

¿Y quién habla por los animales?: estrategias de movilización de Anonymous for the Voiceless

Anonymous for the Voiceless (AFV) es una organización que surgió en Australia en 2016, y su propósito principal es luchar contra la explotación animal. AFV argumenta que no es necesario consumir animales para sobrevivir, y, por tanto es una obligación moral de la sociedad ser vegana. Consideran que comer animales simplemente es un acto cruel que debemos dejar atrás. Reconocen, además, que los animales son seres sintientes, con la capacidad de sentir dolor como nosotros y debido a esto se les debe respetar el derecho a la vida (Westerhot, 2019). Esta organización no solo protesta contra la explotación, matanza y consumo de animales, sino, además, intenta transmitir un mensaje a la sociedad de que no está bien utilizar a los animales en ningún sentido.

Dicho esto, surge esta pregunta, ¿Qué estrategias emplea AFV para

visibilizar esta problemática?



Las estrategias que implementa AFV para persuadir a la gente de ser veganas se concentra en dos tipos de activismo. Uno de ellos se ejecuta en la calle y se llama el cubo de la verdad y la otra forma de activismo es el uso de las redes sociales. El cubo de la verdad consiste en que varios miembros de la organización salen a las calles, la mayoría del grupo se ubica formando un cubo, todos tienen puestas máscaras y además sostienen pantallas en donde muestran prácticas que emplean en granjas y mataderos de animales. Mientras esto sucede, otras dos o tres personas se hacen afuera del cubo, la tarea de ellos es

tener conversaciones con gente que muestre interés en lo que están mostrando.

Los miembros de AFV en un evento de activismo tienen que hacer todo lo posible por conectar con las personas de afuera que muestran interés por el activismo. Sí, hacen esto, hay una mayor probabilidad de que el movimiento sea exitoso. Según Stell (2015), una forma muy efectiva en la que un movimiento puede adquirir más popularidad es si logra obtener el apoyo de la gente que no hace parte de este. Esto lo logran mediante la conversación que entablan con las personas interesadas que se acercan a ver el cubo de la verdad. Cuando hablan sobre veganismo, lo hacen de manera amable y respetuosa.

Otra forma de activismo que utilizan son las redes sociales. En Instagram, por ejemplo, tienen 378 mil seguidores, y en su última publicación llegaron a las 6.706 reproducciones.

Por otra parte, a través de Facebook han logrado unir y mantener grupos que tienen en las diferentes ciudades del mundo.



En mi experiencia personal, he hecho activismo con ellos dos veces; en las dos ocasiones, fui a cubos de la verdad que organizaron en Bogotá. Y ambas veces tuve que ser el que sostenía la pantalla que muestra imágenes de las prácticas que usan en las granjas y mataderos con los animales. Me di cuenta de que distintas personas que pasaban por ahí mostraban interés en nuestro activismo. Algunas se quedaban observando y la verdad tuvimos varias conversaciones productivas. Me hubiera gustado ir a más jornadas porque me sirvieron para concientizarme de mis propios hábitos de consumo y relación con los animales, desde los alimentos que consumo cotidianamente hasta lo que utilizo en vestimenta. Pienso que en Colombia deberíamos conocer más sobre el tema y a través de AFV es una forma de lograrlo.

REFERENCIAS

All, S. (2019, enero 15). The truth behind anonymous for the voiceless. DiggIt Magazine. <https://www.diggitmagazine.com/articles/truth-behind-anonymous-voiceless>

Anonymous for the voiceless, AV, (2018). Find your local chapter (fotografía). Anonymous for the voiceless, Toronto. <https://www.anonymousforthevoiceless.org/>

Anonymous for the voiceless, AV, (2019). Support the cause (fotografía). Anonymous for the voiceless, Amsterdam. <https://www.anonymousforthevoiceless.org/>

History —. (s/f). Anonymous for the Voiceless. Recuperado el 15 de octubre de 2022, de <https://www.anonymousforthevoiceless.org/our-history>

Satell, Greg (2015) How social movements change minds., Harvard Business Review. <https://hbr.org/2015/07/how-social-movements-change-minds>