

# **Estrategia de comunicación en pro de la sensibilización social frente a los caninos callejeros en Tunja**

Paola Andrea Suárez Ruiz

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo surge del proyecto de investigación terminado Estrategias de comunicación ligadas a la salud pública y responsabilidad social frente a la adopción de caninos en Tunja, que buscó 'generar una estrategia de comunicación orientada a la salud pública y la comunicación pública, que permitió la sensibilización colectiva sobre la tenencia de los caninos en Tunja, ello condujo a la construcción de piezas digitales como blogs, páginas webs especializadas, campañas de sensibilización "Mi cámara mi mejor amiga", entre otras acciones que fueron encaminadas en los nuevos canales comunicativos de última era.

**Palabras clave.** Periodismo ciudadano / Transmedia / Caninos callejeros / Estrategia de comunicación

**Policía Nacional de Colombia**

**Egresada - Universidad de Boyacá**

**Facultad de Ciencias Jurídicas y Social - Comunicación Social**

**Manuscrito ID.** Cubun-2019-01-02

## Communication strategy for social awareness of street dogs in Tunja

### RESUMEN

The following work arises from the completed research project Communication strategies linked to public health and social responsibility regarding the adoption of canines in Tunja, which sought to 'generate a communication strategy oriented to public health and public communication, which allowed the collective awareness about the possession of canines in Tunja, this led to the construction of digital pieces such as blogs, specialized websites, awareness campaigns "My camera my best friend", among other actions that were directed in the new communication channels of the last was.

**Key words.** Citizen journalism / Transmedia / Stray dogs / Communication strategy.

## Stratégie de communication pour la sensibilisation sociale aux canines des rues à Tunja

### RÉSUMÉ

Le travail suivant est issu du projet de recherche terminé Stratégies de communication liées à la santé publique et responsabilité sociale face à l'adoption de canins à Tunja, qui a cherché à générer une stratégie de communication orientée sur la santé publique et la communication publique, qui a permis la sensibilisation collective sur la possession des canins à Tunja, ce qui a conduit à la construction de pièces numériques comme des blogs, des pages web spécialisées, campagnes de sensibilisation "Mon appareil photo mon meilleur ami", entre autres actions qui ont été dirigées sur les nouveaux canaux de communication de dernière ère.

**Mots clés:** Journalisme citoyen / Transmédia / Chiens errants / Stratégie de communication.

*“Los animales no son propiedades o cosas, sino organismos vivientes, sujetos de una vida, que merecen nuestra compasión, respeto, amistad y apoyo.”*

Marc Bekoff

## INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta que el abandono de caninos callejeros como problemática social afecta a las comunidades de Tunja en cuanto a la salud pública, se decide diseñar y ejecutar una estrategia de comunicación que fomente la sensibilización frente a los caninos que deambulan por las calles de la capital boyacense.

Para ello fue necesario registrar, dos tipos de fuentes científicas ligados al tema de investigación como son: artículos relacionados directamente con estrategias comunicativas enfocadas a la protección de los animales. Entre los más relevantes de este nivel aparecen en primer lugar *Movimiento antitaurino en Bogotá. Estrategias de comunicación del grupo animalista* (2011), cuya autora Lorena Carolina Márquez Rojas describe y analiza las estrategias de comunicación del movimiento antitaurino en Bogotá, partiendo de los orígenes que han tenido los grupos antitaurinos, luego determinando el movimiento antitaurino surgido en Bogotá, hasta la descripción de las diversas estrategias comunicativas del movimiento, como son el activismo práctico, la unión hace la fuerza, modelo AIDA, llamar la atención es tarea fácil, etcétera.

Por otra parte, en el campo de la ejecución del trabajo, Adriana Peña Miranda expone *Diseño de una página web, como herramienta de comunicación,*

*que sensibilice a niños de 7 a 12 años, de los estratos 2 y 3 en la ciudad de Bogotá, frente al buen trato que debe recibir el perro callejero* (2008). La autora propone el empleo de herramientas comunicativas mediante la Internet en los niños, como estrategia de sensibilización en contra del maltrato de caninos, especialmente los perros callejeros. Además, la tesista plantea un enfoque creativo, explicativo, analítico, y reflexivo acerca del maltrato que reciben los caninos de la calle. Asimismo, señala que “los niños son más sensibles y hay que enseñarles la importancia y el valor que tienen estos animales, y se les debe incitar a manejar las nuevas tecnologías donde ellos puedan participar de manera creativa” (2008, pp. 7-9). La propuesta de Adriana Peña, se convirtió en un modelo estratégico a seguir, debido a la importancia que actualmente tienen las nuevas tecnologías de la comunicación y la información en los procesos de interacción social, especialmente en los grupos de niños y jóvenes, principal grupo poblacional a tener presente en las acciones a implementar. Su propuesta nos sirvió para desarrollar una parte de nuestra metodología.

Hoy día estamos en un mundo en donde la tecnología está en auge presentándonos la Web 2.0 como eje de la opinión pública, en donde los ciudadanos tienen la facultad de exponer sus pensamientos de forma libre a través de las redes y así generar un ciberactivismo frente a cierta razón social. Las investigadoras Lis Johann Tamayo Molina y Ana María Villa Zapata, abordan el artículo *Ciudadanos en la red: Facebook y opinión sobre las corridas de toros* (2008), realizan una reseña sobre los procesos de opinión pública en la red social virtual denominada Facebook con base en las polémicas

entre taurinos y opositores de esta afición. El trabajo describe la participación virtual de los usuarios en la Web 2.0 mediante el eje temático de la opinión pública, apreciación ligada a la comunicación política.

Luego se relaciona estrategias de protección animal y demás elementos que configuran el entorno social desarrollado desde la salud pública, esta es fundamental en el desarrollo de la investigación, debido a observarse en un breve ejercicio ocasional, la proliferación y el abandono de caninos como problema de salud pública que afecta a todos los habitantes y visitantes de la ciudad, y en búsqueda de referentes conceptuales frente a dicho tema, aparece el trabajo *Apropiación del programa salud a su casa a través de las estrategias comunicativas implementadas en el barrio Patio Bonito 1* (2009), realizado por Paula Andrea Barreiro Martínez; donde expone que la comunicación para la salud es la encargada de informar, educar, convencer, explicar pero sobre todo escuchar a la comunidad para poder generar un diálogo con los encargados en el ministerio de salud. Las estrategias de comunicación buscan generar acciones para solventar las problemáticas que posea cada colectividad, dándole a conocer los derechos y los servicios que presta el Estado (p. 82). Lo cual constituye una muestra teórica en materia de comunicación y salud, a ser tenida presente para el proyecto.

Se han hallado diversos atinentes sobre algunas estrategias comunicativas y la construcción de las piezas de la misma, en donde se realiza una motivación a la comunidad y se deben tener en cuenta cuatro etapas: el diseño, la creación, la transmisión y la comprensión de la información; y para ello se

utilizan medios alternativos como la voz a voz, los folletos, los afiches, las pinturas, las fotografías; como línea de intervención frente al tema de denuncia y de fomento a la adopción animal.

En diferentes etapas de la construcción de la estrategia se analizaron algunas teorías de la comunicación en el campo social, como la *Responsabilidad Social* de los medios de comunicación, señalando que los comunicadores deben transmitir lo mejor (se establecieron los derechos y responsabilidades del comunicador profesional), y los usuarios debían saber elegir lo mejor (Rivers, Schramm and Christians, 1980) de acuerdo a sus necesidades psicológicas (teoría de audiencia de los usos y gratificaciones). Lo cual relaciona cuatro criterios que sintetizan la responsabilidad social:

*Primero*, los medios públicos o masivos, aunque sean de privados, deben ser regulados por decisiones públicas y colectivas a varios niveles de la comunidad.

*Segundo*, el fin de los medios públicos no es enriquecer a los dueños, sino servir el bien común; y el trabajo en los medios no es simplemente un trabajo más, sino una profesión, orientada intrínsecamente a sostener la comunidad democrática libre.

*Tercero*, el público tiene derecho de acceso a los medios, y cada grupo tiene derecho a ser representado propiamente y a recibir información adecuada a sus necesidades.

*Cuarto*, ya que ellos son centrales para la democracia, ni gobiernos ni intereses poderosos

privados, ni iglesias, etc. deben influir en ellos (White, 1994).

Otro modelo ligado a la comunicación pública es la teoría del *Servicio Público*, cuya finalidad es reforzar la cultura nacional, para ello uno de los postulados prácticos de la teoría es servir especialmente a las artes, a los artistas y a la educación. Inclusive admite alguna supervisión pública en su financiación. Lo cual señala, en uno de sus modelos de intervención llamado el *Tercer Mundo* que “los medios se subordinan al desarrollo, y el Estado los controla para eliminar las diferencias (étnicas, etcétera) y construir una nación moderna. Esto se aplicó en las colonias europeas de África de este siglo. También los gobiernos usaron los medios para hacer campañas para aumentar la producción agrícola, la alfabetización, el control de epidemias, la medicina preventiva y la planificación familiar”.

Finalmente, la teoría de la *aguja hipodérmica* es enlazada en la investigación, su principal postulado, es que “los medios de comunicación de forma inductiva pueden marcar las pautas de comportamiento del público, al estar siendo bombardeados constantemente con mensajes que poseen algún interés, sin que exista algún tipo de mediación, retroalimentación o reelaboración de estos contenidos por parte de las personas como una aguja hipodérmica. Esto busca generar en la comunidad unas ideas para que sean reproducidas en la cotidianidad de estos sujetos, basándose en algunos fines políticos, sociales y económicos” (Aguado, 2004). La anterior teoría tiene relevancia frente a esta investigación, ya que se pretende generar y difundir estrategias comunicativas, con mensajes

persuasivos hacia la sensibilización social, y que se obtenga como respuesta la adopción de caninos y una responsabilidad frente a la tenencia de los mismos.

En este tema es muy importante tener conocimiento sobre la normatividad dada frente al caso, por lo que se desarrollan inicialmente las leyes 746 de 2002 (tenencia de caninos) y 1774 del 2016 (protección de animales en Colombia), las normas nacionales que expide el Ministerio de Salud y Protección Social acerca de zoonosis, los artículos constitucionales sobre el derecho a la salud y algunos Decretos emanados por la Alcaldía de Tunja en tal materia: **Ley 746** de 2002-Artículo 1º, Ley 1774 de 2016-Artículo 1º, Ley 9 de 1979-Artículo 1º.

Por otro lado, se encuentran los Lineamientos *para el funcionamiento de los Centros de zoonosis en el territorio nacional*: documento generado por el Ministerio de Salud y Protección Social en el 2014, donde se establecen estrategias que permitan que las funciones de prevención, diagnóstico, vigilancia y control de las zoonosis se lleven a cabo, bajo la responsabilidad de las Direcciones Territoriales de Salud. Se encuentra el Artículo constitucional 47, Artículo constitucional 48, y los decretos expedidos por la Alcaldía de Tunja como el decreto 2200 del 14 de agosto de 2014 y el Acuerdo Municipal 0017 de 2015.

## METODOLOGÍA

Se aplicó una metodología de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) que permitió crear una estrategia de comunicación para fomentar la adopción canina en la ciudad, y recolectando los datos en

las Comunas occidental (4), Centro Histórico (5), oriental (7) y suroriental (8) ubicadas en el casco urbano de Tunja. Desde lo cualitativo con alcance descriptivo se visibilizaron los patrones culturales y sociales de las personas que maltratan y abandonan a los caninos, y de igual forma definiendo rasgos de la comunidad en general de Tunja. En la perspectiva cuantitativa mediante la observación científica generando una estadística deductiva, se valoraron las condiciones biológicas que llevan al abandono (edad, macho o hembra, malformación física, enfermedades, condiciones económicas de los amos), y el estado en el que se encuentran los caninos deambulantes como el poseer zoonosis, tumores, desnutrición entre otras muestras de vulnerabilidad física.

Apropiamos como principal herramienta el periodismo ciudadano, para generar participación, interacción y sensibilización en la comunidad tunjana frente a la adopción y al cuidado animal. Posterior a ello se implementó como segundo instrumento utilizamos los medios alternativos de comunicación impresos, y los nuevos medios de comunicación.

El análisis realizado en el campo teórico y experimental involucrado con el tema de investigación, nos llevó a diseñar y desarrollar la estrategia comunicativa titulada; ¡Mi cámara, mi mejor amiga!, propuesta que engloba una serie de tácticas que incluyen el manejo de un blog con URL: <http://dmpardo8.wixsite.com/micamaramimejoramiga>, la creación de redes sociales como Facebook en donde se crearon dos cuentas, la primera era *Mi cámara mi mejor amiga*, y la segunda *Lente canino*; de igual forma para el último se creó un Twitter para la publicación de contenidos transmedia.

Por otro lado, en cuanto a los medios tradicionales, implementamos algunos afiches y volantes. A través de esto se busca transmitir a las entidades públicas y privadas la preocupación social acerca del abandono y maltrato animal, que genera un problema de salud pública para los habitantes y obviamente para cualquier especie que represente tal variedad. Asimismo el Blog servirá de alimentador de contenidos, presentados en los diversos canales de las redes sociales, donde se difunde todo tipo de maltrato y las consecuencias sociales, económicas y culturales que acarrea dicho problema, aprovechando la facilidad de acceso a la red y no estar limitada a ser empleada por un grupo específico de población, lo cual puede asegurar la circulación de mensajes e inclusión de cualquier tipo de expresiones asociadas al asunto estudiado, al respecto Gonzalo y Espiritusanto sostienen que *"La mayor explosión de la participación ciudadana y de la posibilidad de que los ciudadanos puedan informarse unos a otros a gran escala se da a partir de la democratización de las tecnologías y la puesta en marcha de los conceptos de participación y colaboración en red"* (2011, 45).

Para el diseño de la estrategia, en primer lugar, se creó el logo que se utilizó como imagen del plan de acción en cada táctica implementada, que es el siguiente:



Fuente: imagen diseñada por las autoras.

Se procedió a realizar piezas comunicativas de carácter visual como fotografías, videos e ilustraciones; evidenciando el estado de abandono de los caninos de Tunja, y estas empezaron a ser publicadas inicialmente en el blog con URL: <http://dmpardo8.wixsite.com/micamaramimejoramiga>, y en el Facebook titulado *Mi cámara mi mejor amiga*. En estos sitios se han publicado archivos de conocimiento público como la Declaración Universal de los Derechos Animales, la Política Pública Animal en Tunja, El código sanitario nacional entre otros documentos que sustentan la dignidad y el bienestar que debe poseer todo animal en Colombia. Se inició la recolección del material audiovisuales en los sectores de la capital, en donde desde el semillero de investigación se realizaron jornadas de acercamiento a la comunidad y captura de videos y fotos presentando el estado de abandono de los caninos en esta zona, la situación precaria de alimento y salud y la poca sensibilidad de los habitantes de la ciudad.

Por otro lado, se procedió a concertar textos sobre las experiencias con estos canes ambulantes en los diferentes sectores de la ciudad, en momentos estratégicos de la semana, como el día viernes de mercado en la comuna suroriental cercana a la plaza del Reten Sur. En la zona occidental de la ciudad se realizaron las observaciones y la captura de datos en momentos donde la Iglesia El Topo presentaba peregrinaje y mucho habitante de estos barrios. En el centro histórico se realizaron visitas en días entre semana en áreas como La Plaza de Bolívar y Plaza Real y lugares representativos de la ciudad el caso del Bosque de la República, parque histórico y monumento nacional referente a la gesta independentista, el periodo, el cual fue indagado durante los domingos, día de mayor afluencia de personas.

Paola Andrea Suárez Ruiz

## RESULTADOS

A continuación, se expone a través de capturas de pantalla, el trabajo realizado en el blog, presentando los temas que allí se tratan, como lo son los proyectos, las denuncias, los textos, los documentos legales frente al tema, y la explicación de la iniciativa.

**ÚNETE.**

**IMI CÁMARA, MI MEJOR AMIGA!** ES UNA INICIATIVA QUE LLEGA A TUNJA PARA FOMENTAR LA ADOPCIÓN CANINA, Y EL RESPETO Y RESPONSABILIDAD FRENTE A LOS ANIMALES.

RECIBIMOS TUS FOTOGRAFÍAS, VÍDEOS Y TEXTOS DENUNCIANDO EL ESTADO DE ABANDONO DE LOS CANINOS DE TU SECTOR.

RECUERDA CONTACTARTE CON:

CLÍNICA VETERINARIA DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA JUAN DE CASTELLANOS.  
CLÍNICA VETERINARIA DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA  
CLÍNICA VETERINARIA PETCENTER  
FUNDACIÓN SALVA  
FUNDACIÓN ENTORNO VIVO  
FUNDACIÓN NATUFAUNA

**¡HAZ FELIZ A TU FAMILIA Y A UN PERRITO!**

"DIME COMO ERES CON LOS ANIMALES Y TE DIRÉ QUÉ TIPO DE PERSONA ERES."  
J. MANUEL SERRANO MÁRQUEZ

**iMi cámara mi mejor amiga**

FACEBOOK: LENTE CANINO Y MI CÁMARA MI MEJOR AMIGA  
PÁGINA WEB: IMI CÁMARA, MI MEJOR AMIGA  
TWITTER: @LENTECANINO

**Fuente: imagen diseñada por las autoras. Pieza impresa distribuida por la ciudad, principalmente en las comunas que presentan a gran escala esta problemática. Fue diseñada por las investigadoras.**



Fuente: Autoras. Captura de pantalla #1, mostrando el inicio del blog.



Fuente: Autoras. Captura de pantalla #2, presentando como se publicaron los documentos.

Simultáneamente a la creación de los perfiles y las páginas en las plataformas web, se diseñaron piezas de carácter impreso, en medios de comunicación alternativos, como lo fueron la realización de 200 volantes que se expandieron por toda la ciudad, allí se explicaba el objetivo de esta iniciativa social, los principales lugares en la ciudad a donde se puede acudir en caso de querer adoptar una mascota, y finalmente se presentaban las redes sociales y la página web de *Mi cámara mi mejor amiga*. Para el planteamiento de esta pieza gráfica,

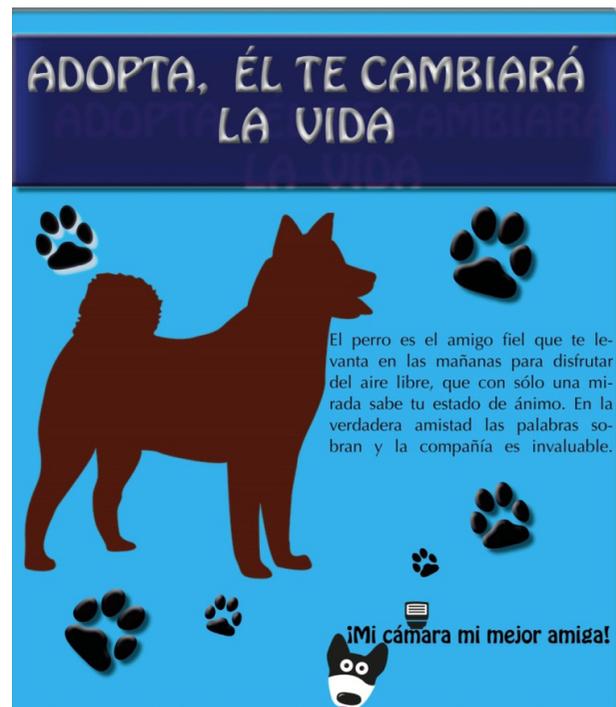
se utilizó una tipografía bastante llamativa para la comunidad, ya que lo primero que se observa es la palabra únete, haciendo alusión a la campaña, y esta es animada y gruesa. De igual forma se utilizó una tipografía a palo seco para los demás textos del impreso, y se realizó una alternación entre el color negro y el blanco para captar más la atención del lector. El fondo del mismo es verde que hace alusión al medio ambiente, y como sello de todas las tácticas comunicativas que utilizamos, está el logo de la propuesta.

Como forma atractiva para generar la sensibilización frente al tema de la adopción, el respeto y la responsabilidad frente a los caninos, se procedió a crear dos afiches como piezas impresas. Estos fueron ubicados en los sectores más frecuentados de cada comuna, como la cartelera del paradero de buses del barrio San Francisco al sur de la ciudad, en las esquinas aledañas a las entradas de la Plaza de Mercado del Reten Sur, en los muros del colegio Gonzalo Suárez Rendón, en el parque del barrio El Milagro, y finalmente se colocaron en el puente de Las Nieves y en el parque del barrio Maldonado.

El primer modelo fue realizado de forma vertical, con medida de un pliego. Para este se utilizó un fondo azul claro con franja en azul oscuro, en el título se implementó una tipografía serifada de color blanca con bisel y grabado que le generó la textura de relieve, y un breve reflejo al fondo con una distancia de un centímetro. Se emplearon ilustraciones de caninos, y algunos rasgos característicos, y para concluir, se agregó un texto sensibilizando a la comunidad sobre la importancia de la compañía de este animal, y como se mencionó anteriormente, lleva el sello de *Mi cámara mi mejor amiga*.

El segundo afiche se diseñó horizontalmente y fue realizado uniendo las anteriores piezas comunicativas, ya que se tomaron elementos de cada una, de carácter textual y gráfico. En primer lugar, se sigue manejando el uso de textos y frases sentimentales para persuadir al público frente a la adopción y al cuidado animal. Se implementó el color verde por la alusión que genera hacia la naturaleza, pero este posee un matiz más oscuro por los reflejos color café de la letra. Se maneja una tipografía a

palo seco de color negro para el texto, y para el título se usa el negro con un reflejo hacia la derecha de color café claro. Las ilustraciones vuelven a formar parte del mismo, ya que a modo de marca de agua se agregan dos caninos, y algunas huellas de perro. Y por último al costado derecho se ubica la marca de *Mi cámara mi mejor amiga*.



**Fuente: imagen diseñada por las autoras. Pieza gráfica publicada en las cuatro comunas que más presentan esta problemática. Esta fue diseñada por las investigadoras.**

Lente canino fue otra iniciativa que se manejó en redes sociales como Facebook y Twitter, y que nos sirvió para evaluar el alcance que tuvo el trabajo en los nuevos medios. A través de esta y de las otras plataformas de *Mi cámara mi mejor amiga*, se



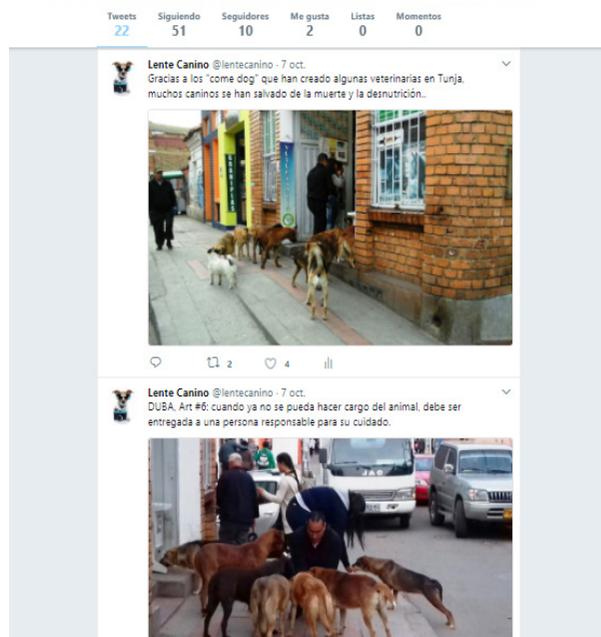
**Fuente: imagen diseñada por las autoras. Pieza gráfica publicada en las cuatro comunas que más presentan esta problemática. Esta fue diseñada por las investigadoras.**

observa que hay bastante acogida por parte de la comunidad frente al blog y al Facebook, en donde se tienen 168 amigos y publicaciones como fotografías, videos y pequeños textos enviados por los habitantes, y en el blog hay comentarios positivos de la colectividad tunjana.

Se ha recibido gran cantidad de fotografías y vídeos denunciando el abandono animal y el maltrato en varios sectores de la ciudad como los alrededores de la plaza de mercado del sur; la Plaza de Bolívar; el sector de Plaza Real, el Bosque de la República, en cercanías de la Iglesia el Topo. Entre las fotografías y videos que se han recibido frente al tema, hemos encontrado animales en estado deplorable en donde aparecen rompiendo las basuras en la calle lo que a su vez genera un problema de salud pública para los habitantes, manadas de hasta 8 caninos acechando los sectores más transitados de Tunja, y algunas peleas entre los mismos.

Se evidencian algunos espacios que propician la proliferación de canes como las plazas de mercado, y los postes eléctricos que suelen ser el lugar para poner la basura según el horario de llegada del camión recolector, y algunos sectores con mucho flujo de personas como lo es principalmente el centro del núcleo urbano.

Por medio de capturas de pantalla, a continuación, se presenta un breve resumen del trabajo realizado en Twitter, con la publicación de imágenes y de textos que fueron replicados en las dos páginas de Facebook, y las fotografías y videos que fueron colgados de igual forma en la página web. Como en el blog se publicaron todos los documentos del marco legal entorno al cuidado animal, en las redes sociales se posteaban algunos párrafos o líneas de artículos y decretos de estos textos.



**Lente Canino**  
@lenteCanino

Tweets 22 Siguiendo 51 Seguidores 10 Me gusta 2 Listas 0 Momentos 0

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
"Los humanos tienen una obligación positiva hacia el cuidado y bienestar de animales".



**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
"Animal humano-dependiente: su bienestar y supervivencia esta bajo el"

**Lente Canino**  
@lenteCanino

Tweets 22 Siguiendo 51 Seguidores 10 Me gusta 2 Listas 0 Momentos 0

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
"El deber de las autoridades municipales velar por la tenencia responsable de animales domésticos" Policía Pública Animal de Tunja.



**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
Es deber velar por la esterilización y evitar la proliferación masiva de caninos en la ciudad.



#DíaDeLaRaza  
2294 Tweets  
Santiago Uribe  
Inicia el juicio contra Santiago U  
#PuenteFestivo  
@IngricarpPineto esta invitando  
Mao Molina  
#HoraJudicialUR  
Edifical Montealegre  
#FourDelosResultados  
Techo  
7.070 Tweets  
#EconomíaDigital

© 2017 Twitter. Sobre nosotros Centro de Ayuda. Condiciones Políticas de privacidad. Cookies Información sobre anuncios

**Lente Canino**  
@lenteCanino

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

**Lente Canino** @lenteCanino · 10 oct.  
Sigüenos en nuestra página de Facebook: [facebook.com/lenteCanino/](https://www.facebook.com/lenteCanino/)

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
Plaza Real, centro histórico de Tunja.



**Lente Canino**  
@lenteCanino

Tweets 22 Siguiendo 51 Seguidores 10 Me gusta 2 Listas 0 Momentos 0

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
5. Necesidad de poder expresar su normal comportamiento: proporcionando suficiente espacio, instalaciones apropiadas, y compañía.

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
4. Necesidad de no sufrir miedo o dolor: asegurando las condiciones y tratamientos que eviten un sufrimiento mental.

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
3. Necesidad de no sufrir dolor, lesión y enfermedad: por medio de la prevención, un diagnóstico rápido y el tratamiento necesario.

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
2. Necesidad de no sufrir incomodidad: proporcionando un ambiente apropiado incluso resguardo y un área de descanso cómoda.

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
1. Necesidad de no sufrir hambre o sed: acceso constante a agua fresca y una dieta para mantenerlos vigorosos y en buen estado de salud.

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
DUEA Art #4: necesidades básicas de los animales humano-dependientes:

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
DUEA Art #2: Ningún animal debe ser sacrificado innecesariamente o ser expuesto a actos crueles por parte del ser humano.

**Lente Canino**  
@lenteCanino

Tweets 22 Siguiendo 51 Seguidores 10 Me gusta 2 Listas 0 Momentos 0 Editar perfil

**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
¿Alguien se acuerda de los perros que se quedaban en la plaza?



**Lente Canino** @lenteCanino · 7 oct.  
Madrada de 8 caninos, comiendo de las bolsas de basura un sábado en la noche, en la esquina de Plaza Real en el centro histórico de la ciudad.



Fuentes: fotos tomadas autoras.

■ Alcance: orgánico/pagado 
 ■ Clics en publicaciones 
 ■ Reacciones, comentarios y veces que se compartió

| Fecha               | Publicación                    | Tipo | Segmentación | Alcance | Participación | Promocionar                             |
|---------------------|--------------------------------|------|--------------|---------|---------------|---|
| 18/10/2017<br>13:00 | Buenas tardes, aquí trabajando |      |              | 792     | 1<br>0        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 16/10/2017<br>22:14 | ¿Qué propones para mejorar la  |      |              | 30      | 2<br>6        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 10/10/2017<br>14:57 | ~3                             |      |              | 77      | 1<br>1        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 10/10/2017<br>14:30 | Cambios de color en el pelaje, |      |              | 54      | 3<br>2        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 10/10/2017<br>14:29 | Es deber velar por la          |      |              | 14      | 1<br>1        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 10/10/2017<br>14:30 | Cambios de color en el pelaje, |      |              | 54      | 3<br>2        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 10/10/2017<br>14:29 | Es deber velar por la          |      |              | 14      | 1<br>1        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 10/10/2017<br>7:32  | ¡Buenos días! Así queremos ver |      |              | 85      | 4<br>11       | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 09/10/2017<br>17:41 | "Es deber de las autoridades   |      |              | 183     | 5<br>11       | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 09/10/2017<br>13:55 | Espera muy pronto las          |      |              | 23      | 0<br>4        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 26/09/2017<br>15:38 | Lente Canino actualizó los     |      |              | 68      | 0<br>2        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 26/09/2017<br>15:10 | Crédito: tzoom.net             |      |              | 5       | 6<br>4        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |
| 26/09/2017<br>15:00 | Crédito: 11andmore.com         |      |              | 13      | 6<br>6        | <a href="#">Promocionar publicación</a> |

Para concluir con el proceso realizado para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se realizó un análisis del impacto social que tuvo la estrategia comunicativa en Tunja. Para ellos se utilizaron las estadísticas brindadas por las redes sociales, en donde se evidencia que las publicaciones que incluían fotografías eran las que mayor alcance obtenían, los textos que relataban las historias de vida de algunos caninos deambulantes en la ciudad, fueron el segundo tipo de contenido que más llamó la atención a través de estas plataformas web; la publicación de artículos de la Declaración Universal del Bienestar Animal y de la Política Pública Animal de Tunja, generó gran aceptación y participación por parte de la comunidad, ya que fueron las que más comentarios y replicación por parte de los usuarios, y a su vez hicieron que las personas empezaran a enviar mensajes preguntando por los sitios, el proceso y los cuidados para la adopción.

La comunidad tunjana estuvo receptiva a este proyecto, ya que las personas se acercaron a todos los vínculos que se abrieron para participar y motivar a través de acciones a la adopción, al respeto, a la responsabilidad que se debe tener frente a un animal, y de igual forma se observó que desde el inicio del trabajo hasta al último acercamiento que se hizo con los habitantes, estos progresivamente fueron aumentando su preocupación frente a esta problemática, y fueron asimilando que esta afecta directamente la salud pública tanto de los animales como de cada persona sea residente o turista de la ciudad, ya que en todo momento se está en contacto con los caninos y se genera la expansión de zoonosis. Es por esto que los individuos iniciaron a denunciar este problema social, para que las entidades privadas y públicas empiecen a crear métodos para contrarrestar o mitigar situación.



## REFERENTE TEÓRICO

Adentrándonos en el campo teórico de estudio, la inconformidad de las comunidades frente al manejo de la información por parte de los medios tradicionales de comunicación, ha permitido la intervención colectiva de los ciudadanos mediante otros mecanismos o canales productores de mensajes. El caso de los llamados medios de comunicación de última tecnología, han servido como herramientas alternativas de expresión ciudadana en contra de hechos que afectan el orden social. Estos medios esencialmente aparecen concentrados en la Internet, plataforma digital que nació como un simple sitio web de exposición de mensajes mediante textos, fotografías y videos que recogían un sentimiento social, ahora existe un desarrollo más completo que ha conllevado a la creación de una web 2.0, donde se genera espacios de interacción a través de diversas herramientas ciberespaciales. Para lograr mayor claridad de términos a utilizar

adecuadamente en la investigación, encontramos dos definiciones que ayudaron a entender porque el proyecto era importante tratar el último término a ser mencionado. El periodismo cívico que “busca las demandas y carencias de los ciudadanos y luego se dirigirá a los líderes y las instituciones para reclamar respuestas concretas” (Dader, 2013) pero por otra parte, el periodismo ciudadano se convierte en una herramienta de la comunidad, para transmitir las necesidades o preocupaciones de cada localidad, y transmitir sus videos, fotografías entre otras formas de denuncia, en los medios alternativos de comunicación (periódicos murales, perifoneo, folletos, etcétera) y por los nuevos medios digitales (blogs y redes sociales). El periodismo ciudadano facilita el dialogo social y la participación de los movimientos ciudadanos, en las plataformas mediáticas, que puedan generar un impacto de gran alcance.

De igual forma observamos que los nuevos medios de comunicación, han cumplido el papel de resaltar el trabajo realizado por los movimientos o grupos sociales, localizando como evidencia *Los movimientos sociales e internet* (2014), con acontecimientos de gran trascendencia: La Primavera Árabe en 2010, las movilizaciones estudiantiles en Chile y Colombia en 2011 y las de Yo Soy 132 en México 2012; algunas de las más importantes que han dado lugar a múltiples actores en una nueva forma de movimiento descentralizado, en plataformas como Tumblr y Wordpress en caso de los blogs, y redes sociales como Facebook, Twitter y LinkedIn. Las comunidades están utilizando internet como un espacio para alcanzar metas y hacer “visibles los dilemas fundamentales de esta sociedad postindustrial, compleja o como queramos llamarla” (Melucci, 1998, p. 380). En tal escenario, por lo general el periodismo ciudadano busca presentarse como garante de derechos como: la lucha contra el “sistema”, la búsqueda de la emancipación, la defensa de los derechos humanos en este caso la protección animal.

Yo Soy 132 en México (2012) es un ejemplo de lo anterior, ya que se observa como la desinformación propagada por los medios de comunicación tradicionales, generaron confusión e inestabilidad en las elecciones presidenciales realizadas en México en 2012, sumada a que Televisa uno de los medios más importantes de ese país, decidió transmitir un partido de fútbol, en lugar del primer discurso presidencial. Lo anterior llevó a un grupo de estudiantes a tomar parte en el asunto, exigiendo la democratización de los medios en el país Azteca, lo que finalmente fue desatado por Enrique Peña Nieto, candidato en aquella época.

El 14 de mayo en ese año, 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana subieron un video a YouTube con una credencial en la mano en donde manifestaban su descontento hacia Peña, a lo que otras universidades de México respondieron con el uso en Twitter y Facebook de #YoSoy132.

Analizando los hallazgos realizados en el diagnóstico del tema, se abordó de forma interdisciplinaria la teoría para aplicar a la creación de la estrategia, por ello en primer lugar se acuña el concepto de salud pública que hace Gustavo Alonso Cabrera como “aquel basado en el comportamiento y en la comunicación social que sirven de apoyo a algunos campos de la salud pública, especialmente en promoción y educación en salud”. Para ello es necesario asociar la teoría del *aprendizaje social* (Bandura, 1977; Rotter, 1954), señalan que el “comportamiento humano se explica en términos de una teoría dinámica recíproca y de tres vías en las cuál los factores personales, las influencias ambientales y el comportamiento interactúan continuamente”. Los autores destacan: “una premisa básica de esta teoría es que las personas aprenden no solamente por medio de su propia experiencia sino también observando las acciones de otros y los resultados de dichas acciones”. Prochaska (1979, p. 1) propone un cambio de conducta del modelo anterior: *modelo de etapas de cambio o modelo transteórico*, “la premisa básica es que el cambio de comportamiento es un proceso y no un acto, y que los individuos se hallan a diversos niveles de motivación o disposición para cambiar”. Ante esto el autor plantea los siguientes pasos:

- Pre-contemplación (Pre-conciencia). Las personas en esta etapa no tienen intención de cambiar

de conducta en un futuro próximo, no son conscientes del problema, o niegan el peligro que supone su conducta actual.

- Contemplación (Consciencia). Las personas en esta etapa son conscientes de la existencia y están pensando seriamente en hacer algo para superarlo, pero todavía no se han comprometido a hacerlo.

- Preparación (Intención). Las personas en esta etapa tienen intención de hacer algo para superar el problema en un futuro próximo y posiblemente lo hayan intentado en el pasado reciente, aunque no de manera constante.

- Acción. Las personas cambian la percepción que tienen de su conducta y experiencias o entorno para superar sus problemas. El cambio de conducta apenas comienza.

- Mantenimiento. Se hace un esfuerzo para no retroceder el camino avanzado y mantener el cambio de comportamiento durante un largo período de tiempo.

En materia de comunicación social, exactamente está la *comunicación pública*, definida como “competencia y circulación de sentidos que la sociedad reconoce y tramita en su agenda, es decir, que se traduce en movilización social. No hay nada más público que la comunicación, circunstancia que nos permite señalar que la comunicación es poner en común sentidos en su natural dimensión social”, según Luis Horacio Botero Montoya.

En cuanto a principios éticos, políticos y morales al momento de implementar las estrategias en la comunidad, Viviana Andrea Torres Montero y Rodrigo Alberto Chávez Cabrera realizaron la promoción y prevención de la salud en Bogotá por medio de estrategias comunicativas en 2008, proponen que la salud pública tiene como objetivo prevenir y promover la calidad de vida, la nutrición, evitar la violencia y la intolerancia, para alcanzar bienestar físico, mental y moral a cada comunidad.

Es claro que los medios de comunicación tienen gran impacto a la hora de constituir creencias y conductas en el ser humano, esto se puede utilizar para promover valores frente a la salud pública, en este caso se trataron unas series de estrategias de sensibilización social de las personas con los caninos, donde el amo y comunidad en general puedan creer en la importancia de consolidar acciones que lleven al bienestar de cualquier animal, y así alcanzar comportamientos o conductas que favorezcan en el cuidado de los perros.

Otros modelos teóricos basados en la salud pública, clasificados como secundarios para los intereses de la investigación, es *tendencia y teorías en salud pública*, cuyo autor Álvaro Franco (2006, p. 121), expone que la salud pública es una construcción ideológico-política ya que se encuentra en el campo de las relaciones sociales, permitiendo el desarrollo social del hombre en todas sus formas de socialización humana. Las teorías en salud pública deben dar cuenta de la salud de cada individuo, pero sobre todo en el colectivo de intervenciones sanitarias y las relaciones interpersonales. Este trabajo tiene como fin concientizar a las personas sobre la creación de estrategias comunicativas y políticas

para la mejora de la salud pública y mediante estas prevenir y prolongar la vida del ser humano, disminuyendo la influencia que tienen los caninos callejeros sobre esta, y recíprocamente, mejorar la forma de vida de estos animales.

Como instrumento legal y teórico, nos basamos en la política pública del país referente al maltrato animal, basada en la Declaración Universal de Bienestar Animal y en la Declaración Universal de los Derechos de los Animales, plantea que:

**Lineamientos, alcance, propósito, estrategias, herramientas jurídicas y competencias político administrativas que involucran a las diferentes instancias gubernamentales administrativas, políticas y al conjunto de la ciudadanía, para atender y solucionar problemáticas, situaciones o necesidades que afectan, vulneran o pongan en riesgo el bienestar integral de los animales y que guarden relación directa con la convivencia, la seguridad, la salud pública y ambiental, la justicia y el desarrollo humano y social, en tanto se orienta el ejercicio efectivo de participación de los ciudadanos para garantizar la protección a todos los animales, prevenir y sancionar su maltrato, en un enfoque de respeto a la vida de los seres sintientes.**

Esta política pública utiliza los siguientes principios: reconocimiento, justicia, biodiversidad, respeto y protección, y prevención y educación. En cuanto el reconocimiento hace referencia a acoger a los animales como seres vivos que habitan el municipio y que comparten el territorio y el derecho a la existencia digna y garantizar el bienestar integral en condiciones mínimas según la especie perteneciente ya sean silvestres o nativos, y educando

a la comunidad para que vele por la dignidad de estos seres sintientes, en estado de fragilidad o vulnerabilidad.

## A MODO DE CONCLUSIÓN

Las redes sociales, como el Facebook y los blogs, han tenido gran influencia por parte de la comunidad, generando comentarios y denuncias sobre el maltrato que ha habido en los animales últimamente en la ciudad. Se ha alcanzado gran número de publicaciones compartidas por parte de “Lente canino” en Twitter y Facebook, allí, las personas muestran su descontento con los acontecimientos que surgen y así mismo promueven la adopción con comentarios de apoyo.

Los tunjanos han estado más sensibilizados con el tema, porque se están uniendo a los grupos animalistas y a las fundaciones que manejan el tema, informándose acerca de las novedades y promoviendo el cuidado animal. Entre la información que comparten los ciudadanos está el problema de la salud pública, dando a conocer a las demás personas este problema que ha sido relevante, pero se ha pasado por alto. Fue relevante publicar los documentos sobre la protección animal, como la declaración universal de los derechos de animales y el código de policía, ya que muchas personas no tenían conocimiento de las nuevas reglas y normas que empezarían a surgir.

Entre las comunas con más proliferación de canes son; (cuatro) occidental, (cinco) el centro histórico, (siete) oriental. Se encuentran animales de razas combinadas, y de todas las edades, más aún en los lugares donde el comercio es abundante, llamando la atención y el apetito de los caninos.

Los medios de comunicación de última tecnología han servido como herramientas alternativas de expresión humana ciudadana en contra de hechos que afecten el orden social. Dichos medios aparecen esencialmente en Internet. El periodismo ciudadano favoreció de gran manera a la solución de problemáticas sociales, dado que en las divulgaciones que se han hecho, las personas contribuyen de alguna manera, dando sus opiniones e ideas. La sociedad incrementó sus conocimientos acerca de las posibles enfermedades de salud pública, además de saber cómo prevenir este tipo de problemáticas gracias a los bolates que se desarrollaron y a los textos que se desglosaron en las páginas y redes.

El irrespeto a los derechos de los animales, como el gran índice de abandono de los animales tomados más como un objeto o entretenimiento que como un ser vivo hace que decaiga el término de igualdad colectiva y que prevalezca solo el interés personal. El desarrollo de nuevos medios de interacción puede ser una forma fácil de atraer un gran número de personas, ya que la población tiene acceso a esa información y puede opinar, publicar y compartir a las demás personas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información. Universidad de Murcia. En línea: [http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teoria%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teoria%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf). Recuperado: [marzo de 2016].

Bandura. (1977). Rotter. (1954). *Teorías del cambio de comportamiento*. En línea: [http://www.bvsde.paho.org/cursoa\\_edusan/modulo1/ES-M01-L07 Comportamiento.pdf](http://www.bvsde.paho.org/cursoa_edusan/modulo1/ES-M01-L07 Comportamiento.pdf). Recuperado: [mayo 13 de 2016].

Barrero Martínez, Paula Andrea. (2009). Apropiación del programa salud a su casa a través de las estrategias comunicativas implementadas en el barrio Patio Bonito 1. *Tesis de pregrado*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. En línea: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis312.pdf> Recuperado: [abril 15 de 2016], pág. 82-90.

Botero, L. (2006). Comunicación pública, comunicación política, y democracia: un cruce de caminos. En línea: <http://www.redalyc.org/pdf/649/64900202.pdf>. Recuperado: [mayo 05 de 2016].

Cabrera, G. (2000). *El modelo transteórico del comportamiento en salud*. En línea: <http://www.redalyc.org/pdf/120/12018210.pdf>. Recuperado: [abril 19 de 2016].

Dader, L. (2013). La débil identidad del periodismo en la hipermodernidad. Teorías sobre el Periodismo, *Ciencias de la Comunicación UBA*. En línea <http://teoriasperiodismo.sociales.uba.ar/?p=305>. Recuperado: [febrero 18 de 2017].

El Tiempo. (2007). *Los perros abandonados en Bogotá: un problema ambiental*. En línea: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3521938> Recuperado: [junio 16 de 2016]

- Franco. A (2006). Tendencias y teorías en salud pública. En: *revista Opinión de la Facultad Nacional de Salud Pública, volumen 24*, pp. 119-130. En línea: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v24n2/v24n2a12>. Recuperado: [febrero 29 de 2016].
- Márquez Rojas, Lorena Carolina. (2011). Movimiento antitaurino en Bogotá. Estrategias de comunicación del grupo animalista. *Tesis de pregrado*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. En línea: <https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/153cedbe1bc461ca?projector=1> Recuperado: [abril 15 de 2016], pág. 113.
- Peña Miranda, Adriana. (2008). Diseño de una página web, como herramienta de comunicación, que sensibilice a niños de 7 a 12 años, de los estratos 2 y 3 en la ciudad de Bogotá, frente al buen trato que debe recibir el perro callejero. *Tesis de pregrado*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. En línea: <https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/153cedbe1bc461ca?projector>. Recuperado: [abril 15 de 2016]. págs. 67.
- Prochaska. (1979). *Estados del cambio*. En línea: <https://www.psyciencia.com/2012/26/el-modelo-de-prochaska-y-diclemente-un-modelo-de-cambio/> Recuperado: [agosto 15 de 2016].
- Valencia, J.; García, C. (2014). *Movimientos sociales e internet*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Tamayo Molina, Lis Johann; Villa Zapata, Ana María. (2008). *Ciudadanos en la red: Facebook y opinión sobre las corridas de toros*. Medellín-Colombia: Universidad de Antioquia-Facultad de Comunicación Social. En: *Revista Folios*, años XII-XIV junio, pp. 95-104.
- Torres Montero, Viviana Andrea; Chávez Cabrera, Rodrigo Alberto. (2008). La comunicación en los programas de promoción y prevención de la salud en Bogotá: Secretaría Distrital de Salud, EPS y medios de comunicación. *Tesis de pregrado*. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. En línea: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis39.pdf>. Recuperado: [abril 15 de 2016]