

**Fortaleciendo la organización cuidado y bienestar para perros y gatos en condición
devulnerabilidad como red social**

Paula Andrea Bonilla Lozada

Docente:

Ana Mónica Girsmaldo Moreno

Universidad Nacional Abierta y A Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades – ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Palmira, diciembre 2022

Resumen

En el presente ensayo se presenta la investigación realizada con la Organización Social Participativa – OSP Cuidado y bienestar para para perros y gatos en condición de vulnerabilidad, liderada por Sandra González e Isabel Portela, de Palmira, Valle del Cauca. En él se logró aplicar los conocimientos adquiridos a través de la profesionalización de la carrera de comunicación social y el DCRSC, aplicando los conceptos a un proceso que trabaja por el fortalecimiento de un área comunitaria, logrando ir más allá de lo que se cree que es la comunicación social. Esta práctica ha logrado construir una red social a través de la comunicación participativa promovida por el diálogo vinculante, en el que se agrupan personas que buscan el bienestar animal y la promoción de la tenencia responsable de animales. Con este trabajo se logró determinar una estrategia orientada al fortalecimiento, es por lo anterior que la OSP Cuidado y bienestar para perros y gatos en condición de vulnerabilidad debe estructurar y diseñar una marca e identidad propia con el propósito de fortalecerse como red social ante la comunidad.

Palabras clave: Redes sociales, comunidad, marca, identidad, bienestar animal.

Abstract

This essay presents the research carried out with the Participatory Social Organization - OSP Care and Wellbeing for dogs and cats in vulnerable conditions, led by Sandra González and Isabel Portela, from Palmira, Valle del Cauca. In it, it was possible to apply the knowledge acquired through the professionalization of the social communication career and the DCRSC, applying the concepts to a process that works for the strengthening of a community area, managing to go beyond what is believed to be social communication. This practice has managed to build a social network through participatory communication promoted by binding dialogue, in which people who seek animal welfare and the promotion of responsible animal ownership come together. With this work it was possible to determine a strategy aimed at strengthening, it is for this reason that the OSP Care and well-being for dogs and cats in vulnerable conditions must structure and design a brand and its own identity with the purpose of strengthening itself as a social network before the community

Keywords: Social networks, community, brand, identity, animal welfare.

Tabla de contenido

Fortaleciendo la organización cuidado y bienestar para perros y gatos en condición de vulnerabilidad como red social.....	5
Conclusiones... ..	12
Referencias	13

Fortaleciendo la organización cuidado y bienestar para perros y gatos en condición de vulnerabilidad como red social

Muchos pueden creer que solo hasta ahora está de moda ayudar a los perros y gatos en condición de vulnerabilidad, tal vez lo que pasa es que el problema ha crecido tanto que cada vez son más los que buscan ayudar a aquellos a los que su voz carece de palabras. Es por lo anterior que la Organización Social Participativa – OSP Cuidado y bienestar para para perros y gatos en condición de vulnerabilidad, liderada por Sandra González e Isabel Portela, de la ciudad de Palmira, en el Valle del Cauca. Dos mujeres que de manera independiente y sin ánimo de lucro han decidido velar por el bienestar de animales en estado de abandono, desnutrición y afectaciones físicas, y en el mejor de los casos consiguiendo hogar a través de campañas de adopción realizadas desde sus redes sociales digitales, para así, aportar a la disminución de una problemática que afecta a toda una sociedad, haciendo un engranaje con comunidades y personas de la ciudad, que también buscan el bienestar para estos animales.

Este proceso investigativo surge como opción para desarrollar las fases que involucra el Diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, que es dictado por la Universidad Nacional Abierta y A Distancia - UNAD como opción de grado para el programa de Comunicación Social. Y, además, entrega bases suficientes para lograr identificar las necesidades y trabajar desde el fortalecimiento de la organización. Es por lo anterior que se ha planteado la siguiente tesis para la OSP, la cual consiste en la necesidad de estructurar y diseñar una marca e identidad propia con el propósito de fortalecerse como red social ante la comunidad. De esta manera la labor que han venido desarrollando a lo largo de dos años Isabel Portela y Sandra González, contará con una imagen que las represente como grupo, organización y no desde una individualidad como lo han venido realizando. Con esta estrategia se busca fortalecer la dinámica de trabajo de la organización, como red social a través del aprovechamiento de las

herramientas que ofrece la comunicación y las nuevas tecnologías. Con el propósito que sean más reconocidas y así lograr mayor impacto en su labor social.

Trabajar con esta organización surge debido a que son muchos los perros y gatos sin hogar que se encuentran en condición de vulnerabilidad y pocas son las personas que ayudan este tipo de causas que no tienen dolientes y que es una problemática que afecta a toda la sociedad. Pero que, para la mayoría de los dirigentes, gobernantes no se le ha dado la suficiente importancia y no se han diseñado alternativas o estrategias que perduren en el tiempo, que ayuden en el manejo y reducción de este problema.

Si bien en Colombia el gobierno ha determinado a los animales como seres sintientes, con el fin de minimizar todo tipo de maltratos y abusos por parte de los humanos, por medio de sanciones. Esto se considera como un avance, junto con las fundaciones y organizaciones que apoyan esta ley y el cuidado de los animales, aun así, no son suficientes para asumir el bienestar de cada uno de los perros y gatos que se encuentran en las calles del país, que están desprotegidos y en condición de abandono. Como la OSP investigada solo importa el amor por los animales y el gran sentido social que, a pesar de no tener la organización constituida formalmente, ni contar con conocimientos profundos sobre estrategias comunicativas, a través de las dinámicas que usan, por medio de las plataformas digitales personales, han logrado motivar y hacer eco en otras personas que han apoyado esta causa, involucrándose de diferentes formas. Esto ha logrado cambiar la vida de varios animalitos, que no pueden defenderse, gracias al apoyo de personas que comparten este propósito, y es que como lo expresa Gallego (2011) “De manera innata el individuo tiende a agruparse, independientemente de la forma que pueda llegar a adquirir la agrupación. Siempre existe un fin común a los miembros que pertenecen a dicho grupo, ya sea de carácter personal o impersonal.” (p. 115) En este caso, el fin se logra desde la empatía y el bienestar de estos seres vivos que también hacen parte de la colectividad, buscando transformar la

sociedad y que hasta la fecha ha logrado agrupar cerca de 12 personas de manera constante, sin contar los que en cada caso apoyan por primera vez o de manera eventual.

Es importante resaltar que muchos de los integrantes se han unido debido a procesos comunicativos interpersonales y por medio de las redes sociales digitales como Instagram, Facebook y WhatsApp, por las cuales se dan a conocer las necesidades y los casos, se comparte información y fotos de los animalitos que buscan hogar para promover la adopción responsable desde el amor que permita garantizar que el animalito llegará a un hogar donde se sienta seguro y cuidado, sin ser estigmatizados por condiciones médicas o de discapacidad. A nivel mundial se han conocido casos de prácticas que han tomado fuerza y se han fortalecido convirtiéndose en fundaciones con mayor alcance, dispuestas a transformar esta realidad social.

Si bien desde hace dos años las líderes de este proceso han logrado apoyar varios casos e iniciar una red social sin pensarlo, logrando que cada persona se sume a este tejido a través de las conexiones que tienen en común gracias al vínculo establecido por el bienestar animal, han logrado hacer uso de los procesos comunicativos para lograr sus objetivos y es que como lo expresan Fresno et al (2014) sobre el Análisis de Red Social, que define que es el “Método para medir las redes sociales y, por tanto, los comportamientos sociales de los individuos en un determinado entorno” (p.25). Cada una de las personas que se han convertido en voluntarios demuestran que el análisis de esta red social puede fortalecerse si se orientan acciones con una identidad y marca propia que refleje todo cuanto hacen y esperan lograr.

Establecer una identidad propia para la OSP brindará sentido de pertenencia, objetivos claros y potenciará las virtudes de la labor, no desde la individualidad, sino que aprovechando lo mejor de cada una se estructurará la marca, que represente todo cuanto las ha definido a lo largo de los dos años de funcionamiento; y así estará a la par de otras organizaciones o fundaciones animalistas. De esta manera se encaminará hacia el fortalecimiento como red social con el fin de

que se muestren más organizadas en su labor y logren mayor impacto en cada una de las propuestas y casos que diseñen y asuman.

Esta práctica ha promovido vínculos cercanos con diferentes empresas, profesionales, médicos veterinarios, centros médicos y otros animalistas en cada uno de los casos que ha atendido y aunque cada situación ha sido diferente, se ha desarrollado desde la motivación por ofrecer bienestar a los animales que lo han necesitado, además, de educar e invitar a la empatía, a través de la comunicación, que como lo manifiesta Cueto (2019) “La comunicación es una fuerza, y como tal tiene la capacidad de generar movimiento, de dinamizar procesos, de generar vínculos, de interconectar acciones y orientarlas hacia el logro de la transformación que necesita nuestra sociedad” (p.41)

Si bien las motivaciones de la OSP seleccionada para desarrollar este trabajo, son ambiciosas, pues querer ayudar a los animalitos sin hogar requiere de mucho dinero y de personas que responsablemente decidan adoptar en vez de comprar, que aquellos que tienen mascotas promuevan la esterilización de las mismas para evitar que se reproduzcan y aumenten la población de perros y gatos; además de una tenencia responsable y comprometida. Las relaciones de esta organización se basan en unir esfuerzos con aquellos que comparten el mismo objetivo y que su amor por estos peludos motive el interés de ayudar y hacer eco para que cada vez sean más personas que fortalezcan esta red.

La mayor gestión realizada por las líderes del proceso se enfocó en hacer uso de las redes sociales digitales y es que como lo manifiesta Gallego (2016) “Las revoluciones tecnológicas y, en especial las revoluciones en las comunicaciones, han sido las encargadas de generar grandes cambios en las relaciones interpersonales” (p.188), se logra llegar a muchas personas sin necesidad que se encuentren cerca, a través de fotos, audios, vídeos y diseños llamativos se logra captar la atención y voluntad que permita alcanzar el objetivo planteado para cada caso. Es por

eso que cuando la organización cree su marca propia para la práctica podrá abrir sus propias redes sociales digitales y canalizar toda la labor en las plataformas, junto con los procesos de educomunicación de bienestar animal.

Cada uno de los temas que trabaja la práctica lo hace desde la armonía, promoviendo el respeto por las ideas y una comunicación participativa desde el diálogo, y es que como se manifiesta en el artículo Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica de López (2013) “Estas prácticas de comunicación tienen como elemento común el asumir procesos intencionados en procura de mejorar condiciones de vida de poblaciones en situación de pobreza o malestar social.” (p.47). Así se logra acción en cada una de las personas que reciben los mensajes, lo cual es necesario para avanzar en la solución del problema.

La estrategia diseñada desde el proceso investigativo realizado permitió establecer un análisis de necesidades que se deben trabajar desde el mejoramiento continuo, tal como se manifiesta en el manual de Diseño participativo para una estrategia de comunicación, de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) Kamlongera et al (2008).

El fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, así como métodos, técnicas y medios de comunicación.

Debe hacerse con la gente, no solo para la gente. (p.8)

Teniendo en cuenta lo anterior se valida la importancia de la implementación de la estrategia que busca fortalecer la comunicación al interior y exterior de la practica desde la coherencia, identificando los valores y el quehacer misional de la organización con la selección de un lenguaje inclusivo, que permita la vinculación de nuevos y más voluntarios que apoyen desde diferentes áreas, al igual que establecer más alianzas que fortalezcan las actividades a desarrollar

en pro del bienestar de los perros y gatos que lo requieran e invitar a unir esfuerzos para ser más efectivos y ampliar la cobertura de la labor de la OSP en la ciudad y aportar al crecimiento de la red animalista de Palmira, a través del aprovechamiento de las herramientas que ofrece la comunicación y las nuevas tecnologías. Con el propósito de que sean más reconocidas y lograr mayor impacto en su labor social. Para alcanzar todo lo propuesto es importante que las líderes establezcan un cronograma de actividades, una ruta a seguir, identificando los puntos claves, que en su caso serían:

Que están cambiando para mejorar; se podrían presentar ante los seguidores comouna evolución y reafirmación del interés de avanzar en la labor social.

Continuar permitiendo la participación fluida e inclusiva de todos aquellos quehacen parte de la red social y de aquellos, nuevos integrantes que estén interesados en ser parte, de esta labor.

Avanzar en las alianzas que promoverán el crecimiento y reconocimiento de laorganización.

Dentro la estrategia se incluyeron tres opciones de nombre, los cuales surgieron de la observación realizada y se buscó que guardaran coherencia con la labor que desempeñan en pro de los perros y gatos en condición de vulnerabilidad. De las opciones en la devolución, las líderes y algunos voluntarios votaron por el nombre *Protegiendo Huellas de Amor*, el cual refleja lo que hasta el momento han hecho con cada uno de los animales que han ayudado, protegerlos y dejar una huella de amor, de merecimiento en los animales y las personas que han apoyado y han adoptado.

Crear una identidad propia de la práctica, es tan necesario ya que todos los mensajes salen desde las redes sociales digitales propias de Sandra González e Isabel Portela. Entonces es importante crear una red que evidencie la misión de la OSP. Noguera (2011) “La mayoría de las

personas usan las redes sociales porque quieren formar parte de una comunidad” (p.39). Es por eso que es importante dejar que ser solo ellas, de manera individual y crear una comunidad, que a su vez identifique a cada uno de los interesados en esta práctica, que por ser sin ánimo de lucro, no cuenta con recursos propios para la realización de las diferentes actividades, es por eso que se propone como alternativa la creación de voluntariado en diferentes aspectos tales como diseñadores, comunicadores, con universidades que tengan carreras afines con las necesidades, incluyendo medicina veterinaria, zootecnia, entre otras y así ampliar la red sin requerir mucha inversión económica. Lo que a su vez podrá fortalecer el diálogo y la participación de todos los que se vinculen.

El éxito de la implementación de la estrategia radica en aceptar la evolución de la organización desde la marca propia siguiendo una similitud con el trabajo desarrollado hasta el momento, sin descuidar cada acción, lo que se logra a través de un monitoreo y revisión constante y permanente para lograr resultados que sean efectivos. Corrigiendo o mejorando las debilidades o desaciertos identificados en la marcha. Es importante destacar que este trabajo se diseñó a través de la identificación de la personalidad e identidad que la práctica ha manejado hasta el momento, siendo cuidadosos en todos los detalles.

En este proceso del trabajo investigativo desarrollado se logró evidenciar como la OSP ha aportado a la disminución de casos de vulnerabilidad de perros y gatos de Palmira, lo que merece el esfuerzo de aplicar la estrategia y orientar la práctica hacia el fortalecimiento para lograr mayor reconocimiento y ampliar la red social con personas que buscan el bienestar de los animales que no cuentan con un hogar.

Aunque parecen muchos los animalistas, fundaciones, organizaciones que se dedican a la protección de los perros y gatos, la problemática es tan grande que se requiere seguir ampliando y trabajando por la construcción y consolidación de la red social que se esfuerza por dejar una huella de amor.

Conclusiones

Identificar que las Organizaciones Sociales de Participación se pueden dar de diferentes formas, sin necesidad de estar legalmente constituidas y que el único propósito es ayudar a la sociedad promoviendo la participación activa de la comunidad por un bien común que permita atender una problemática desde la solidaridad y cooperación.

Gracias a la investigación realizada a la Organización Social Participativa Cuidado y bienestar para para perros y gatos en condición de vulnerabilidad, se logró identificar las necesidades que permitieron el diseño de una estrategia de fortalecimiento comunicacional, que se reflejará en la consolidación de la práctica y a su vez en la visibilización de la labor que realizan con los animales.

Se evidencia la necesidad de establecer alianzas y así lograr involucrar a más personas interesadas en apoyar este tipo de actividades que desarrollan por el bien de los perros y gatos que no cuentan con un hogar ni condiciones favorables que apuntan hacia el bienestar animal y la tenencia responsable.

Se logró un mayor acercamiento con la OSP ya que la respuesta y evaluación de la estrategia fue positiva eligiendo durante la dinámica de devolución uno de los nombres propuestos: *Protegiendo Huellas de Amor*.

Se identifica que la OSP tiene todo el potencial para fortalecer y empoderar la labor que realizan con los animales.

Trabajar en este proceso permitió que fuera más empática con la problemática del abandono y maltrato que viven estos animales, comprendiendo que es necesario apoyar este tipo de prácticas que buscan el bienestar de aquellos que no pueden hablar.

Referencias

- Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- Noguera Vivo, J. M. author. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>