MAGAZINE

XMAS EDITION

The Vegan Agency’



Oh, veggie Xmas

23 preguntas a 23 mujeres veganas

para darle la bienvenida a 2023

theveganagency.es

Comunicación: la clave para ese mundo que imaginamos


© Thomas Bedwin

Paula González Carracedo
CEO y cofundadora de The Vegan Agency.

Estas Navidades, he conseguido reunir a algunas de las mujeres que más admiro de mi entorno para hacerles varias preguntas que he tenido en la mente estos últimos meses. En mi caso, monté The Vegan Agency como respuesta lógica a los muchos años de cuestionarme: ¿cómo defender a los otros animales y al planeta mejor? Sin duda, para mí, el camino pasa por la comunicación como eje que todo lo vertebra. Pero no puede haber comunicación, ni un mundo mejor, sin nosotras. Espero que disfrutes de esta minirevista, edición limitada de Navidad, con un buen roscón vegano, al calorcito de tu hogar y con la gente que más quieres. Te deseamos lo mejor para el año que viene y ojalá regalarte con esta pequeña editorial algunas ideas nuevas y un poco más de tiempo para que disfrutes de ella con un buen té. El Earl Grey con leche de avena es mi favorito. Felices fiestas de parte de todo nuestro equipo.

23 preguntas a 23 mujeres veganas para este 2023

Marta Tafalla. Filósofa y profesora de la UAB
¿Qué medidas para proteger el medio ambiente y los otros animales consideras más urgentes?

El consumo humano de animales, a través de la ganadería, la caza, la pesca y la piscicultura, es la **causa principal de extinción de animales vertebrados**, la causa principal de deforestación y pérdida de hábitat natural, y la causa principal de daños a los océanos.
Súmale a eso el brutal maltrato al que son sometidos los animales en la industria ganadera, la caza, la pesca y la piscicultura.
Está claro lo que deberíamos hacer, ¿verdad?

Nùria Almiron. Profesora y co-directora del UPF Center for Animal Ethics
¿Qué papel jugará la comunicación en la defensa de los derechos de los otros animales?

La comunicación ha sido una **herramienta estratégica de la defensa animal** desde sus inicios. Por desgracia, la comunicación también ha servido para fabricar el consenso social sobre su explotación y desvalorización. En el primer caso, la motivación ha sido ética y desinteresada. En el segundo, todo lo contrario. La comunicación antiespecista solo será determinante en el futuro si consigue que la sociedad perciba su base ética y desinteresada, y reconozca su inmenso potencial.


© Elena Rosell

Sara Dschoutezo
Nutricionista
¿Qué tendencias plant-based y de food design crees que se van a asentar más en los próximos años?

Sin duda **el mercado está experimentando un boom de las alternativas plant-based.**
En los próximos años habrá una transición marcada hacía el mundo de las proteínas alternativas sostenibles y vegetales, no solo con sustitutos cárnicos, sino también con sustitutos de pescados/mariscos. Y no solo con fuentes como la soja, sino incluyendo hongos, algas, y otras legumbres/cereales/semillas en la ecuación.
Además veremos el aumento de innovación gastronómica desde bebidas vegetales a base de patata, pasando por productos con CBD, o conservas alternativas a base de algas.

Estela Díaz. Investigadora y profesora titular en la Universidad de Comillas
¿Qué retos tienen que afrontar las empresas que quieran sobrevivir los próximos años?

Vivimos en un mundo lleno de incertidumbre y oscuridad. En el futuro, serán las empresas sinceras, valientes y comprometidas las que sobrevivan; las que sepan iluminar el camino poniendo sus capacidades al servicio del bien, la justicia, la compasión o el amor. Necesitamos vuna visión romántica del mundo y de las empresas. Puede sonar muy idealista, pero nos estamos cansando de vivir satisfaciendo necesidades materiales y estamos sentando las bases de algo diferente que llegará cuando pase la tormenta.
"Cuanto más oscura es la noche, más brillantes son las estrellas". Dostoievski.

En el futuro, serán las empresas sinceras, valientes y comprometidas las que sobrevivan

Estela y Phil

Concha López. Periodista y editora de El caballo de Nietzsche, eldiario.es
¿Cuál crees que será el futuro de la información?

Veo un futuro complicado para la información. Por el momento las nuevas tecnologías han aumentado las posibilidades de acceso a la información, nos han permitido aumentar la cantidad de información disponible sobre prácticamente todo, pero eso no garantiza la calidad y fiabilidad de esa información, y además ese acceso no es universal. La realidad hoy es que somos más, pero no todas, las que podemos acceder a más información, pero no es fácil asegurar que esa información es útil ni que es fiable. **Estar sobreinformada no implica estar bien informada,** y dado que la información es poder, creo que seguirá existiendo esa tensión entre sobreinformación y desinformación.

Aída Cerón. Comunicadora y relaciones públicas
¿Qué comunicación crees que tienen que hacer las empresas (veganas o no) que quieran sobrevivir en un ecosistema cada vez más inestable?

Una comunicación cada vez más comprometida, basada en la acción. Anclarse en narrativas es arriesgado; los grandes discursos ya no convencen por sí solos y son el caldo de cultivo de todos los *washings*. **Comunicar debe entenderse como algo intrínseco a la toma de decisiones** y creo que tiene que ir más hacia lo hecho que hacia lo dicho. "La palabra convence, pero el ejemplo arrastra". En el sentido más amplio posible, me parece que ahí está la supervivencia.


© Thomas Bedwin

La palabra convence, pero el ejemplo arrastra

Aída Cerón


© Thomas Bedwin

Toca escoger entre mensajes muy cortos para un gran público o darlo todo a quienes lo quieren todo.

Bárbara González

Lucia Arana. Periodista y podcaster en "Derecho y Animales"

¿Cómo valoras la situación de los animales en el ámbito legal?

Después de casi dos décadas de avances continuados desde el punto de vista legislativo, **estamos ante un momento delicado y de grandes resistencias** que podría desembocar en graves retrocesos en la protección de los animales. Hace relativamente poco tiempo en nuestro país podías hacerle cualquier cosa a un animal y no asumir responsabilidad alguna. Una parte de la sociedad ha avanzado muy rápidamente pero hay otra, y no pequeña, que sigue considerando que los castigos por maltrato animal son una exageración. ¿Cómo vamos a mandar a alguien a la cárcel por un perro?

Fabiola Leyton. Investigadora y profesora en la Universitat de Barcelona

¿Cuáles son los retos más urgentes de la Bioética en nuestra sociedad civil?

La inclusión de los intereses de los animales no humanos en su análisis y propuestas, desde una perspectiva que supere el especismo antropocéntrico.
Por razones éticas, de justicia, de salud pública, entre otras relevantes en este contexto de cambio climático**.**

Gloria Carrión. Influencer y autora de "La Biblia de la Cocina Vegana"

¿Cómo crees que las redes sociales ayudarán a la difusión del veganismo?

Como ya lo están haciendo desde hace unos años. Gracias a la visibilidad que tenemos muchas creadoras de contenido veganas, ya sea en ámbito de cocina, de nutrición, de cosmética, de activismo, de humor… estamos **acercando el veganismo a muchas personas** con la información que les proporcionamos y con las herramientas que les damos para acompañarlas en cualquier momento en el que estén de su transición al veganismo.


© Manel García

Bárbara González. Científica y divulgadora

¿Cómo crees que cambiará la divulgación científica en los próximos años (formato, canales, mensajes…)?

Toca despedirse del termino medio. O vídeos de 15 segundos o podcasts de una hora. Tik Tok ha tenido un efecto rebote y quien de verdad tiene interés acaba en podcast largos o blogs detallados. Muy poca gente mantiene ya la atención con infografías y aún menos en la descripción de una foto.
Toca escoger entre mensajes muy cortos para un gran público o darlo todo a quienes lo quieren todo.


© Guillermo Merino Jimenez

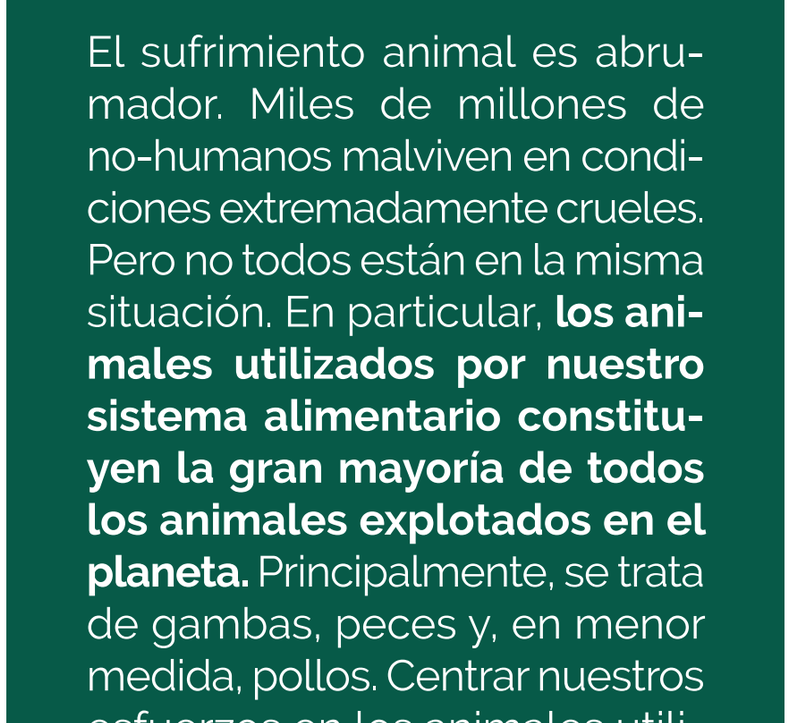
Laura Ruiz. Periodista

¿Cuál crees que es el futuro del periodismo y de la comunicación?

Creo que debe estar pegado a la ciudadanía. Las y los profesionales del futuro deben interesarse por las nuevas formas de activismo y los nuevos temas demandados. Tanto el periodismo como la comunicación deberían, precisamente para tener futuro, despegarse de los poderes tradicionales y **buscar nuevas formas para no quedarse atrás.**

Daniela Romero. Investigadora y profesora asociada UPF
¿En qué productos o políticas públicas debemos enfocarnos de forma urgente si queremos salvar al mayor número de animales posible?

El sufrimiento animal es abrumador. Miles de millones de no-humanos malviven en condiciones extremadamente crueles. Pero no todos están en la misma situación. En particular, **los animales utilizados por nuestro sistema alimentario constituyen la gran mayoría de todos los animales explotados en el planeta.** Principalmente, se trata de gambas, peces y, en menor medida, pollos. Centrar nuestros esfuerzos en los animales utilizados para consumo puede ayudarnos a salvar muchas más vidas.


© Selene Magnolia

Diana Villar. Video Editor & Motion Designer
¿Qué peso tendrá el vídeo dentro de la comunicación de oenegés, empresas y medios?

La enorme cantidad de mensajes a la que estamos expuestos a diario hace necesaria la búsqueda de estrategias cada vez más llamativas y de consumo fácil y rápido para presentar el contenido. El vídeo es el formato perfecto para captar la atención de los futuros receptores y conseguir un mayor alcance.

Tamara Ginés Lopez. Event Planner
¿Qué va a pasar con los eventos presenciales o virtuales en un futuro?

Ahora los eventos presenciales están en la cresta de la ola, **después de la pandemia la gente necesita verse,** tocarse, compartir ideas en persona y creo que esta tendencia seguirá en auge durante un tiempo. Es por eso que los eventos virtuales, aunque nos han servido de mucho en los últimos años, estarán en un segundo plano.


© José Luis de Lara

Mercedes deBellard. Artista e ilustradora.
¿Qué importancia tiene el diseño y la ilustración en la difusión del veganismo?

La ilustración es un lenguaje, un código con un gran poder de comunicación, diría que casi universal que todos entendemos, da igual nuestra procedencia o edad. Estoy convencida de que utilizada con sensibilidad para contar realidades es y sería una gran aliada en la lucha por los derechos de los animales. Tenemos la suerte de contar ya con algunos álbumes ilustrados maravillosos que rompen totalmente con utópicas vidas de animales de granja o zoológicos, despertando en los más pequeños la empatía y la compasión.

Lucía Martínez. Nutricionista y autora de "Vegetarianos Con Ciencia" y "Vegetarianos Concienciados"
¿Qué retos tenemos por delante en materia de nutrición y veganismo?

Por primera vez en España se están dando mensajes desde instituciones gubernamentales enfocados a la reducción del consumo de carne. Aunque se alude a criterios de sostenibilidad ya que la explotación animal aún no ha alcanzado esos estamentos en el debate, nos sigue sirviendo para allanar terreno hacia el veganismo.
Nunca habíamos tenido un escenario tan bueno ni con tanto interés por el *plant-based*. El motivo, de nuevo, no es el ideal. Sucede porque el veganismo vende, da dinero (que se lo digan a la industria alimentaria que está aprovechando el tirón a muerte). Ahora queda ver como aprovechamos el capitalismo salvaje dentro del activismo.


© Antonio Navarro

Nunca habíamos tenido un escenario tan bueno ni con tanto interés por el *plant-based*.

Lucía Martínez

Carla Cornella. Directora Ejecutiva de FAADA
¿Qué les espera a las fundaciones y oenegés en un futuro?

Las organizaciones de defensa de los derechos de los animales **tenemos el reto de seguir profesionalizando el colectivo** para acompañar de forma efectiva la transición que la sociedad debe seguir haciendo para garantizar que los derechos y los intereses de los animales sean respetados. En los últimos 5 años hemos avanzado significativamente, pero seguimos enfrentándonos a grandes desafíos para conseguir que los humanos nos relacionemos más pacíficamente con el resto de animales. Quizás, una de las claves que no debemos perder de vista es que las onegés lo trabajemos desde el respeto hacia los seres humanos.

Dra. Ángela López. Médico y cardióloga en el Hospital Vall d'Hebron
¿Qué enfermedades cardiovasculares son fácilmente prevenibles con una dieta basada en plantas y saludable?

Las nuevas investigaciones realizadas en el tema de la nutrición relacionan la dieta *plant-based* con un mejor pronóstico a largo plazo desde el punto de vista cardiovascular. Los artículos publicados señalan que aquellas personas que siguen una alimentación basada en plantas presentan una menor prevalencia de enfermedades cardiacas. Por ello, considero que en un futuro (ojalá muy próximo) **este tipo de alimentación será la recomendada de manera generalizada por todos los profesionales de la salud.** La reducción de la ingesta de productos procesados y de origen animal debería ser promovida de manera específica por todos nosotros. Confío en que de ahí derivarán los cambios necesarios en la oferta de alimentación al público general, repercutiendo de este modo en nuestra salud, actual y futura.

Los artículos publicados señalan que aquellas personas que siguen una alimentación basada en plantas presentan una menor prevalencia de enfermedades cardiacas.



Mai Giménez. Investigadora en el estudio del lenguaje natural en Deep Mind
¿Cuál es el mayor cambio que vamos a experimentar como sociedad gracias a tener sistemas automáticos cada vez más inteligentes?

Las predicciones rara vez son acertadas, pero vivimos una revolución tecnológica en la que veremos aplicaciones de IA que van a transformar nuestra cotidianidad. Mi esperanza es que los grandes modelos de lenguaje y la generación automática de imágenes/videos desbloqueen tareas monótonas y nos den las herramientas para explorar nuevas fronteras del conocimiento. Deberemos, no obstante, ser vigilantes con los sesgos implícitos en muchas de estas tecnologías. **La tecnología si no es justa para todes no es útil.**

Melinda Decker. Activista antirracista y fisioterapeuta.
¿Cómo crees que entenderemos en un futuro la salud del cuerpo, la salud mental y las luchas sociales?

Entender la importancia de los entornos y los ecosistemas que nos rodean es crucial para poder llevar vidas vivibles.
Quiénes somos, dónde habitamos, qué le pasa a nuestra casa (el planeta tierra), etc, tiene un efecto directo en nuestro bienestar. **La salud como concepto integrador** donde cuerpo, emociones y espíritu se fusionan es el presente futuro.



Agnès Teixidó. Editora de Belleza de la revista GLAMOUR

¿Qué futuro crees que les espera a las revistas en nuestro país?

A las revistas de nuestro país les espera una reinvención hacia un mundo totalmente digital y unas ediciones impresas mucho más cualitativas. Si queremos que las lectoras consuman un producto impreso tendrá que convertirse en un objeto de deseo que valdrá la pena conservar. Por otro lado, las revistas tendrán que acelerar su digitalización no solo potenciando las webs sino hablando el lenguaje de las redes sociales y de quienes las usan. Además, afortunadamente **las generaciones que vienen quieren que los medios de comunicación sean comprometidos y se posicionen.** La transparencia de ideas, la diversidad y la inclusividad serán claves, así como el formato vídeo.



Teba Catalán. Blogger de cocina vegana, saludable y ecológica.

¿Cómo crees que evolucionará la gastronomía vegana tal y como la conocemos hoy?

Más que creo, tengo la esperanza de que **evolucionará a un consumidor con un mayor conocimiento del producto** o materia prima, exigiendo a las empresas una producción más ética, saludable y sostenible.
Una producción basada en la explotación de quién cultiva, o deteriorar un ecosistema y su biodiversidad, no es sostenible en el tiempo.

Ruth Toledano. Periodista y editora de El caballo de Nietzsche, eldiario.es

¿Cómo crees que cambiará el periodismo en su cobertura del antiespecismo durante los próximos años?

Quiero pensar que con el tiempo el especismo será peor tolerado por la sociedad humana. El periodismo, entendido como un servicio público que ha de regirse por la ética, **es una herramienta imprescindible para poner el foco en las injusticias,** también aquellas de las que son objeto los no humanos por el hecho de pertenecer a otra especie. Los lobbies de la explotación animal desplegarán todos sus medios para ocultar el sufrimiento que causan, pero cada vez habrá más periodistas concienciados de que es su deber es informar sobre esa manipulación. Las nuevas generaciones lo exigirán así.



Encuesta Empresas Veganas

El informe que te podrás descargar es pionero, ya que es el primero realizado en España sobre la creación de empresas veganas, llevado a cabo con la participación de más de un centenar de emprendedores.

Descárgalo gratis

Quiénes somos

Una agencia de comunicación que tiene como propósito contribuir al cuidado del planeta y sus habitantes difundiendo, a través de estrategias de comunicación y visibilidad, los productos, servicios e iniciativas de empresas e instituciones que tienen como objetivos preferentes el mercado plant-based/vegan, y la economía circular y regenerativa.

Comunicación y visibilidad mediática para marcas con propósito

Estrategia de comunicación
¿Sabes a dónde quieres llevar tu empresa? Te acompañamos en tu camino estratégico.

Prensa y medios
Si tu competencia sale en medios y tú aún no, estás a un par de pasos de cambiarlo.

Estudio de fotografía
Te asesoramos sobre la mejor sesión de fotos de producto para tu ecommerce.

Diseño gráfico
La mejor presentación para tu marca viene con un diseño que enamore.

Diseño y desarrollo web
Sitios accesibles, rápidos y ligeros, con el menor impacto medioambiental posible, pero logrando ese efecto wow.

Organización de eventos
Te ayudamos a crear experiencias que quedarán en el recuerdo durante mucho tiempo.



info@theveganagency.es
theveganagency.es