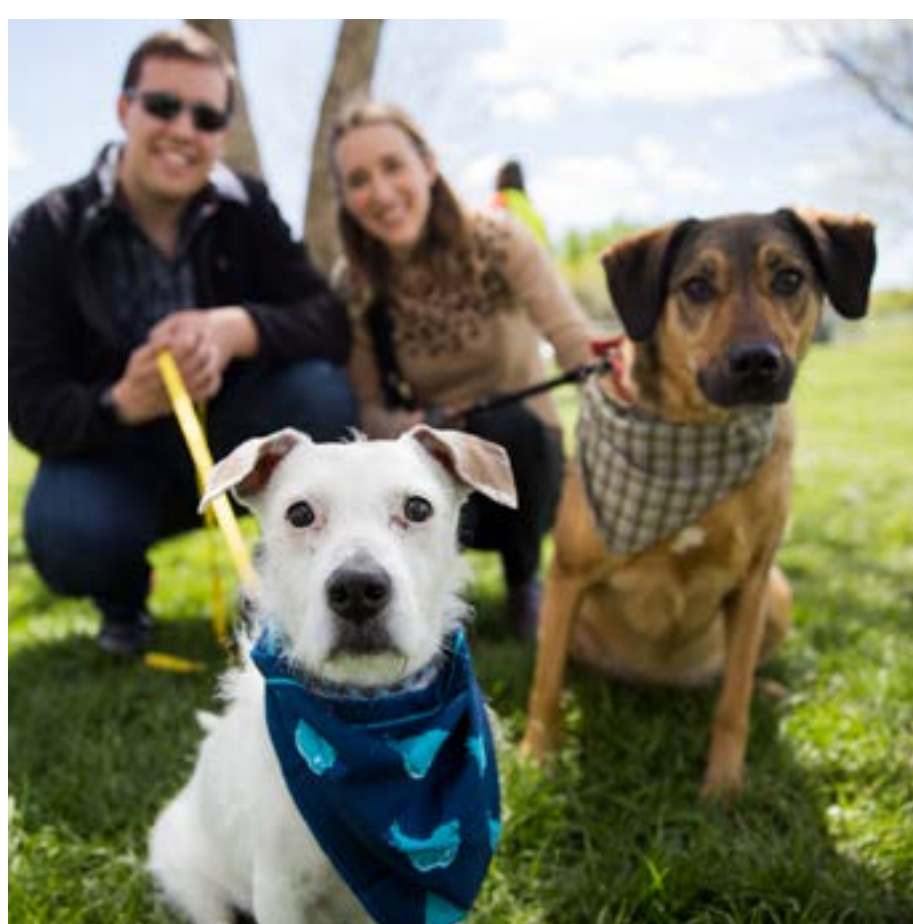


CAPÍTULO 1

ORGANIZACIÓN COMUNITARIA PARA AYUDAR A LAS MASCOTAS SIN HOGAR



[Ver video aquí >](#)



Adopta a tu próximo perro o gato. Acoge temporalmente a una mascota. Ofrecete como voluntario en tu albergue local de animales. Estas son acciones que sabemos que podemos realizar para ayudar a las mascotas sin hogar. Pero ¿cómo es tomar acción real a favor de los animales en tu comunidad? ¿Qué puedes hacer tú como individuo?

¿Cómo puedes colaborar con tu albergue local, con los grupos comunitarios y negocios locales para crear cambios a largo plazo que salven vidas? ¿Cómo sabes qué clase de apoyo proporcionar o qué clase de ayuda es más necesaria? ¿Cómo puedes hacer para captar la atención de otras personas y que se unan a tu causa?

¿Puedes realmente tener un impacto positivo?

Cualquier persona puede ser un defensor de mascotas siempre y cuando esté dispuesto a aprender, escuchar y conectarse con otras personas. Ningún individuo u organización puede salvar a las mascotas sin hogar por sí solos. Pero al trabajar juntos con las demás partes involucradas de tu comunidad, puedes inspirar a otros, crear un movimiento local, y asegurar los avances para salvar vidas y que esto sea sustentable. Tu voz es más poderosa de lo que piensas. Solo necesitas saber cómo utilizarla de forma eficiente.

CONECTARTE CON LOS ALBERGUES LOCALES DE ANIMALES

Cuando tu meta es ayudar a salvar a las mascotas de tu comunidad, desarrollar una relación con los albergues locales de animales es un primer paso fundamental. Es fácil asumir que uno sabe lo que tu albergue está o no haciendo y cómo arreglar la situación. Pero como cualquier otra institución basada en la comunidad, los albergues de animales son parte de un sistema interrelacionado de servicios públicos que, por lo general, funciona con recursos limitados y bajo ciertas restricciones.

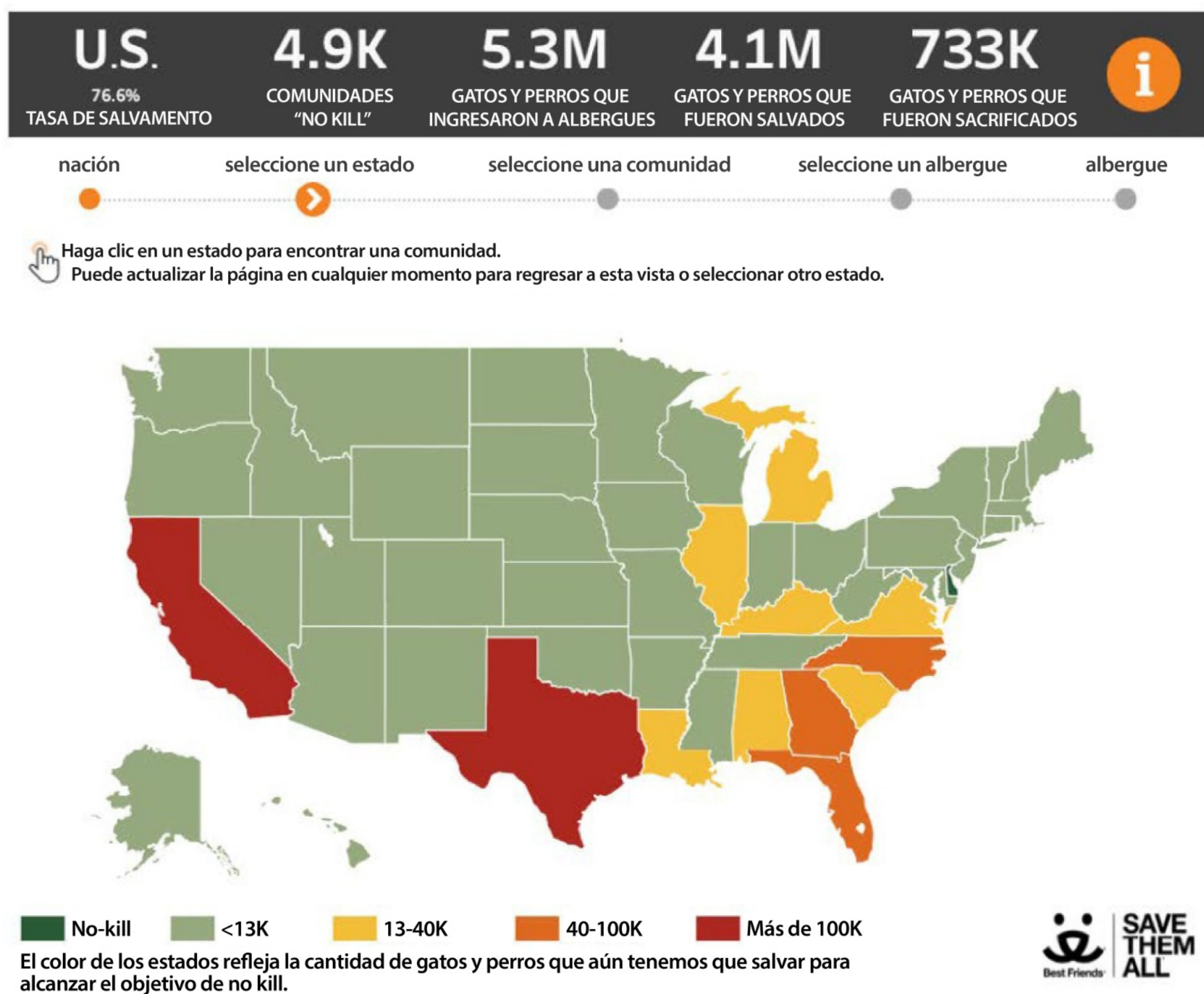
Para empezar, identifica a todos los albergues que funcionan en tu comunidad y averigua dónde se encuentran ubicados. Dependiendo del tamaño de la ciudad donde vivas, puede que haya un solo albergue o varios en tu comunidad. Luego, busca respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Los albergues son públicos o privados?
- ¿Cuántos animales recibe el albergue por año y cuántos de ellos salvan?
- ¿Son en su mayoría perros? ¿Mayormente gatos? ¿Igual número de cada uno?
- ¿La agencia de control o de protección animal local también es administrada a través del albergue o mediante otra agencia?
- ¿Qué programas para salvar vidas ya ofrece el albergue?
- ¿Qué clase de programas adicionales y apoyo necesitan?
- ¿Ingresaste a las páginas web de los albergues para ver qué información proporcionan, cuál es la estructura de su equipo de liderazgo, y qué clase de alianzas comunitarias mantienen actualmente?

CAPÍTULO 1 (CONTINUACIÓN)

Ya sea que los albergues locales ya hayan conseguido ser albergues “No Kill” (donde no se sacrifican animales) o estén luchando para implementar programas para salvar vidas, es fundamental establecer una relación positiva libre de prejuicios. Cada albergue (y cada comunidad, en todo caso) enfrenta diferentes desafíos y posee distintos recursos a su disposición. Algunos albergues cuentan con el beneficio de operar como organizaciones sin fines de lucro en comunidades ricas en recursos, mientras que otros se ven limitados por contratos municipales y trabajan en áreas densamente pobladas con muy pocos recursos. El [capítulo 3](#) se refiere a los problemas relacionados con las leyes y ordenanzas locales que afectan a las mascotas de la comunidad.

Conocer los albergues locales, mantener una mente abierta y concentrarse en los objetivos en común te ayudará a crear una relación de trabajo con todas las partes involucradas que sea sostenible a futuro.



CÓMO UTILIZAR EL TABLERO DE SALVAMENTO COMUNITARIO

El [tablero de salvamento comunitario](#) de Best Friends es la primera herramienta a nivel nacional de visualización dinámica e integral de datos para albergues de animales en todo el país. Puedes utilizar el tablero para localizar albergues en tu ciudad, condado y estado, y ver información fundamental que necesitarás como punto de partida, como la cantidad de animales que ingresan al albergue y cuántos de ellos son salvados.

Muchos albergues conocen este tablero y han proporcionado datos e información. Puede que otros albergues no conozcan esta herramienta, a pesar de que sus páginas en el tablero aún proporcionan sus datos e información, extraídos de fuentes públicas. En ambos casos, es mejor utilizar el tablero para identificar primero a los albergues locales con el objetivo de entablar relaciones con ellos. Y una vez que se hayan establecido, podrás hablar sobre los datos de salvamento que figuran en el tablero.

Cuando cada albergue en una comunidad alcanza una tasa de supervivencia de gatos y perros del 90% (o superior), esa comunidad será designada como “No Kill” (donde no se sacrifican animales). Esto proporciona un punto de referencia simple y efectivo para medir el progreso de salvamento en los albergues de todo el país.

A continuación, figuran algunos datos para tener en cuenta y reflexionar cuando utilices el tablero y colabores con tu albergue.

¿TU COMUNIDAD YA ES UNA COMUNIDAD NO KILL?

Si es así, es probable que necesite apoyo adicional por parte de la comunidad para ayudar a mantener e intensificar el éxito de salvamento. Este apoyo podría ser trabajar para cambiar ordenanzas locales a fin de prevenir alojamiento discriminado según la raza del animal o políticas de zonificación, o abordar el problema de la venta de cachorros provenientes de criaderos de perros en tiendas locales de animales.

CAPÍTULO 1 (CONTINUACIÓN)

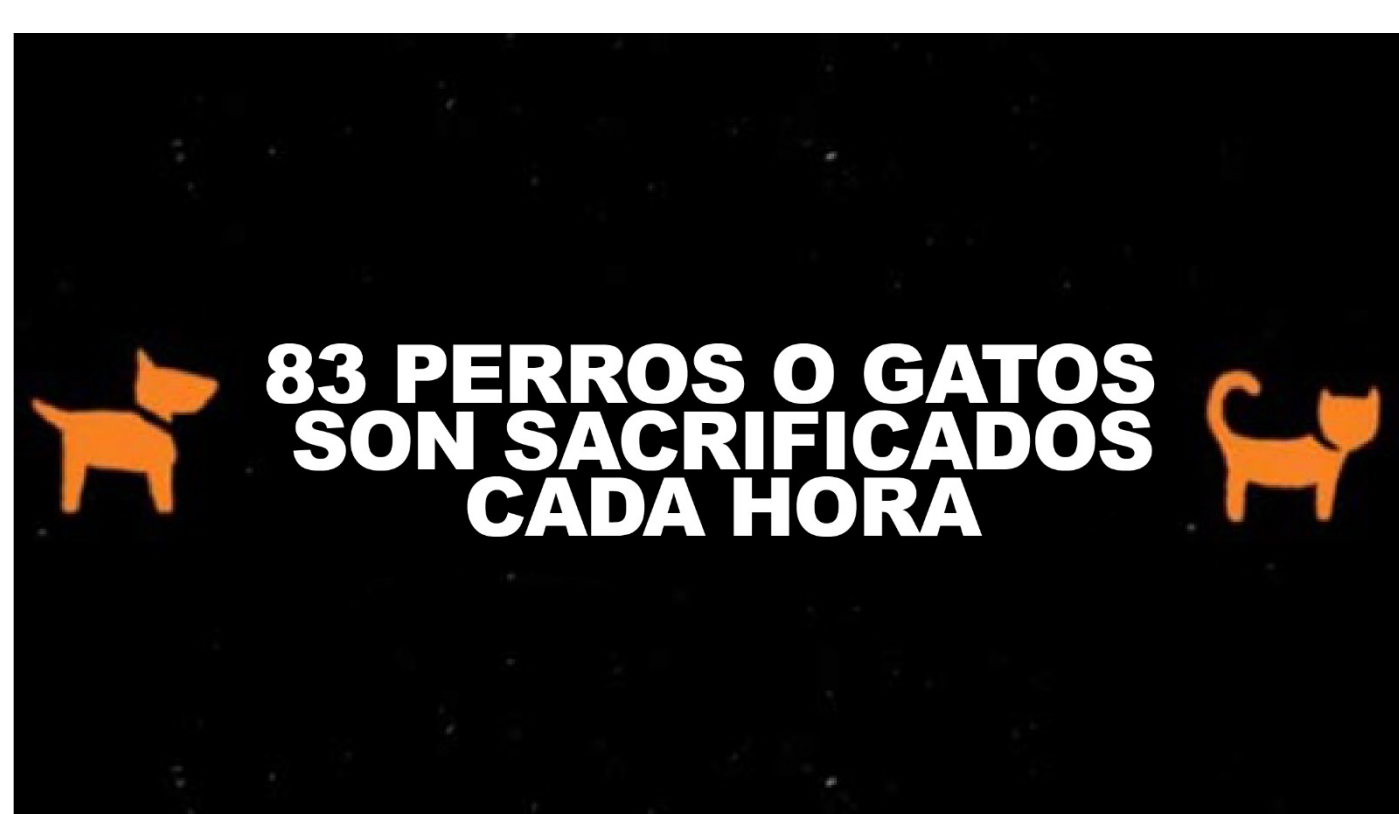
CONRESPECTO A LOS ANIMALES QUE NO ESTÁN SIENDO SALVADOS EN TU COMUNIDAD, ¿EL NÚMERO MAYOR ES EL DE GATOS O PERROS?

Si el número mayor es de gatos, esto puede indicar que tu comunidad necesita un [programa a gran escala para gatos de la comunidad que se enfoque en el método de Atrapar-Esterilizar-Regresar \(conocido como AER en español o TNR en inglés\)](#), o un programa de gatitos recién nacidos que ayude a mantener a esos frágiles cachorros lejos del ambiente del albergue y que los ubique en casas de acogida.

Si se sacrifica un mayor número de perros en tu área, quizás sea necesario un servicio de esterilización o castración más accesible para prevenir cachorros no deseados o programas de comportamiento y entrenamiento para ayudar a los perros a hacer la transición de forma exitosa desde el albergue hacia sus propios hogares.

¿FALTAN DATOS SOBRE TU COMUNIDAD?

Si en el tablero tu comunidad o albergue local figura la frase "esperando información del albergue", esto significa que todavía no proporcionaron alguno de los datos. Tu albergue puede proporcionar datos mediante el [formulario de actualización de datos para albergues](#).



[Ver video aquí >](#)

El tablero dispone de abundante información útil. Puedes revisar las [preguntas frecuentes sobre el término "No Kill" \(sin sacrificar animales\) y la metodología de datos](#) para el tablero. También incluye los datos sobre los salvamentos realizados a nivel nacional, un resumen de los elementos comunes de una comunidad "No Kill" y un [video corto sobre cómo trabajar en conjunto para salvar a más mascotas](#), todos estos recursos pueden funcionar como grandes disparadores de conversaciones cuando conectes con los demás miembros de la comunidad y con las partes involucradas. Además de ver el estado de salvamento de tu propia comunidad, podrás observar dónde se ubica comparado con otras comunidades de todo el país.



CONECTAR CON LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD Y CON NEGOCIOS LOCALES

[Ver video aquí >](#)

De igual manera que entablamos relaciones con albergues, crear relaciones con otros dentro de tu comunidad es fundamental para tu éxito y solo se puede alcanzar mediante la confianza, la comprensión y un diálogo abierto. Es fácil asumir que sabemos todo sobre las personas que viven cerca, pero si tu objetivo es ayudar a más mascotas, salvar vidas, y crear un cambio permanente, necesitas abordar la situación con una mirada fresca y una mente abierta. Así que no asumas nada y trata de liderar con compasión.

No asumas nada. Cuando el personal de Best Friends comenzó a visitar a las comunidades de Coachella Valley en California como parte de un nuevo programa felino para la comunidad, se enteraron de una gran colonia de gatos que vivía cerca de un parque para casas móviles. Hasta ese momento, nadie se había acercado a los residentes del parque con respecto a los gatos. Un voluntario del albergue local aseguraba que el área no era segura y que los residentes no estarían abiertos a ayudar a los gatos. De todas maneras, un miembro del equipo de defensa de animales colgó unos folletos en las manijas de las puertas de las casas móviles del parque.

En realidad, el lugar era una meca para los amantes de los gatos. Los gatos descansaban felizmente cerca de las casas y eran alimentados por residentes con ingresos bajos o inexistentes. El gerente del parque confirmó que todos amaban a los gatos y que recibirían con agrado un programa AER (Atrapar-Esterilizar-Regresar a los gatos a su lugar original).

Ya sea un vecindario específico, una clase de negocio o un grupo comunitario local, no se debería omitir a nadie dentro de tus esfuerzos de organización. Te sorprenderías de manera grata al ver la cantidad de personas que felizmente ayudan a las mascotas locales, y cuántas de ellas ya contribuyen a su manera.



[Ver video aquí >](#)

"LAS PERSONAS QUIEREN AYUDAR, PERO NO SIEMPRE SABEN QUÉ HACER..."

– Rebecca, miembro del Equipo de Acción 2025



Lidera con compasión. Cuando vemos a una persona con un perro que no ha sido esterilizado, es fácil suponer que ese individuo no esterilizó a su mascota porque no quiere hacerlo o no entiende la importancia de la esterilización. Sin embargo, a menudo las mascotas que no fueron esterilizadas son el resultado de recursos limitados o una falta de educación.

Muchas comunidades no cuentan con servicios económicos de esterilización o castración para los residentes locales. Las personas con dificultades financieras pueden tener que elegir entre pagar por una costosa cirugía o por comida para sus mascotas. En algunos casos, los bancos de alimentos han observado cómo los residentes locales pasan hambre para poder alimentar a sus mascotas primero. Como resultado, muchos bancos de alimentos también han creado servicios para mascotas.



Puede que existan personas que al principio se resistan a los programas de salvamento porque no saben cómo funcionan y les preocupa que puedan entrar en conflicto con sus propias necesidades. [Lee esta historia sobre un veterano en Jefferson Parish, Luisiana.](#) El hombre se resistió al principio al programa comunitario para gatos, pero lo aceptó luego de que el organizador del programa se tomara el tiempo de hablar con él.

Los programas de salvamento efectivos y los servicios para animales y personas siempre van de la mano. Para ayudar a las personas, con frecuencia también se necesita ayudar a sus animales. Para ayudar a los animales, con frecuencia se necesita ayudar a las personas que cuidan y conviven con ellos. El prejuicio y la discriminación cierran puertas; la confianza y la compasión las abren.

Ya sea que estés interactuando con negocios u organizaciones locales o con individuos, trata a todos como un potencial miembro de su equipo de trabajo, como alguien con un conjunto único de habilidades y experiencias que puede aportar a tus esfuerzos de organización. Cuando pienses más allá de la imagen tradicional del bienestar de animales y mires al espectro completo de grupos comunitarios, negocios locales y entidades que se encuentran a su disposición, todos se convierten en tus aliados y aumentas de manera exponencial tus probabilidades de salvamento.

LA CREATIVIDAD Y LOS PROGRAMAS BASADOS EN DATOS PARA AYUDAR A SALVAR MASCOTAS

Cuando pienses en programas que ayuden a las mascotas y tengan un impacto decisivo, piensa a lo grande, pero también sé práctico, estratégico y comprensivo. Para muchos albergues, cubrir las necesidades cotidianas (por ejemplo, alimentar a los animales, limpiar las jaulas y proporcionar asistencia sanitaria básica) puede consumir todo su tiempo, sin dejarle espacio para reflexionar y planificar otras actividades. Ayudar a que tu albergue pueda en primera instancia administrar estos retos cotidianos básicos es necesario antes de pedirle al personal que implemente grandes ideas y cambios.

También es importante asegurarte de que cualquier programa que desees implementar esté enfocado en las necesidades reales de tu comunidad. Sé tan innovador y creativo como desees, pero asegúrate de que tus ideas estén siempre conectadas a una necesidad concreta que ayudará a más mascotas y personas. Por ejemplo, si los albergues de tu comunidad ya están salvando a casi el 100% de los gatos y no tienen mayores problemas en encontrarles una casa, pero aún están luchando para que se adopten los perros, entonces abrir una cafetería para adoptar gatos probablemente no sea una prioridad.

CAPÍTULO 1 (CONTINUACIÓN)



[Ver video aquí >](#)



Para proyectos más grandes que requieran mayor planificación y recursos, intenta identificar los pasos individuales y las piezas necesarias para hacerlos más manejables para las personas que los implementarán. Por ejemplo, empezar un programa integral para los gatos de la comunidad puede ser abrumador. Empieza primero por recopilar información utilizando herramientas como el [Manual de programas para los gatos de la comunidad](#) y luego enfócate en los distintos pasos, de a uno. Estos pasos pueden incluir aprobar una ordenanza local para permitir la captura, esterilización y devolución de los gatos a su lugar original, la recaudación de fondos para comprar trampas no crueles, y contratar y entrenar a un equipo voluntario encargado de capturarlos.

Seguir las mejores prácticas e implementar programas que ya han demostrado salvar vidas siempre es la mejor manera de proceder, pero es importante pensar de forma creativa y buscar nuevas ideas para abordar problemas aún más difíciles cuando surja la necesidad.

Una parte clave de crear una comunidad compasiva para las mascotas y las personas es estar dispuestos a pensar más allá de las paredes del albergue de animales. Cuando la mayoría de las personas piensa en formas para salvar a más animales en los albergues, piensan en lo que sucede en las instalaciones físicas. Pero para lograr un impacto a largo plazo para salvar vidas se necesitan soluciones programáticas que vayan más allá de los propios albergues y se extiendan a las comunidades vecinas. A continuación, presentamos ejemplos de soluciones creativas basadas en la comunidad para salvar a las mascotas que se encuentran en los albergues.

Clubes de paseadores de perros en los albergues. Algunos albergues tienen dificultades para proporcionar suficientes oportunidades de enriquecimiento para perros más grandes y activos a fin de mantenerlos mental y físicamente estimulados mientras esperan a ser adoptados. Para tratar este problema y ayudar a que más perros sean adoptados, algunos albergues permiten que los voluntarios saquen a los perros para que puedan correr por los vecindarios cercanos. Además de proporcionar a los perros con el ejercicio necesario, estos programas crean una conciencia local y visibilidad para el albergue (los perros usan un chaleco que dice "Adóptame" mientras corren) y esto lleva a lograr adopciones y brinda una cobertura mediática positiva. Para ver un ejemplo de esta clase de programa, [lee sobre el club de paseadores de perros en el Centro de Salvamento de Best Friends en Atlanta](#).

Brigadas de reparación de cercas para ayudar a los perros perdidos y sueltos. Capturar y traer perros perdidos y callejeros puede representar una gran carga para los oficiales de control de animales y puede agotar los recursos cuando se los ingresa a un albergue. A menudo, el perro es solo un alma aventurera que escapa del jardín a través de una cerca rota o una reja sin cerrojo. Algunas comunidades han creado una red de voluntarios y ferreterías participantes dispuestos a donar su tiempo y materiales para reparar cercas y rejas. Al trabajar juntos para completar simples reparaciones para las que los dueños quizás no tienen suficiente dinero o habilidades, los miembros de la comunidad mantienen a las mascotas con sus familias y ayudan a reducir el número de perros callejeros que ingresan a los albergues.



**BUSCA ADOPTANTES
DONDE ESTOS SE
ENCUENTRAN: LLEVA A
LAS MASCOTAS A LOS
NEGOCIOS LOCALES**

Eventos de adopción ocasionales creados por la comunidad. Al acercar mascotas que pueden ser adoptadas a potenciales adoptantes, en vez de esperar a que las personas se acerquen a los albergues para adoptar, es una muy buena manera de salvar más mascotas y aumentar la conciencia y el compromiso de la comunidad. Los eventos ocasionales implican asociarse con los negocios locales para organizar eventos de adopción y difusión dentro del local y en otros lugares públicos con un gran tráfico peatonal. En muchos casos, las personas que dudan en acercarse a un albergue de animales para adoptar, con gusto visitarán un negocio local popular para conocer a su nuevo mejor amigo. Para ver un ejemplo, [lee sobre la colaboración con Urban Outfitters para ayudar a encontrar hogares para los gatos que se pueden adoptar de los Centros de Cuidado Animal de Nueva York](#).

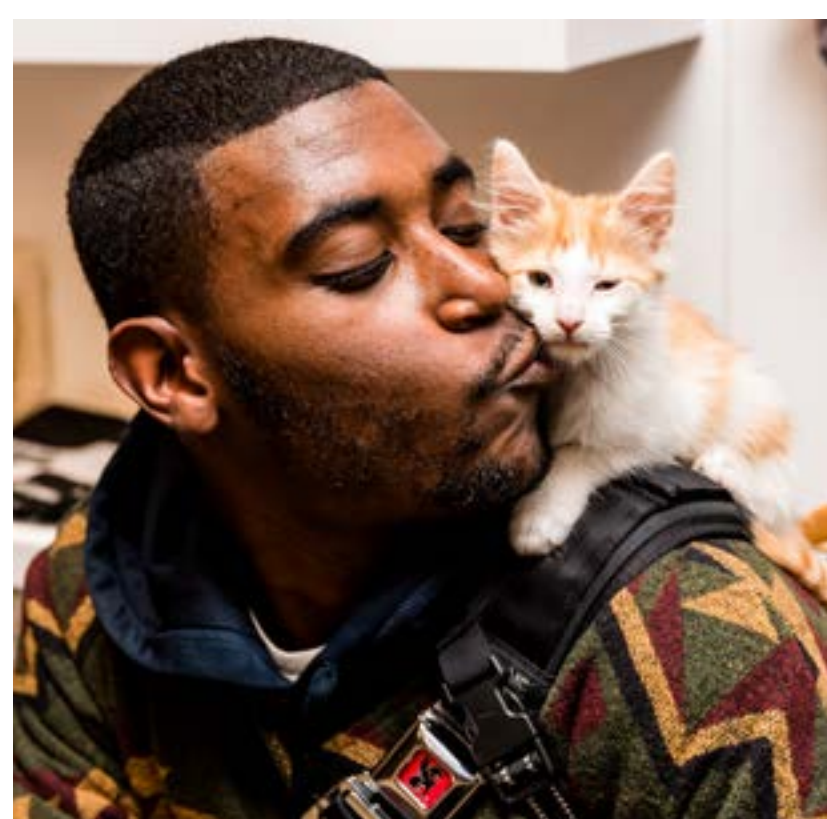
Familiarizarte con las necesidades de salvamento de tu comunidad, crear relaciones de colaboración con los albergues locales y demás miembros de la comunidad, y tener un acercamiento creativo y cuidadoso son algunos de los elementos básicos para un exitoso esfuerzo de defensa comunitaria de animales. Una vez que estos elementos estén funcionando, tu estarás listo para abordar asuntos más importantes que son fundamentales para el salvamento comunitario de perros y gatos.



Ver video aquí >

CAPÍTULO 2

INICIAR UNA DELEGACIÓN LOCAL DEL EQUIPO DE ACCIÓN 2025



El **Equipo de Acción 2025** es un movimiento comunitario a nivel nacional que trabaja para ayudar a que cada albergue de cada comunidad se convierta en “No Kill” (donde no se sacrifican animales) para el año 2025. Sigue leyendo si estás preparado para formar un equipo de trabajo para ayudar a salvar la vida de más mascotas en tu comunidad. Este capítulo contiene consejos para ponerte en marcha.

INFÓRMATE MÁS SOBRE LOS PROBLEMAS RELACIONADOS CON ANIMALES QUE AFECTAN A TU COMUNIDAD

Tal como se señaló en el [capítulo 1](#), es importante realizar una investigación previa para determinar cuáles son los problemas relacionados con los animales que existen en tu comunidad. Ponte en contacto con los albergues locales y demás grupos de protección animal. Averigua si hay otras personas u organizaciones que ya se encuentren trabajando para resolver esas cuestiones y trata de unir fuerzas. Los esfuerzos basados en la comunidad siempre deberían ser colaborativos, no aislados. **Efectuar cambios locales requiere de partes interesadas a nivel local.** Obtener el apoyo de otros grupos por fuera de tu comunidad puede ser útil pero, al final de cuentas, el cambio debe surgir desde adentro.

IDENTIFICA A OTRAS PERSONAS PARA AYUDAR A LIDERAR LOS ESFUERZOS DE SALVAMENTO

Busca personas afines en tu comunidad que sientan la misma pasión acerca de los asuntos que estás intentando abordar, pero que también tengan perspectivas diversas y conjuntos de habilidades complementarias. **A fin de garantizar el máximo compromiso e impacto, tu equipo de liderazgo debería representar a las diversas personas que se encuentran en tu comunidad.** Si los demás líderes observan y piensan al igual que tú y comparten perspectivas y experiencias idénticas, es menos probable que alcances a un gran número de personas y que tengas un impacto.

AYUDA A DIFUNDIR EL MENSAJE

Difunde el mensaje y haz contactos. Crea una lista de distribución de correos electrónicos con amigos, familiares y conocidos, y comparte información relevante, recursos y eventos. Y, por supuesto, recuerda respetar los tiempos de las personas y permitirles salir de la lista cuando así lo deseen. Utiliza los canales de tus redes sociales para anunciar tu equipo de trabajo y mantener a las personas informadas con actualizaciones e iniciativas que requieran de su apoyo. Crea un enlace con otras páginas en redes sociales que compartan objetivos e intereses similares, y anima a las personas a participar. Consulta el [capítulo 8](#) donde se discute en profundidad la eficacia de la defensa de animales en Internet.

CAPÍTULO 2 (CONTINUACIÓN)

ORGANIZA REUNIONES CON EL EQUIPO DE ACCIÓN

Si bien puedes alcanzar buenos resultados por medio del teléfono y de internet, sigue siendo fundamental encontrarse en persona de forma regular para garantizar el progreso y una coordinación efectiva. Las reuniones de tu equipo de acción deben tener un sentido de urgencia e importancia, en lugar de una sensación más informal u opcional.

DETERMINA LAS METAS Y ADHIÉRETE A UN PLAN

Cada equipo deberá contar con metas a corto y largo plazo previamente acordadas y cada reunión deberá contar con un plan que respete aquellas metas. Cuando nos apasiona un tema o asunto en particular, solemos hablar solo de eso. Y cuantas más personas involucres, más surgirá el tema en las conversaciones. Así que mantén las cosas organizadas y relevantes mientras les aseguras a las personas que hay lugar para que todos sean reconocidos y escuchados.

CONCUERDEN EN PRINCIPIOS COMPARTIDOS

¿Qué representa tu equipo? ¿Para qué objetivo trabajarás? Recomendamos incorporar estos dos principios que se toman como guía dentro de los objetivos de tu equipo:

- Solo al trabajar en conjunto podemos lograr que nuestra comunidad, y eventualmente el país, sea “No Kill” (donde no se sacrifican animales).
- Para poder hacer esto, necesitamos ser positivos, empoderadores y justos.

ACUERDEN CÓMO SE COMUNICARÁN

Los miembros de tu equipo necesitan poder comunicarse con otras personas para mantenerse informados sobre las últimas novedades y poder coordinar. Con este fin, considera crear un [grupo privado de Facebook](#), un [grupo de Google](#) o un [equipo de Slack](#). Las posibilidades son infinitas, pero utiliza cualquier herramienta de comunicación con la que tu equipo se sienta más cómodo.

DETERMINEN LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Asigna funciones y responsabilidades a los miembros de tu equipo según sus intereses y conjunto de habilidades. Es importante proporcionar la oportunidad a las personas de contribuir de distintas maneras que los mantengan comprometidos y que tengan éxito. Y asignar funciones te ayuda a evitar que haya demasiados cocineros en la cocina para una misma tarea. Algunas preguntas que puedes hacer son:

- ¿A quién le gusta organizar eventos? ¿A quién le gusta asistir a eventos y ayudar a organizarlos?
- ¿A quién le interesa asistir a reuniones y audiencias o hablar en eventos legislativos?
- ¿A quién le interesaría escribir artículos para blogs o páginas de opiniones y cartas al editor para periódicos locales y demás medios de comunicación?
- ¿Hay alguien que pueda realizar llamadas, organizar eventos o dedicar tiempo a participar en las redes sociales?

Recomendamos las siguientes funciones como un buen punto de partida:

- **Coordinador de grupo** (1 a 3 personas): Para coordinar todas las comunicaciones y monitorear el progreso del equipo
- **Vocero designado para los medios de comunicación** (1 o 2 personas): A fin de dar seguimiento, atender y hablar en las reuniones y audiencias comunitarias y como punto de contacto con la prensa local
- **Líderes designados para redes sociales** (1 o 2 personas): Para coordinar todas las comunicaciones y acciones a través de Facebook, Instagram, Twitter y demás canales sociales.
- **Coordinador de eventos** (1 o 2 personas): Para dar seguimiento y coordinar la participación grupal en eventos de la comunidad.

RECLUTA A MÁS MIEMBROS PARA EL EQUIPO DE ACCIÓN

Una vez que hayas asignado las funciones principales, incrementa tus esfuerzos de reclutamiento para el equipo. Pídeles a los miembros del equipo que envíen correos electrónicos y que se conecten por las redes sociales con sus grupos personales para ayudar a que el equipo crezca. Y no te olvides de aprovechar las oportunidades de reclutamiento presenciales. Ocupa una mesa en el mercado de productores. Sal de tu vecindario y habla con las personas. Es posible que algunas personas ignoren un mensaje o una invitación de Facebook, entre tantos que reciben, pero escucharán lo que tengas para decir en persona.

Por último, recuerda reclutar a un equipo diverso que represente a tu comunidad y a las personas que viven ahí. Piensa más allá de tus círculos sociales y profesionales habituales y piensa en otros vecindarios, grupos y personas cuyos intereses puedan entrecruzarse con los tuyos.

CONSEJO: PIENSA POR FUERA DE TUS CÍRCULOS SOCIALES Y PROFESIONALES HABITUALES



CAPÍTULO 3

RESPALDAR UNA ORDENANZA DESTINADA A SALVAR ANIMALES EN TU COMUNIDAD

La defensoría es la acción de construir un apoyo público para una causa o política en particular. Con frecuencia, escuchamos sobre personas que son reacias a llamar o escribir a los miembros electos del ayuntamiento o a los representantes estatales porque creen que sus opiniones no importan o que sus voces no serán escuchadas. Pero como la historia nos sigue demostrando, eso simplemente no es así. Cualquier persona puede tener un gran impacto. Como votante, tus opiniones valen para las personas que te representan. Este capítulo cubre todo lo que necesitas saber sobre cómo trabajar para realizar el cambio en tu comunidad a través del proceso legislativo.

Tener una legislación vigente a favor de los animales es importante para cualquier esfuerzo de defensa animal a largo plazo. Si deseamos ayudar a las mascotas locales, tenemos que asegurarnos de que (1) no existen leyes vigentes que nos impidan realizar nuestros esfuerzos y (2) existen leyes vigentes que ayudan a maximizar nuestro trabajo. Por ejemplo, algunas comunidades poseen ordenanzas anticuadas que impiden la implementación de programas AER (Atrapar-Esterilizar-Regresar a los gatos a su lugar original). Otros lugares tienen leyes problemáticas que requieren que los oficiales de control animal lleven a los perros callejeros al albergue (incrementando así la superpoblación del albergue) en lugar de hacer un esfuerzo por regresar los perros a sus dueños en el momento que los encuentran.

También es importante comprender qué tan grande puede ser el impacto de impulsar una legislación humanitaria. **Mientras que cada animal es único y tiene una vida digna de ser salvada, tenemos que pensar más allá de salvar a un solo animal para alcanzar un cambio a largo plazo que garantice la seguridad de cientos de miles.** Por ejemplo, podemos rescatar a un Pitbull Terrier en una ciudad que posee una prohibición vigente sobre esa raza. O podemos trabajar en conjunto para convencer al ayuntamiento de aprobar una legislación que prohíba la discriminación de razas y que impulse una ordenanza más progresiva enfocada en la responsabilidad del dueño de la mascota y en la seguridad pública. La aprobación de esa única pieza de legislación salvará a miles de perros y seguirá haciéndolo indefinidamente.

Puedes ayudar a salvar gatos y perros en tu comunidad al trabajar con el ayuntamiento o algún otro órgano de gobierno para crear ordenanzas que salven vidas de animales. Los siguientes pasos proporcionarán un mapa de ruta para promulgar ordenanzas de salvamento en tu ciudad o condado.

1. DETERMINA TU META

El primer paso para crear una ordenanza de salvamento animal es determinar tu meta. ¿Qué esperas alcanzar? ¿Qué sería útil para tu comunidad? (Lee el [capítulo 1](#) para obtener más información sobre este tema). Cada situación es diferente y cada comunidad tiene sus propias necesidades únicas.

Por ejemplo:

- ¿Las tiendas de animales de tu comunidad venden animales de compañía? Podría interesarte promulgar una ordenanza que prohíba la venta de cachorros, gatitos y conejos criados de forma comercial en las tiendas de animales. Envía un [correo electrónico a pupppymillinitiatives@bestfriends.org](mailto:pupppymillinitiatives@bestfriends.org) para obtener más orientación sobre este tema.
- ¿Hay personas que venden animales en la vía pública, en intercambios o en mercados de pulgas? Podría interesarte promulgar una ordenanza que prohíba la venta de animales en esos lugares.
- ¿Se admiten grandes números de gatos salvajes o callejeros (es decir gatos de la comunidad) en los albergues? De ser así, puedes apuntar a una ordenanza que elimine los obstáculos que impidan la implementación de un programa AER (Atrapar-Esterilizar-Regresar a los gatos a su lugar original).
- ¿Tiene tu ciudad o condado políticas vigentes de discriminación de razas que se enfocan en ciertas razas como los Pitbull Terriers?

CAPÍTULO 3 (CONTINUACIÓN)



Conversa con las personas de la agencia local de control de animales o albergue municipal. ¿Cuál consideran que es la necesidad más grande? ¿De dónde vienen los animales que llegan a sus instalaciones? Y recuerda mantenerlo simple. Cuantas más cosas intentes incluir en tu ordenanza, más oposición puedes generar. Y cuanto más complicada sea la ordenanza, más resistencia recibirá por parte de los legisladores.

2. REALIZA INVESTIGACIONES Y RECOPILA DATOS

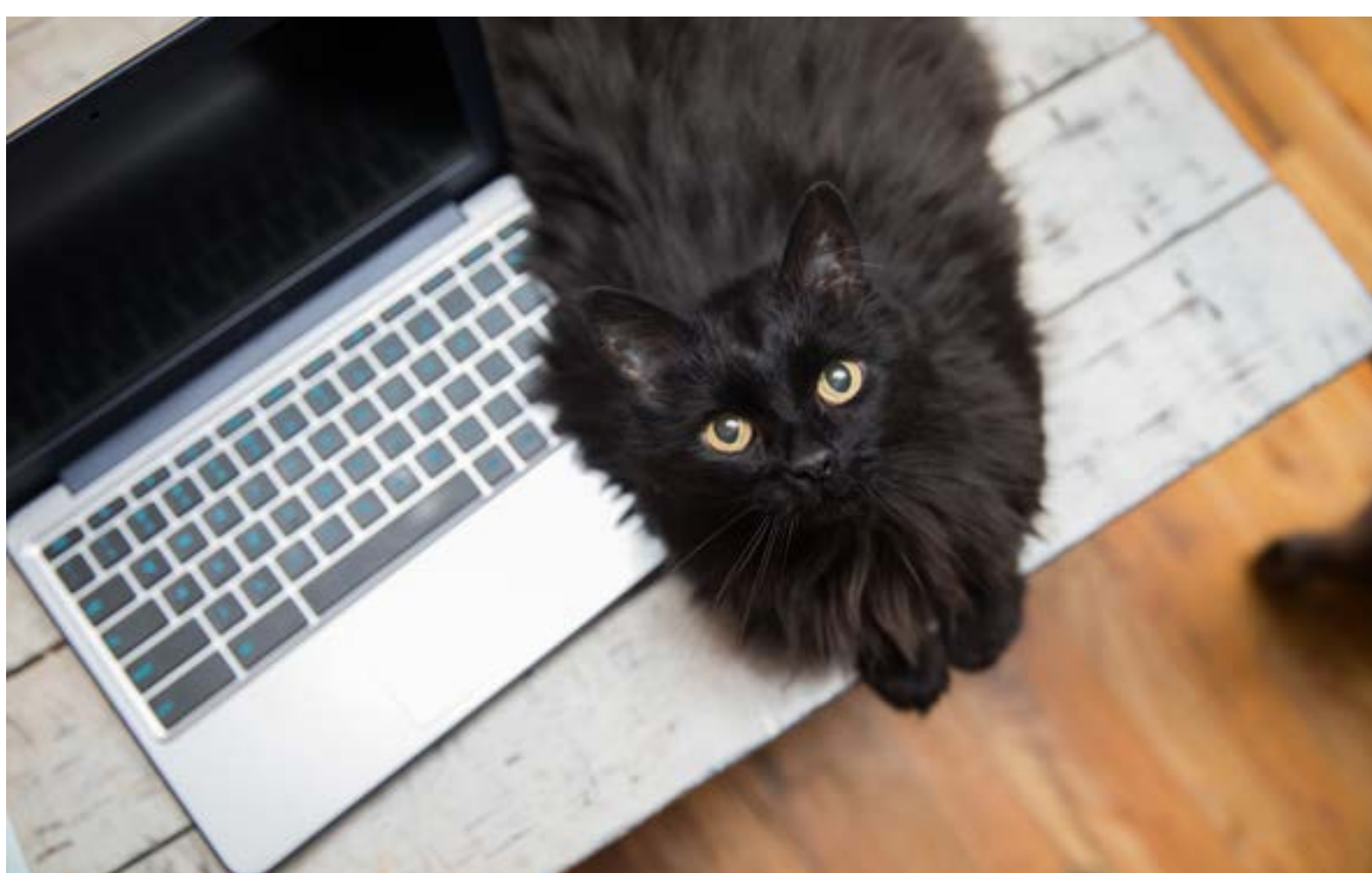
Empieza el proceso juntando la mayor cantidad posible de información sobre el estado actual de la protección animal en tu comunidad. ¿Cuántos albergues hay? ¿Cuántos gatos y perros ingresan al albergue (o albergues) cada año y cuántos salen con vida? [Utiliza el tablero comunitario de salvamento que se menciona en el capítulo 1 como punto de partida para tu investigación.](#)

Necesitarás considerar qué clase de leyes ya se encuentran vigentes. Puedes identificar los códigos locales en [municode.com](#). Deberás [averiguar si tu estado opera de forma autónoma o según la Regla de Dillon](#). Esta información determinará la clase de ordenanzas locales que pueden promulgarse en tu comunidad.

También necesitarás saber cómo funciona el proceso legislativo de tu comunidad. ¿Es el órgano de gobierno un ayuntamiento, un consejo del condado o una junta de comisionados o supervisores? ¿Es el alcalde un funcionario elegido por separado o un miembro del consejo? (Para el propósito de esta guía, los organismos de gobierno local se denominarán ayuntamientos o consejos.)

Visita la página web oficial de tu comunidad para conocer el programa de las reuniones anteriores y ver la clase de problemas que el consejo ha tratado en el pasado y cómo votaron los miembros del consejo con respecto a esos temas. Esto te proporcionará información invaluable sobre cómo podrían responder ante tu propuesta.

INVESTIGA: DESCUBRE CÓMO FUNCIONA EL PROCESO LEGISLATIVO DE TU COMUNIDAD



3. SUGIERE TU ORDENANZA

Por lo general, las ordenanzas locales empiezan con un funcionario electo o un miembro del público que introduce la ordenanza propuesta al organismo de gobierno. Esto significa que puedes optar por reunirte con un funcionario electo (o un miembro del personal) y pedirle que lo presente, o puedes presentarlo tú mismo en una reunión abierta con el organismo de gobierno.

Reúnete con un funcionario público

Algunos ayuntamientos están organizados de forma tal que cada miembro representa a un distrito dentro de la comunidad, mientras que otros son "generales", lo que significa que todo el organismo de gobierno representa a la comunidad. Para el primer caso, idealmente te reunirías con tu propio representante, pero cualquier miembro servirá, siempre y cuando esa persona esté a favor de los animales.

Ya has realizado una investigación sobre el organismo de gobierno en su totalidad, pero ahora deberás investigar a cada miembro. Revisa sus registros de votación, busca artículos en periódicos en línea sobre ellos y visita sus páginas web. Puede que encuentres algo útil que te ayude a determinar con quién deberías reunirte (por ejemplo, quizás uno de ellos adoptó a un perro de albergue).

Aquí hay otros detalles que debes considerar:

- ¿Cuáles son sus intereses especiales?
- ¿Alguno de esos intereses es relevante para lo que tú quieres proponer?
- ¿Cuánto dura su mandato?
- ¿Están en campaña para su reelección?

CAPÍTULO 3 (CONTINUACIÓN)

Para iniciar la reunión, empieza con un llamado telefónico. Puedes encontrar la información de contacto de los funcionarios electos en la página web de tu ciudad o condado, llamando a la oficina del secretario de la ciudad o del condado, o mediante [Ballotpedia](#). Por lo general, los llamados telefónicos suelen ser el medio más eficaz para comunicarse con funcionarios públicos por temas específicos. Identifícate como votante e intenta coordinar una reunión en persona para analizar tu idea en profundidad.

Cuando te reúnas por primera vez con el miembro del consejo, explica el asunto de forma breve pero completa. Prepárate para explicar por qué tu propuesta sería beneficiosa para la comunidad. Los funcionarios públicos se encuentran, por lo general, muy ocupados, y mucha gente se les acerca con frecuencia con ideas sobre una variedad de cuestiones. Así que es mejor prepararse con el lenguaje propuesto para tu ordenanza.

Si necesitas ejemplos sobre el lenguaje utilizado en una ordenanza sobre venta de mascotas, Best Friends posee enlaces a todas las [ordenanzas sobre venta minorista de mascotas](#) que se han decretado en América del Norte. También contamos con un modelo de una [resolución "No Kill"](#) (para que no se sacrifiquen animales) que es concisa y positiva (ubicada bajo el título "Ejemplo de lenguaje para una resolución "No Kill"). Utiliza esto como punto de partida y modifícalo como sea necesario. Además, te podemos ayudar a redactar utilizando un lenguaje específico según el tema, de acuerdo con las necesidades particulares de tu comunidad.

Ten los datos a mano para la reunión en persona y prepárate a responder preguntas. Deja una hoja informativa o un resumen de una sola hoja con el funcionario, junto con tu información de contacto. Asegúrate de agradecerle al funcionario por su tiempo y de realizar un seguimiento un par de días después.

Introduce el tema en una reunión abierta del consejo.

La segunda opción es que tú mismo presentes la ordenanza propuesta en una reunión pública del consejo. Puedes hacer una breve presentación durante el periodo de comentarios públicos de la reunión (y quizás hacer una presentación más extensa si coordinas esto con el secretario municipal con anticipación).

Por lo general, el consejo no tratará el tema hasta una próxima reunión, debido a que las leyes de reuniones abiertas determinan que todos los temas de discusión deberán incluirse con anterioridad en la agenda que se encuentra disponible para el público (a menudo, tres días antes de la reunión). Ten en cuenta que ya seas tú o un miembro del consejo quien presente el pedido de una ordenanza, el consejo no lo considerará en esa primera reunión. Será necesario que incluyan el tema en la agenda de debate para una futura reunión. Sin embargo, no te sientas desalentado; tu presentación inicial dará comienzo al proceso.



4. CONSIGUE EL APOYO DE TU COMUNIDAD

El término "comunidad" debería abarcar a los residentes, dueños de negocios locales y profesionales. Cuando consideres quién apoyará tu propuesta, piensa más allá de la obvia contingencia del bienestar animal, debido a que cualquier persona que se encuentre a favor del tema (especialmente si es un amplio sector de la comunidad) puede ser de gran valor para tu causa.

También es una buena idea que te pongas en contacto con los miembros de la comunidad relativa al bienestar animal, como voluntarios y trabajadores de albergues, grupos de rescate animal, oficiales de control de animales, criaderos con buena reputación y veterinarios. Pídeles a esas personas que se comuniquen con el ayuntamiento, que firmen cartas y que asistan a las reuniones del consejo en apoyo a tu propuesta. Consigue apoyo con anticipación a fin de no tener que buscar desesperadamente apoyo más tarde.

Además, podrías crear una petición en papel o en línea (consulta el [capítulo 4](#)) para empezar a movilizar voluntarios y obtener apoyo para una posible ordenanza. (Intenta conseguir firmas solo de las personas que vivan o trabajen en la comunidad.) Esto también se puede hacer antes de que se proponga oficialmente tu ordenanza.

CAPÍTULO 3 (CONTINUACIÓN)



LAS REDES SOCIALES SON UNA PODEROSA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN

Las redes sociales son una poderosa herramienta cuando se trata de la defensa comunitaria. Puedes crear rápidamente conciencia y apoyo a través de publicaciones en Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, blogs y demás plataformas. Muchos funcionarios electos poseen páginas públicas en Facebook y cuentas en Twitter, así que aprovecha la oportunidad para comunicarte directamente con ellos a través de esos canales. Lee el [capítulo 8](#) para obtener más información sobre cómo utilizar las herramientas digitales para apoyar tu causa.

Además, puedes crear un grupo de Facebook para compartir actualizaciones o una página de eventos para promover la asistencia de personas a las reuniones públicas. Estos son buenos lugares donde poner un enlace que los dirija a una petición, proporcionar información de contacto de miembros del consejo o publicar una carta de ejemplo, que los simpatizantes puedan enviar a los miembros del consejo.

Las cartas previamente redactadas para el consejo pueden hacer que sea fácil y conveniente para las personas comunicar su apoyo; las cartas deberían incluir el nombre, domicilio y firma de cada simpatizante. Haz copias de cada carta antes de enviarlas al ayuntamiento.

5. DIFUNDE EL MENSAJE

Es probable que los medios locales de noticias se interesen por lo que estás proponiendo para la comunidad. Aquí hay algunas ideas para atraer la cobertura de los medios de comunicación a fin de informar a la comunidad y obtener apoyo:

- Envía cartas o correos electrónicos a los editores de los periódicos locales, estaciones de televisión, estaciones de radio y páginas web detallando la ordenanza propuesta.
- Proporciona material de referencia pertinente sobre el tema con anticipación a cualquier representante de los medios de comunicación que te contacte para una entrevista.
- Prepárate una simple lista de temas para debatir. Si un número de personas están participando de tus esfuerzos, selecciona a una de ellas como vocero frente a los medios de comunicación y asegúrate de que la persona esté preparada para hablar en forma breve y precisa sobre el tema. Lo mejor sería que el vocero sea un miembro de la comunidad.
- Cuando te reúnas con los medios de comunicación, considera llevar contigo a un perro o gato embajador cuidadosamente seleccionado. Los animales embajadores deben tener un buen comportamiento y estar relajados en ambientes públicos, desconocidos y frenéticos. También deben estar limpios, bien cuidados y parecer lo más amigables y dóciles posible. Esto significa que los perros no deberían tener collares de ahorque, cadenas, collares con clavijas ni otros materiales de entrenamiento que sean nocivos para el animal.

6. PARTICIPA DE REUNIONES DEL GOBIERNO LOCAL

Es una buena idea asistir a las reuniones del gobierno local mientras estás esperando a que presenten tu ordenanza, para que puedas observar cómo se manejan las reuniones y cómo funciona el proceso. Esto también puede darte una idea de la personalidad de cada miembro del consejo. Te ayudará a sentirte más cómodo cuando llegue el momento de testificar en apoyo a tu ordenanza. Una vez que te familiarices con el formato de las reuniones, es momento de prepararte para presentar tu ordenanza.

Antes de la reunión donde se presentará tu propuesta ante el consejo, entrega un paquete informativo a cada miembro del consejo, así como también al alcalde (en caso de que él o ella no sea miembro del consejo) y al secretario municipal. Quédate con al menos una copia para ti. Consulta con el secretario municipal para informarte sobre cuántas copias necesitarás presentar y con cuánta anticipación deberás enviarlas. Planea esto de tal manera que los miembros del consejo tengan suficiente tiempo para revisar la información. Asegúrate de leer el [capítulo 9](#), donde se mencionan algunos consejos para trabajar con los medios de comunicación para apoyar tus esfuerzos.

CAPÍTULO 3 (CONTINUACIÓN)



Qué incluir en los paquetes informativos:

- Una breve carta de presentación que explique con claridad el problema
- Tu material de investigación
- Una lista de ciudades o condados que ya hayan aprobado ordenanzas similares, y algunas muestras de ordenanzas comparables con lo que estás intentando lograr.
- Material informativo general sobre el tema (la [página de defensa animal de Best Friends](#) posee recursos útiles)
- Tu tarjeta de presentación o información de contacto

Qué llevar a la reunión:

- Una copia (o varias copias en caso de ser posible) del paquete que enviaste a cada miembro
- Muestras de ordenanzas para el abogado municipal o el administrador de la ciudad
- Las firmas de tu petición o copias de las cartas de apoyo
- De ser posible, una presentación de PowerPoint
- Apoyo de la comunidad (expertos en el tema y votantes)

Qué hacer y decir en la reunión

Cuando hayas presentado la ordenanza, se le permitirá al público comentar sobre el tema. Cada persona que desee dirigirse al consejo completará una tarjeta como orador y, por lo general, tendrán entre 3 y 5 minutos cada uno para hablar. Si es posible, intenta reunirte previamente con aquellas personas que hablarán en público para que puedas conocer lo que planean decir sobre la propuesta. Organízalos según la manera que desees que se presente la información; entrega las tarjetas de los oradores en ese orden y planifica que cada persona cubra un punto diferente.

Cuando se dirija al consejo, cada orador deberá presentarse diciendo su nombre y si es residente o dueño de un negocio en la comunidad (y si es así, desde hace cuánto tiempo). El consejo querrá escuchar tanto a residentes como a dueños de negocios que pudieran verse afectados por la ordenanza.

Todos los oradores deberán tener sus observaciones escritas con anterioridad. Hablar en público puede atemorizar a algunas personas, así que preparar notas ayuda a aumentar la confianza y permitirle al orador que evite repetir cosas o dispersarse. También ayudan a asegurar que se cubran los puntos importantes dentro del plazo establecido, y le permite al orador hacer modificaciones a sus comentarios en el momento si el consejo decidiera acortar el tiempo del orador en la reunión (esto suele ocurrir si se presentaron muchas tarjetas de oradores). Siempre es una buena idea practicar con anticipación.

No es necesario utilizar todo el tiempo asignado a comentarios del público (el consejo se lo agradecerá), especialmente si solo estás repitiendo lo que ya se ha mencionado. En ese caso, cada orador deberá mencionar su nombre, y decir que es un residente que apoya la ordenanza.

RECOMENDACIÓN: EL CONSEJO QUERRÁ ESCUCHAR TANTO A LOS RESIDENTES COMO A LOS DUEÑOS DE NEGOCIOS QUE PUDIERAN VERSE AFECTADOS POR LA ORDENANZA

CAPÍTULO 3 (CONTINUACIÓN)

Si es posible, prepara una presentación de PowerPoint con imágenes y datos relevantes. Esto requiere de un poco más de organización y práctica, pero PowerPoint es una herramienta realmente poderosa ya que permite que los miembros del consejo sigan visualmente tus declaraciones.

Recomendaciones para un testimonio efectivo:

Haz esto:

- Vístete y compórtate de forma apropiada. Sé profesional y formal tanto en tu apariencia como en tu conducta.
- Trata de ser breve y preciso. Evita repetir lo que ya han mencionado otros oradores.
- Sé paciente, y prepárate a hacer concesiones. Puede que no logres exactamente lo que te propusiste alcanzar.
- Realiza un seguimiento para agradecerle a los miembros del consejo que votaron a favor de tu ordenanza y alienta a los demás a hacer lo mismo.

No hagas esto:

- **NO** te concentres demasiado en la crueldad a los animales. No todos los funcionarios electos son amantes de los animales, así que adapta tus comentarios a los intereses que ellos tengan como legisladores y haz referencia a cualquier preocupación que puedan tener.
- **NO** te enfoques en un individuo, grupo o negocio. Mantente enfocado en los beneficios generales que tu ordenanza proporcionará a la comunidad.
- **NO** seas sentimental, combativo ni irrespetuoso. Aun si otros mencionan cosas que consideras ofensivas o insultantes, serás mucho más efectivo si te mantienes amable y tranquilo durante todo el proceso.

Proceso de aprobación de la ordenanza

En caso de que exista una moción por parte del consejo para considerar una ordenanza, por lo general el proceso comienza con una orden para el administrador, abogado o personal municipal o del condado, para que regresen con un reporte y una recomendación. O el consejo puede decidir crear un grupo de trabajo para investigar el tema y hacer seguimiento con un reporte.

Una vez que el consejo apruebe la redacción de una ordenanza, por lo general, el abogado municipal o del condado la escribe. Es más fácil para ellos tomar una ordenanza que ya se haya aprobado en otra jurisdicción y utilizarla como modelo. (Es por esta razón que debes incluirlas en el paquete para el municipio y siempre debes llevar copias adicionales a la reunión.)

Cuando se haya escrito la ordenanza, se presentará ante todos los miembros del consejo para que emitan sus votos o, si la ciudad o el condado es grande, es posible que la ordenanza tenga que ser aprobada primero por un comité. Cuando la ordenanza se presente ante el consejo completo, primero se realizará la votación en primera lectura y una audiencia pública, por lo general seguido de una votación en segunda lectura unas semanas más tarde. El consejo puede modificar la ordenanza durante este proceso.

Una vez que la ordenanza final haya sido aprobada por un voto por mayoría, entrará en vigor. Dependiendo de la ordenanza y el proceso municipal o del condado, puede entrar en vigor de forma inmediata o luego de un periodo de tiempo designado.

7. ¡NO TE DES POR VENCIDO!

No te sientas desalentado si tu ordenanza no se promulga. Difundir el tema es un gran paso hacia adelante y facilitará la implementación de algunos cambios positivos en el futuro. Siempre tienes la opción de probar de nuevo (quizás con un consejo electo diferente). Y todo lo que hayas hecho en el proceso ayudará a dirigir a tu comunidad hacia un futuro “No Kill” (donde no se sacrifican animales).

Tómate un tiempo para reorganizarte, y luego considera realizar lo siguiente:

- Reflexiona sobre tus esfuerzos, para determinar si necesitas adaptar tu estrategia.
- Ponte en contacto con los funcionarios electos que votaron en contra de tu ordenanza a fin de descubrir por qué no la apoyaron.
- Intensifica tus esfuerzos de difusión, incluyendo las comunicaciones con funcionarios.
- Sigue asistiendo a las reuniones del consejo y participa. Duplica tus esfuerzos para alentar a los simpatizantes a participar de las reuniones contigo y a compartir sus opiniones al respecto.
- Respaldas a los candidatos que estén a favor de los animales en futuras elecciones y trabaja para ayudarlos a ganar.
(Si representas a una organización sin fines de lucro, asegúrate de investigar cualquier ley o restricción en torno a respaldar a candidatos políticos.)
- Asiste a eventos políticos para recaudaciones de fondos y conversa sobre los temas que son importantes para ti.
- Considera presentarte como candidato para ocupar un cargo político.

Y cuando tengas éxito, asegúrate de agradecer a los funcionarios y a tus compañeros que defienden las mismas causas. Implementar cambios que salvan las vidas de los animales requiere que todos trabajemos juntos, y cuanto más reconozcamos y valoremos los esfuerzos ajenos, más efectivos seremos.

TODO LO QUE HACES AYUDA A DIRIGIR A TU COMUNIDAD HACIA UN FUTURO “NO KILL” (DONDE NO SE SACRIFIQUEN ANIMALES)

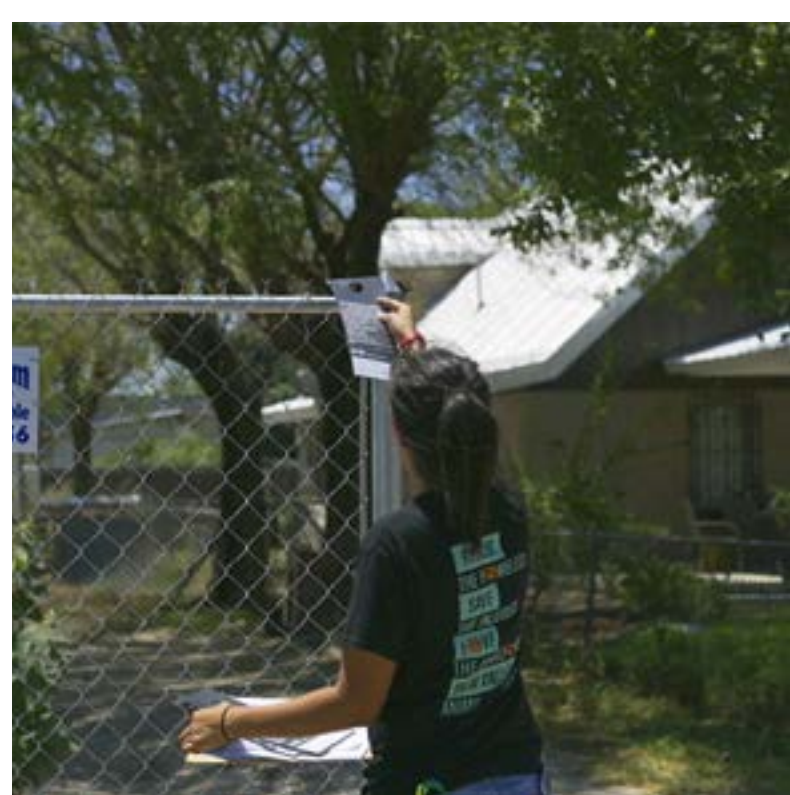


CAPÍTULO 4

CREAR PETICIONES Y JUNTAR FIRMAS



[Ver video aquí >](#)



Las agencias locales y los funcionarios electos tienen que enterarse de que te importa salvar las vidas de las mascotas sin hogar. Y las mascotas de tu comunidad necesitan de tu voz para ayudar a hacer que eso suceda. Conversar cara a cara con las personas de tu comunidad, como se solía hacer en otras épocas, es la forma más efectiva de construir el apoyo que necesitas para salvar más vidas.

Crear peticiones impresas y recopilar las firmas de los miembros de la comunidad puede promover la toma de conciencia, aumentar la participación comunitaria y crear una lista de contactos de simpatizantes locales. Luego de escribir la petición, hazla circular en un foro, mientras presentas y haces campaña, y en otros eventos comunitarios.

Además, considera escribir una petición por separado más detallada para organizaciones afines, para que firmen y manifiesten su apoyo en forma de una coalición.

Las peticiones eficaces son aquellas que son creadas y distribuidas de forma estratégica y que reciben un número significativo de firmas. Es fundamental programar la recolección de firmas antes de que se tomen decisiones importantes y se vote sobre esos temas; también es importante realizar un seguimiento con los funcionarios locales a fin de mantener el impulso en marcha. Por lo tanto, empieza a juntar firmas varias semanas antes de necesitarlas y asegúrate de tener en cuenta las fechas y hacer el seguimiento como corresponda. **Una nota importante: las peticiones solo son eficaces cuando logras recopilar un número considerable de firmas con anticipación a las fechas claves.**

Además, piensa cómo deseas entregar las firmas de tu petición. Por ejemplo, podrías utilizar esta oportunidad para conseguir una cobertura de prensa adicional e invitar a los simpatizantes y reporteros a asistir a la reunión en el ayuntamiento donde entregarás la copia en persona.

Consejos para una petición exitosa:

- Dirige la petición a las personas que tienen el poder de decisión con respecto a los objetivos de tu grupo. Por ejemplo, dirige la petición al ayuntamiento o al alcalde más que a la "ciudad X" o al "pueblo de X".
- Asegúrate de que las firmas sean legibles. También deberías dejar un espacio en la petición para que las personas incluyan su domicilio para que los funcionarios electos puedan verificar que son votantes locales.
- Pregúntales a las personas si desean unirse a tu Equipo de Acción o si desean que los agreguen a la lista de contactos de la compañía. De ser así, consigue los datos de contacto (dirección de correo electrónico, número de teléfono y dirección postal) y haz un seguimiento con ellos una semana más tarde.
- Siempre haz copias de las peticiones o de las tarjetas de firma antes de entregarlas, para que puedas hacer un seguimiento con las personas que firmaron y utilizarlas en el futuro.

CONVERSAR CARA A CARA CON LAS PERSONAS DE TU COMUNIDAD ES LA FORMA MÁS EFECTIVA DE GENERAR APOYO.

CAPÍTULO 4 (CONTINUACIÓN)



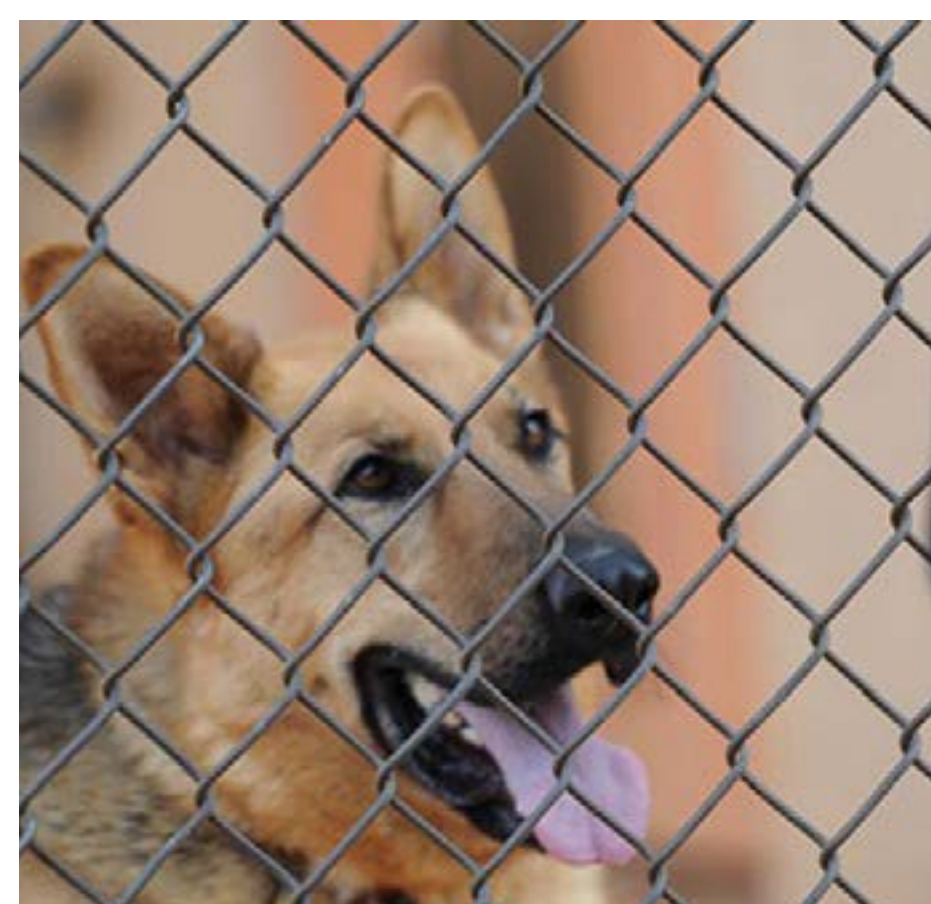
A fin de recopilar firmas de apoyo de parte de las personas de tu comunidad:

- Imprime la petición. Debería contener una hoja informativa y un espacio para las firmas.
- Decide cuándo y dónde darás a conocer tu petición. Empieza con tus vecinos, amigos y familiares y luego pídeles que te acompañen a hablar con los demás. Planea visitar eventos comunitarios, cafeterías locales, supermercados, librerías, iglesias, mercados de productores, campus universitarios y cualquier otro lugar donde haya personas caminando.
- Lleva contigo un portapapeles, plumas y la petición y sal a la calle a recolectar firmas y comentarios.

Lo mejor será mantener tu discurso muy corto y simple. Aquí hay algunos puntos útiles de debate:

- Cientos de gatos y perros de nuestra comunidad corren el riesgo de ser sacrificados este año solo por no tener un lugar seguro que puedan considerar como su hogar.
- Ha habido un increíble progreso de salvamento en los últimos años, pero demasiados animales aun son sacrificados, y hay mucho más que podemos y debemos hacer.
- Nuestros funcionarios electos necesitan saber que sus votantes desean vivir en una comunidad No-Kill (donde no se sacrifican animales), y nuestros albergues necesitan del apoyo público para alcanzar ese objetivo.
- Tenemos la oportunidad de ser parte de una solución y ayudar a los albergues de nuestra comunidad a obtener los recursos que necesitan para salvar a cada mascota que pueda ser salvada.

Por último, saca fotos de tus esfuerzos de difusión y compártelas por las redes sociales y envíenlas a action2025@bestfriends.org. Celebrar y compartir tu historia de éxito a través de nuestros canales ayudará a inspirar a otras personas compasivas en todo el país a que sigan tu ejemplo.





CAPÍTULO 5

CELEBRAR UNA REUNIÓN DEL EQUIPO DE ACCIÓN 2025

La meta de cualquier reunión grupal es construir una comunidad y fortalecer las conexiones entre las personas que compartan las mismas metas y tengan intereses similares. Somos más fuertes cuando actuamos juntos y las reuniones son un componente fundamental para crear y mantener esa unidad.

AL ORGANIZAR O PARTICIPAR DE UNA REUNIÓN, PUEDES:

- Conectarte con los demás miembros de tu comunidad que quieran ayudar a los perros y gatos.
- Platicar sobre el estado actual de salvamento en tu comunidad y determinar qué se puede hacer para mejorarlo.
- Crear una sensación de entusiasmo e inspirar a las personas a que planifiquen el trabajo futuro y que incluso coordinen una reunión regular de trabajo.

AQUÍ SE ENCUENTRAN LOS PASOS NECESARIOS PARA EMPEZAR:

1. Ponte en contacto con Best Friends enviando un correo electrónico a action2025@bestfriends.org para avisarnos que estás empezando una campaña local. Nosotros te podemos proporcionar información y orientación, y ayudarte respondiendo tus preguntas.
2. Prepara una hoja de registro para recopilar la información de contacto de los asistentes.
3. Imprime una descripción de la campaña para cada asistente. También puedes distribuir los puntos de debate de la campaña y demás recursos que consideres necesarios.
4. Prepara una agenda de trabajo y selecciona a un moderador. Como organizador de la reunión, es posible que tú seas la opción lógica de moderador, pero si piensas que existe otra persona que pueda hacerlo, pregúntale si estaría dispuesta a cumplir con esa función. También deberías designar a una persona para que tome notas y luego las distribuya.

¿No estás seguro de cómo moderar una reunión? [Obtén la herramienta Facilitación 101 de la Asociación Internacional de Facilitadores.](#)



[Ver video aquí >](#)

ELIGE UNA UBICACIÓN Y UN HORARIO PARA TU REUNIÓN

Puedes organizarla en tu casa o pueden reunirse en una cafetería o algún otro lugar social; por lo general, las bibliotecas tienen salas de reunión gratuitas.

Después, selecciona un horario. A menudo es mejor al término de la jornada laboral, en particular si el equipo incluye a muchas personas diversas con distintas responsabilidades y horarios. Es importante tener en cuenta la hora de la cena, así que limita la reunión a una hora de duración.

CAPÍTULO 5 (CONTINUACIÓN)



QUÉ HACER EN TU PRIMERA REUNIÓN

Antes de empezar tu primera reunión, prepara todo el material que necesitarás. Imprime una hoja de inscripción y lleva materiales tales como bolígrafos, papel, notas autoadhesivas, o un póster o cartulina en blanco y una computadora portátil para hacer una sesión creativa en la que se registren las ideas de todos los asistentes.

Te sugerimos incluir los siguientes elementos en la agenda de tu primera reunión:

- Haz presentaciones.
- Explica el propósito del equipo y de la campaña.
- Evalúa las necesidades de tu comunidad.
- Realiza una sesión creativa de ideas sobre posibles aliados.
- Desarrolla una estrategia inicial.

Se analizan estas actividades con mayor detalle a continuación. Puede que decidas llevar algunas de ellas a cabo en tu segunda reunión, y enfocarte en las primeras dos o tres actividades durante la primera reunión. La forma en que debes estructurar tus reuniones dependerá de las personas involucradas y del cronograma específico de tu comunidad. Puede que sea mejor que la primera reunión sea corta, o puede que sea mejor definir la campaña en profundidad de inmediato. ¡Tú decides!

Haz que se presenten. Recibe a cada asistente, haz que se sienta bienvenido y agradécele por haber encontrado el tiempo para presentarse a la reunión. Una vez que todos hayan llegado, dale la oportunidad a que cada uno se presente, diga por qué está ahí y comparta algún otro dato personal relevante (por ejemplo, si ésta es la primera vez que participa de una defensa de animales o si ya ha tenido experiencia previa en campañas similares).

Explica el propósito del equipo y de la campaña. Aclara el propósito de la reunión y explica por qué es tan importante tomar acción para las mascotas en tu comunidad. Recuerda mantener la reunión corta y concisa para que tengas tiempo para la sesión de ideas y planificación.

Evalúa las necesidades de tu comunidad. Utiliza lo que has aprendido del [tablero de salvamento de tu comunidad](#) y de otros lugares para formular las necesidades de tu comunidad. Si llevaste una computadora portátil o una tableta a la reunión, podrías analizar en grupo la información del tablero sobre tu comunidad.

Trata el tema del "panorama" de la defensa de los animales en tu ciudad o pueblo. Aquí hay algunos puntos sobre los que pueden conversar:

- ¿Se educa a los residentes sobre temas relacionados con el bienestar de los animales?
- ¿Se han realizado campañas de este tipo en el pasado?
- ¿Existe algún grupo fuerte y organizado que ya se encuentre trabajando en estos temas?
- ¿Cómo puede esta campaña construirse en base a lo que ya existe?
- ¿Con qué mensajes se identificarán las personas de tu comunidad?
- ¿Cuál es el organismo de votación de tu comunidad y cuál es su estructura? (Es probable que sea el ayuntamiento, pero algunas municipalidades tienen otros procesos para votar sobre las leyes, como una reunión o junta del pueblo).
- ¿Cuántos votos necesitas para que tu propuesta se convierta en ley?
- ¿Cuáles son los nombres y las afiliaciones políticas de los miembros del cuerpo legislativo local?
- Según lo que conoces sobre ellos, ¿quién esperas que apoye tus reformas? ¿Quién podría oponerse a ellas? ¿Quiénes son los que probablemente tienen un voto decisivo?
- Si los miembros representan secciones o distritos específicos, ¿incluye tu equipo de acción a personas de cada sección?

Es posible que en este momento no sepas las respuestas a todas estas preguntas, pero escribe lo que sí sabes y crea un plan en equipo para encontrar las respuestas a las preguntas pendientes.

RECIBE A CADA ASISTENTE, HAZ QUE SE SIENTA BIENVENIDO Y AGRADÉCELE POR HABER ENCONTRADO EL TIEMPO PARA PRESENTARSE A LA REUNIÓN.

CAPÍTULO 5 (CONTINUACIÓN)

Mantén una sesión creativa, en la que se registren las ideas de todos los asistentes con respecto a posibles aliados. Antes de que un organismo de gobierno local considere tus reformas, necesitarás construir una coalición fuerte y diversa que represente tantos intereses diferentes como sea posible. Para empezar, dedica tiempo a pensar nuevas ideas sobre posibles aliados en tu comunidad. **Incluye a los albergues locales como punto de partida.**

Aquí hay un ejercicio fácil para el intercambio de ideas:

- Entrégale al grupo tres colores distintos de notas autoadhesivas. Luego toma un papel póster (o cartulina) y divídelo en cuadrantes.
- Pídele al grupo que escriba en las notas autoadhesivas el nombre de las organizaciones (utilizando uno de los colores), personas (en otro color) e instituciones (el tercer color) relacionados con tu campaña. Esto ayudará a que los participantes formulen ideas sobre posibles objetivos de difusión.
- Etiqueta las líneas en la cartulina con un eje X (línea horizontal) y un eje Y (línea vertical).
- El eje horizontal representa el grado de solidaridad que podría tener una persona o un grupo con tu campaña. Es decir, qué tan de acuerdo están contigo y con tu causa.
- El eje vertical representa el poder relativo de una persona o grupo; es decir, qué nivel de persuasión o influencia tienen y cuánto pueden ayudar a tu causa o perjudicarla.
- En base a estos criterios, pídeles a los participantes que coloquen las notas autoadhesivas en algún punto de esos dos ejes. Cuando todos hayan terminado, tendrás en el papel a tus aliados a la derecha y a tus oponentes a tu izquierda, y aquellos que son neutrales o inciertos en el medio.
- Tus aliados más poderosos se encontrarán en las notas en la esquina superior derecha del cuadrante. Aquellos son los individuos o grupos que querrás contactar primero. Luego podrás trabajar hacia los aliados menos probables o que tengan menos poder.



Desarrolla una estrategia inicial. Puedes considerar armar una estrategia de campaña durante tu primera reunión, o puedes esperar hasta que el equipo incluya a más personas. De cualquier manera, deberías empezar con esto tan rápido como puedas porque ayudará a enfocar todos tus esfuerzos en el futuro.

Midwest Academy for Activists define una estrategia como "un método para obtener suficiente poder como para hacer que un gobierno o un oficial corporativo haga algo en interés del público que de otra manera no quisieran hacer". Una estrategia es un medio para conseguir poder para persuadir a un órgano decisorio específico a que realice una acción en particular. Esta definición, junto con la [Tabla de estrategia de Midwest Academy](#), proporciona un buen punto de partida para desarrollar una estrategia que será exitosa en tu comunidad.

A medida que completes la tabla, utiliza la información que hayas recopilado mientras llevabas a cabo la sesión de intercambio de ideas sobre los aliados y mientras evaluabas a tu comunidad para empezar a desarrollar una estrategia para tu campaña. Completar la tabla te ayudará a entrar en más detalle y a pensar en los pasos que deberás tomar.

En tu próxima reunión de equipo, tómate unos minutos para hablar sobre lo que funcionó y lo que fue más útil de la reunión anterior. Toma notas y consúltalas cuando planifiques reuniones futuras. Este paso es fundamental para lograr un éxito continuo y un impulso que se mantenga en el tiempo.

Tabla de estrategias de Midwest Academy

Luego de elegir el tema, completa esta tabla como una guía para desarrollar tu estrategia. Sé específico. Haz una lista de las posibilidades.

Metas	Consideraciones de la organización	Votantes, aliados y oponentes	Objetivos	Tácticas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Haz una lista de los objetivos a largo plazo de tu campaña. 2. Determina las metas a mediano plazo para el tema de la campaña. ¿En qué consiste la victoria? <p><i>¿Cómo la campaña</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • alcanzará mejoras concretas para la vida de las personas? • le otorgará a las personas una idea de su propio poder? • modificará las relaciones de poder? <ol style="list-style-type: none"> 3. ¿Qué victorias a corto plazo o parciales puedes ganar como pasos hacia el objetivo a largo plazo? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Haz una lista de los recursos que tu organización aporta a la campaña. Incluyendo dinero, cantidad de personas, instalaciones, regulación, encuestas, etc. <p><i>¿Cuál es el presupuesto, incluyendo las contribuciones en especie, para esta campaña?</i></p> 2. Haz una lista de formas específicas en las que deseas que tu organización se fortalezca por medio de esta campaña. Completa con números para cada categoría: <ul style="list-style-type: none"> • Expandir el grupo directivo • Incrementar la experiencia del liderazgo actual • Construir una base de socios • Expandirse hacia nuevos distritos • Recaudar más fondos 3. Enumera los problemas internos que deben considerarse para que la campaña sea un éxito. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿A quién le interesa ese problema lo suficiente como para unirse o ayudar a la organización? <ul style="list-style-type: none"> • ¿De quién es el problema? • ¿Qué obtienen si ellos ganan? • ¿Qué riesgos están asumiendo? • ¿Qué poder tienen sobre el objetivo? • ¿En qué grupos se encuentran organizados? 2. ¿Quiénes son tus oponentes? <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué perderán si tú ganas? • ¿Qué harán o cuánto invertirán para oponerse a tí? • ¿Qué tan fuertes son? • ¿Cómo se encuentran organizados? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objetivos principales <p>El objetivo es siempre una persona. No es nunca una institución o un órgano elegido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quién tiene el poder para darte lo que tú deseas? • ¿Qué poder tienes sobre ellos? 2. Objetivos secundarios <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quién tiene poder sobre las personas con el poder para darte lo que tú quieres? • ¿Qué poder tienes tú sobre ellos? 	<p>Para cada objetivo, enumera las tácticas que cada grupo constituyente puede utilizar para hacer sentir su poder.</p> <p>Las tácticas deben</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar en contexto • Ser flexibles y creativas • Estar dirigidas a un objetivo específico • Tener sentido para el grupo de socios • Estar respaldadas por un forma específica de poder. <p>Las tácticas incluyen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eventos mediáticos • Acciones para obtener información y presentar exigencias • Audiencias públicas • Huelgas • Registro de votantes y formación para votantes • Litigios • Sesiones de responsabilidad • Elecciones • Negociaciones



CAPÍTULO 6

PRESENTAR Y HACER CAMPAÑA EN TU COMUNIDAD

Presentar

Preparar mesas y divulgar información en eventos organizados por otros grupos es una buena manera de hacer correr la voz sobre tu campaña, conocer y hablar con los miembros de la comunidad, conseguir firmas para una petición y añadir nombres a tu lista de contactos. Y como siempre, piensa de forma creativa para poder llegar a una audiencia más grande y no limitar tus opciones.

Algunos consejos para presentar tu propuesta:

- Es aconsejable ubicar tu mesa en lugares con un intenso tráfico de personas caminando y una audiencia diversa, como por ejemplo los mercados de productores, ferias comunitarias y áreas comerciales concurridas. Intenta ubicarte en vecindarios a los que todavía no has llegado o en eventos organizados por grupos que consideras que podrían convertirse en fuertes miembros de tu coalición.
- Asegúrate de tener acceso a una mesa y sillas, o de llevarlas contigo. Distribuye material educativo sobre la campaña y pídeles a los asistentes que completen una hoja de registro y que firmen las peticiones o cartas que estés redactando para los funcionarios del gobierno local.
- Sé amable y proactivo. No esperes a que las personas se acerquen o te hagan preguntas. Saluda a las personas que pasen caminando e intenta que participen. Y si llegan a tener una camiseta con diseño de gatos o si llevan consigo un perro, ¡aún mejor!
- Enfócate en los residentes de la comunidad al presentarte en lugares como el centro local de reciclaje los sábados. Debido a que las únicas personas que van al centro de reciclaje son residentes de la ciudad, ésta es una forma fácil de llegar a muchas personas que realmente viven en la ciudad. Lleva información contigo sobre tu campaña y habla con los residentes sobre los próximos eventos y oportunidades de servicio voluntario.

Hacer sondeos

El sondeo es otra gran manera de participar de forma proactiva con tu comunidad y de lograr interactuar con las personas cara a cara, lo cual es una oportunidad clave. Muchos grupos van de casa en casa, contándoles a los residentes sobre la campaña y pidiéndoles que firmen una petición, que asistan a un evento, que entren a la página web, o que escriban una carta.

Algunos consejos sobre los sondeos:

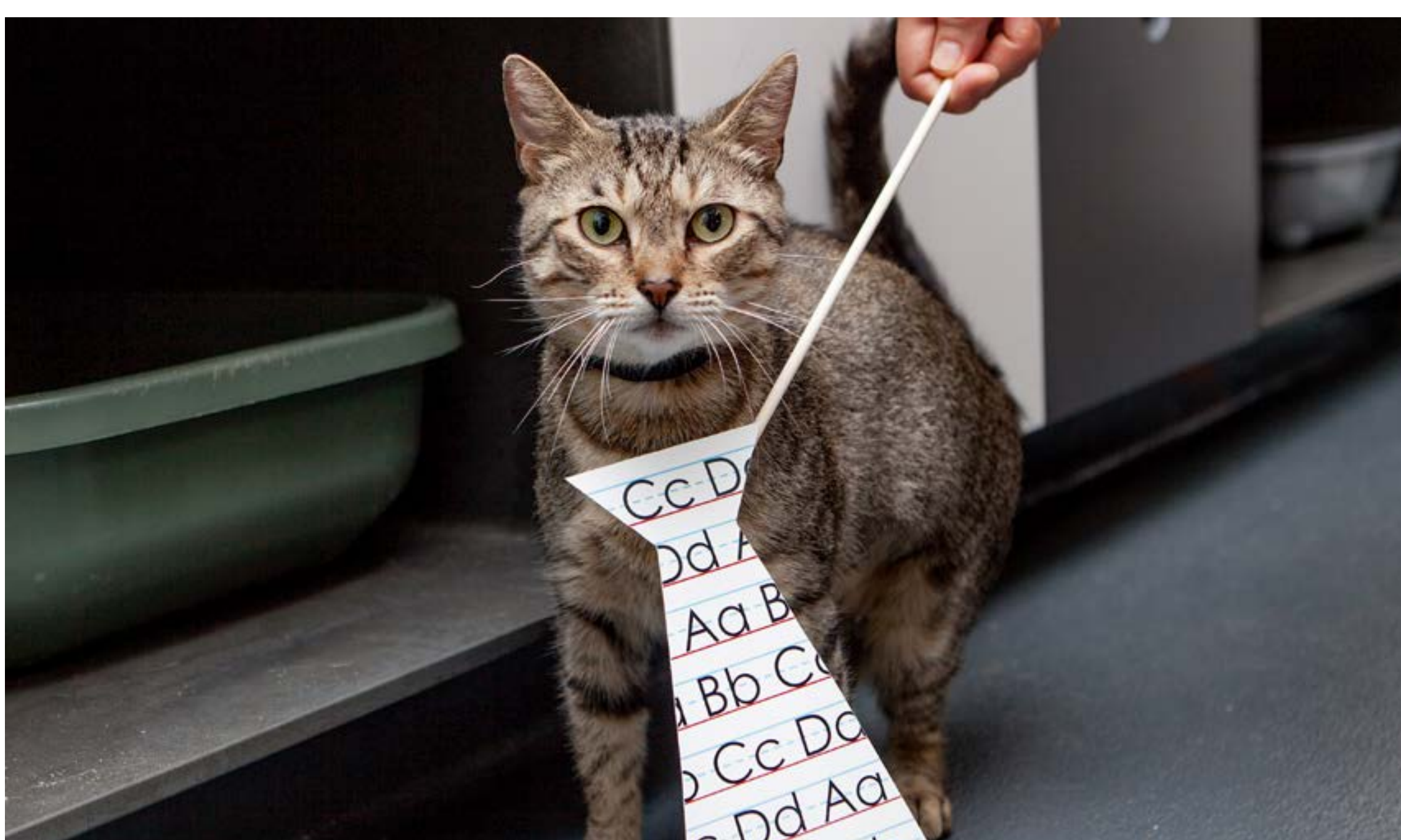
- Recluta voluntarios entre los miembros de tu equipo para que ayuden con el proceso de sondeos. A aquellas personas que nunca antes han hecho campaña, dales un poco de entrenamiento sobre qué decir, qué cosas llevar consigo y cómo responder preguntas. Recomendamos escribir algunos puntos de discusión con anticipación y asegurarte de que tu equipo de sondeo se sienta cómodo y se familiarice con ellos.
- Vayan siempre en pares o en grupos y asegúrate de que el grupo más grande sepa qué vecindario y qué calle visitará cada pareja o grupo. Además, sé consciente de que te estás dirigiendo a la casa de otra persona, así que trata a todos con respeto y sé amable si prefieren no hablar contigo.
- Cuando interactúes con personas que no conozcas, utiliza el sentido común. Si alguien te hace sentir incómodo o inseguro, despídete amablemente y retírate de inmediato.
- Elige un horario donde las personas probablemente se encuentren en sus casas, a una hora del día en que no los incomodes (por ejemplo, es probable que sea mejor ir un sábado a la tarde que un miércoles a la hora de la cena). Lleva contigo material educativo con información de contacto y prepárate para responder preguntas.
- Asegúrate de documentar tu actividad de sondeo. Pídeles a los voluntarios que mantengan un registro de cuántas casas o apartamentos visitaron y con cuántas personas hablaron.

Luego del proceso de sondeo o de presentación, tómate el tiempo de hablar con el grupo sobre cómo fue esta experiencia. Habla sobre lo que funcionó y lo que no funcionó. Esto te ayudará a planificar mejor tus esfuerzos futuros y hacer que el grupo sea más eficiente y eficaz.



CAPÍTULO 7

COMPROMETER A LAS ESCUELAS LOCALES



Hacer que los jóvenes se comprometan con temas relacionados a los animales es la manera en que aseguramos un mundo compasivo y humanitario para futuras generaciones. Cuando involucras a los niños en tu trabajo de defensa de animales, es también una oportunidad para captar a una audiencia más grande a través de las acciones que esos estudiantes realizan. Desde recolectar donaciones y mantener un puesto de limonada hasta ayudar a los animales en los albergues locales y hablar con sus compañeros de clase y vecinos sobre los perros y gatos sin hogar, los niños pueden ser una fuerza poderosa en la defensa animal.

Por supuesto, asegúrate de proceder por las vías adecuadas cuando te contactes con escuelas u organizaciones que involucren a niños. Ponte en contacto con la oficina administrativa de la escuela primero, o con alguien que sepas que trabaja en la escuela que pueda servir como punto de contacto para los esfuerzos de defensa de animales allí.

De igual manera que investigaste sobre las necesidades de salvamento de tu comunidad y de tus aliados locales, asegúrate de primero familiarizarte con las escuelas o grupos que planeas contactar y platicar sobre cómo y qué presentarles a los estudiantes. Recuerda ser siempre respetuoso con todas aquellas personas con las que interactúes durante toda tu campaña.

Aquí tienes algunas ideas iniciales para involucrar a las escuelas y a los grupos locales de jóvenes en tu campaña:

- Identifica clubes y grupos de consejos estudiantiles dentro de las escuelas que puedan ayudar a organizar a otros estudiantes.
- Ofrece a los estudiantes una variedad de formas divertidas y agradables de involucrarse, como crear carteles de adopción para mascotas en albergues, crear juguetes para gatos y perros utilizando materiales reciclados, y escribir historias sobre sus propias mascotas, que puedan utilizarse como parte de una campaña mediática.
- Contacta a albergues locales y demás grupos dedicados al bienestar de animales para consultar sobre oportunidades (y cualquier restricción relacionada con la edad) de trabajo voluntario para jóvenes a beneficio de los animales. Puede que los niños pequeños no sean lo suficientemente grandes para ciertas actividades voluntarias (por ejemplo, pasear perros), pero por lo general existen otras formas en las que pueden ayudar. Por ejemplo, podrían armar pañuelos que digan "adóptame", o rellenar juguetes Kong con crema de cacahuate como premio para perros.
- Para los estudiantes más grandes de la secundaria y de la preparatoria, ofréceles herramientas y apoyo para que puedan crear su propio Equipo de Acción 2025. Los estudiantes de la preparatoria se encuentran en una posición perfecta para ayudar a hacer correr la voz sobre temas importantes, eventos y peticiones en las redes sociales y ayudar con la difusión de la campaña y el compromiso de los miembros de la comunidad. Y recuerda que los estudiantes de la preparatoria siempre están buscando actividades divertidas y creativas para agregar a sus currículos (CV) para presentarse a nuevos trabajos y solicitar el ingreso a las universidades.



CAPÍTULO 8

UTILIZAR LAS REDES SOCIALES PARA APOYAR TUS ESFUERZOS DE DEFENSA DE ANIMALES



“SE PUEDEN ATRAPAR MÁS MOSCAS CON MIEL QUE CON VINAGRE.”

Las redes sociales son una gran manera de contactar a otros defensores de animales, pero también es una importante herramienta pública de difusión. **Los mensajes eficaces pueden informar, educar e inspirar**, aumentando así el éxito de tu equipo. Por otro lado, el enviar mensajes de forma ineficaz puede desalentar a las personas, limitando o hasta dañando tus esfuerzos de defensa de animales, poniendo en riesgo el bienestar de los animales que cuentan con tu ayuda.

Cuando pases de utilizar las redes sociales para uso personal a usarlas para el trabajo relacionado con la defensa de animales, es fundamental que utilices estas plataformas de manera responsable y que evites errores comunes que puedan dañar tu causa. A continuación, se mencionan algunos consejos sobre cómo obtener el mayor beneficio de tus esfuerzos en las redes sociales.

SÉ INCLUSIVO Y CONSIDERADO

El viejo proverbio que dice que "se pueden atrapar más moscas con miel que con vinagre" es popular por una razón. Las personas quieren comprometerse con algo que los haga sentir bien y orgullosos, y compartirlo con otras personas. Esto aplica especialmente a personas que no han participado del bienestar de los animales y para quienes la idea de salvar mascotas sin hogar es nueva.

Tenemos que liderar con el ejemplo. **Demuestra, no des órdenes. Lidera, no des sermones.** Demuéstrales a las personas lo importante que son las mascotas en nuestras vidas y por qué es tan fundamental preocuparnos por las mascotas sin hogar. Normalmente las publicaciones tristes, alarmantes o urgentes que vemos en las redes sociales provienen de personas que ya sienten el deseo de ayudar. Pero las personas a las que necesitamos llegar nunca (o casi nunca) difunden estas publicaciones. Predicar a personas que comparten nuestro amor por los animales puede hacernos sentir bien de forma momentánea, pero no ayuda a nuestras metas a largo plazo de salvar a más mascotas.

Por ejemplo, "Adopta, no compres" es una expresión amada por muchos de nosotros que ya participamos en el bienestar animal, y es una frase atractiva para usar como etiqueta. Pero considera cómo esa expresión podría afectar a alguien que ha comprado una mascota en el pasado. Queremos que todos se sientan bienvenidos e incluidos en nuestros esfuerzos porque así es como reclutamos a más personas para nuestra causa y logramos que más personas adopten animales. Así que siempre sé consciente del marco que le das a tu campaña y cómo tu audiencia puede recibirla.

CAPÍTULO 8 (CONTINUACIÓN)

MANTEN SIEMPRE UN TONO POSITIVO

Las personas quieren sentirse felices, no tristes. Las fotografías tristes o alarmantes de mascotas enfermas, heridas o abandonadas (aunque puedan ser necesarias en ciertos contextos), por lo general, generan más daño que beneficios en las redes sociales. Muchas personas se resisten a involucrarse con el bienestar de los animales solo siquiera visitar albergues simplemente porque todo lo que ven o escuchan sobre las mascotas sin hogares negativo y deprimente.

Para ser defensores eficaces, nuestro trabajo es mostrarles a las personas algo nuevo y hacer que cambien de parecer. Puedes comunicar urgencia sin ser negativo y sin utilizar mensajes o imágenes tristes o perturbadoras. Recuerda, gran parte de nuestro trabajo es llegar a grupos nuevos y más numerosos, y no a las personas que ponen "Me Gusta" a las publicaciones que se ven a diario en las redes sociales.

NO REFUERCES LOS ESTIGMAS

Con la misma lógica, las imágenes tristes o negativas poseen consecuencias accidentales que pueden llevar a que menos animales sean salvados. Muchas personas aún no han adoptado una mascota de un albergue porque piensan que los animales de albergue son "mercadería dañada". ¿Y quién puede culparlos? Si todo lo que ven son fotografías, videos y mensajes con imágenes tristes y alarmantes de mascotas abusadas, ¿qué otra cosa podrían pensar? Nosotros podemos cambiar esta percepción errónea.

Por ejemplo, cuando promociones a una mascota que necesite algún tipo de ayuda, concéntrate en la personalidad de la mascota más que en sus circunstancias. La idea es hacer que las personas piensen sobre el futuro y consideren qué lugar podría ocupar esa mascota en su familia, no en quién fue esa mascota en el pasado.

NO CRITIQUES A LOS ALBERGUES

El albergue municipal promedio está atiborrado de animales y poco financiado, y por lo general estos albergues son lugares de trabajo estresantes para los empleados. Atacar a los albergues o responsabilizarlos por las fallas no ayudará a nadie, particularmente a las mascotas que estás intentando salvar.

APROVECHA EL PODER DE TWITTER

Twitter, aunque a menudo resulta intimidante para los que no son usuarios, es la plataforma preferida para conectar y captar la atención de políticos, como el senador o representante de tu estado. De hecho, una encuesta realizada por la fundación Congressional Management Foundation demostró que el 80% de los empleados del congreso dijeron que solo bastaban 30 publicaciones en redes sociales para captar la atención de su oficina. Probablemente tengas 30 personas o más en tu equipo para cuando leas esto. Así que, ¡ponte a publicar en Twitter!

Dicho esto, recuerda con quién te estás comunicando y compórtate como corresponde. **Mantente enfocado en el tema y sé respetuoso.** Muchos políticos también tienen páginas públicas en Facebook donde tú también puedes publicar, pero Twitter te permite tener un acceso más directo porque no tienen que ser "amigos" con la otra persona para poder conectarse con ellos. Y si tu equipo usa una frase atractiva como etiqueta, asegúrate de usarla siempre.

PUBLICA CON UN PROPÓSITO EN MENTE

Respetar las normas de los foros en línea (por ejemplo, grupos de Facebook individuales o subreddits) y asegúrate de no publicar lo mismo en distintas plataformas ya que es contraproducente. Solo deberías publicar sobre mascotas que se puedan adoptar, eventos de recaudación de fondos y eventos en los foros donde se permita explícitamente realizar ese tipo de publicaciones. De lo contrario, puedes arriesgarte a ser silenciado o eliminado del foro. Además, las personas serán más receptivas a tu mensaje y es más probable que ayuden si tus publicaciones son relevantes y están enfocadas al tipo de audiencia relevante (por ejemplo, promueve un evento de adopción en Detroit en páginas relacionadas a Detroit).

DIVIÉRTETE

Sí, salvar vidas es un asunto serio. ¡Pero eso no significa que no podemos pasar un buen momento mientras lo hacemos! La mejor manera de reclutar nuevos voluntarios, adoptantes de acogida temporal y miembros para el Equipo de Acción es que te diviertas y hagas que los demás se diviertan. Organiza una fiesta de adopción para perros que hayan estado en el albergue desde hace mucho tiempo, haz videos musicales sobre los gatos de la comunidad, comparte fotos de ti y tus amigos celebrando luego de pasar un día recogiendo firmas para peticiones. Piensa sobre todas las actividades divertidas y creativas que ves todos los días en Internet y que es más probable que compartas porque son cosas positivas, serviciales y que muestran un compromiso con la causa.

PREDICAR A PERSONAS QUE COMPARTEN NUESTRO AMOR POR LOS ANIMALES PUEDE HACERNOS SENTIR BIEN DE FORMA MOMENTÁNEA, PERO NO AYUDA A NUESTRAS METAS A LARGO PLAZO DE SALVAR A MÁS MASCOTAS.



CAPÍTULO 9

HACER RELACIONES PÚBLICAS Y TRABAJAR CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Aunque los esfuerzos de defensa no dependen tanto de los medios tradicionales (es decir, radio, televisión y periódicos) como era el caso hace algunas décadas, siguen siendo importantes para tu campaña.

Aquí tienes algunas reglas básicas sobre las relaciones con los medios de comunicación para que tengas en cuenta:

- Tu mensaje ideal debe poder comunicarse en una simple oración que sea corta y clara. Los mensajes que son demasiado complejos resultan difíciles para que el público los incorpore y para que la mayoría de los reporteros lo divulgue. ¡Ayúdalos a que te ayuden!
- Prepárate con estadísticas relevantes y ejemplos que apoyen a tu campaña, pero úsalos de manera estratégica. Informa, pero no agobies.
- En las entrevistas, menos es más. Planea no utilizar más de tres puntos de discusión para segmentos cortos y no más de cinco para los más extensos. Si usas más de eso, es probable que diluyas el mensaje y que confundas al reportero.
- Comparte con los reporteros una historia que no hayan escuchado antes. Y haz que sea una historia que realmente quieran escuchar.
- Evita utilizar lenguaje técnico de defensa animal, pero si lo haces, explica a qué te refieres. Por ejemplo, no uses simplemente el acrónimo AER (o TNR en inglés) sin explicar lo que significa (Atrapar-Esterilizar-Regresar a los gatos a su lugar original). Piensa en los términos que podrías necesitar traducir a un lenguaje más fácil para el público. Por ejemplo, en lugar de "incorporaciones al albergue" di "animales admitidos en el albergue".
- Asegúrate de mantener el control de la entrevista y guiar la conversación en la dirección que deseas.
- Si tienes tiempo, practica antes de cualquier entrevista. Utiliza fichas y practica los temas que deseas cubrir con personas que sepas que no están familiarizadas con el bienestar de los animales y con tu equipo de defensa de animales. Esto asegurará que el oyente promedio comprenda lo que estás diciendo.
- Anticípate a las preguntas que te puedan hacer, en particular a las más difíciles.
- Intenta mantener un tono informal y coloquial mientras mantienes tu profesionalismo y enfoque.
- Habla con oraciones simples y completas. Para las entrevistas por televisión o radio, repite la pregunta como parte de la respuesta.
- De vez en cuando, los reporteros harán una pausa larga cuando termines de hablar para darte la oportunidad de decir algo más. Utiliza este tiempo si así lo deseas, pero no te sientas obligado a llenar ese espacio. Decir demasiado puede hacer que salgas del tema y esto puede opacar tu mensaje o hacer que te pregunten algo para lo que no te has preparado.
- Elige una vestimenta apropiada para entrevistas en persona. Evita vestirte con prendas llamativas o que causen distracción. El enfoque debe estar puesto en tu mensaje, no tu vestimenta.
- Durante las entrevistas televisadas, mira al entrevistador (más que a la cámara) para ayudar a aliviar la ansiedad que puedas sentir y para parecer más agradable.
- Ten en cuenta tu lenguaje corporal. Evita jugar con tu pelo, ropa o manos. De igual manera, no incluyas a un animal en la entrevista televisada a menos que ya hayas practicado estar con ese animal para asegurar que tu amigo de cuatro patas no te distraiga (a ti ni a los demás) del mensaje principal.
- Pon tu teléfono móvil en silencio antes de la entrevista y evita mirarlo hasta que te hayas retirado. Las personas quieren saber que tú valoras su tiempo.

CAPÍTULO 9 (CONTINUACIÓN)



En una entrevista, está bien que no sepas cómo responder cada pregunta, sobre todo cuando recién estás empezando. Mientras tengas en cuenta algunas buenas prácticas, estarás listo para aquellos momentos donde no tengas toda la información.

Aquí tienes algunos consejos:

- Si no sabes la respuesta, no entres en pánico y no inventes información. Dile al entrevistador que buscarás la información y se la darás lo antes posible.
- Está bien decir "no lo sé" o "no estoy seguro".
- Siempre pídele al entrevistador que aclare o repita una pregunta que no hayas entendido.
- En caso que te hagan una pregunta que sería mejor que la responda otra persona, dile cortésmente al entrevistador quién es la persona que conoce esa información. Si corresponde, ofrécete a contactar a esa persona y darle la respuesta al reportero.
- Si te hacen una pregunta que requiere que especules, simplemente di que no quieres especular.
- Recuerda que en realidad nada es realmente "extraoficial". Si no quieres que las personas lo escuchen, entonces no lo digas.

“

NOS ENCONTRAMOS CON PERSONAS DE DISTINTOS ÁMBITOS SOCIALES QUE HACEN SU PROPIA VERSIÓN DE RESCATES DE ANIMALES. CUANDO NOS CONECTAMOS CON ELLOS, PODEMOS TRABAJAR JUNTOS Y SALVAR AÚN MÁS VIDAS.”

– Kenny Lamberti
Director de Defensa Comunitaria de Animales
Best Friends Animal Society

Para enviar preguntas sobre este manual de herramientas, envía un correo electrónico a: action2025@bestfriends.org

Para enviar preguntas sobre ordenanzas y legislación, envía un correo electrónico a: legislative@bestfriends.org

Para enviar preguntas sobre esfuerzos para poner fin a los criaderos de perros, envía un correo electrónico a: pupymillinitiatives@bestfriends.org

Para preguntas generales sobre Best Friends Animal Society, por favor envía un correo electrónico a: info@bestfriends.org