

Fortalecimiento de la red social en la OSP Amigos del Planeta, como medio de comunicación para la generación de proyección y posicionamiento en el aumento de visitantes interesados en los procesos de adopción animal ante la comunidad en la ciudad de Bogotá

Ensayo

Realizado por:

José Mauricio Vélez

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Arte y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Neiva, octubre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Fortalecimiento de la red social en la OSP Amigos del Planeta, como medio de comunicación para la generación de proyección y posicionamiento en el aumento de visitantes interesados en los procesos de adopción animal ante la comunidad en la ciudad de Bogotá.....	4
Conclusiones.....	13
Referencias.....	14

Resumen

El presente documento evidencia la investigación acción realizada de la OSP Amigos del Planeta, en donde se muestra la estrategia propuesta en el marco del diplomado de construcción de redes sociales de comunicación. El cual, tiene como propósito mostrar los procesos relacionados con la OSP Amigos del Planeta, en donde se describen las acciones y alcances dentro de su campo de acción. Por otra parte, aborda los procesos de comunicación participativa y construcción de comunidad. Se detallan las acciones en el trabajo de campo, las cuales, se ejecutaron conjuntamente con la fundación con el objetivo de conocer, validar y retroalimentar los procesos que allí se manejan tanto en lo comunicativo como también de cara a la comunidad. La tesis que presenta este documento es el fortalecimiento de la red social de comunicación en la OSP Amigos del Planeta en la ciudad de Bogotá, es una estrategia fundamental como medio de comunicación para generar posicionamiento en el aumento de visitantes interesados en los procesos de adopción animal ante la comunidad en la ciudad de Bogotá.

Palabras clave: Comunicación participativa, inclusión, comunidad, redes sociales, construcción de comunidad.

Fortalecimiento de la red social en la OSP Amigos del Planeta, como medio de comunicación para la generación de proyección y posicionamiento en el aumento de visitantes interesados en los procesos de adopción animal ante la comunidad en la ciudad de Bogotá

El presente documento evidencia la investigación acción realizada de la OSP Amigos del Planeta en donde se muestra la estrategia propuesta con el objetivo de realizar una descripción en las redes sociales acerca de los procesos de rescate, recuperación y adopción de los animales, a través de un componente textual metafórico acompañado de un componente visual profesional, con el fin, de crear una historia de vida que cautive, sensibilice y capte más visitantes y seguidores que sean potenciales donantes y adoptantes.

La OSP Amigos del Planeta, plantea como objetivo inicial la protección y conservación de especies, principalmente perros, en donde su principal filosofía de vida o misión institucional es la tener y mantener un gran equilibrio entre el hombre y los animales.

Es así, que este proyecto que empezó en el OSP en el año 2000 en la ciudad de Bogotá – Colombia, con el principio de ser una plataforma de oportunidades donde todos tengan la gran posibilidad de aportar y generar un grano de arena para colaborar a todas las formas de vida, donde cualquier especie en Colombia sea tenida en cuenta frente a cualquier amenaza de vida que se pueda tener; ser soporte de cualquier propuesta, iniciativa, propuesta, que involucre la protección.

Así mismo el defender los derechos de los animales hace que se escoja una OSP, enfocada a la protección y cuidado; por esta razón se empieza a indagar las diferentes páginas en internet de las organizaciones enfocadas a la protección animal y es así como identificamos la fundación Amigos del Planeta en la ciudad de Bogotá.

Por lo tanto, los criterios más importantes para la elección y validación de los procesos en redes sociales tienen ver también con el acercamiento para indagar las necesidades de

comunicación dentro de sus plataformas informativas de acuerdo a la definición que muestran los autores López y Salgado (2012) donde exponen que:

Se recomiendan en cambio organizaciones comunitarias u Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL), donde sean observables relaciones de horizontalidad. No se excluyen las empresas pequeñas de comunicación, ni los grupos o redes organizados virtualmente a través de la web. (p.3)

En efecto, es un compromiso total el trabajar con organizaciones y fundaciones que van encaminadas a al medio ambiente y a la protección animal, más en tiempos de coyunturas en salud como ha sido la pandemia actual en donde han aumentado los casos de abandono y maltrato que son muestra del abandono la indiferencia social en la ciudad de Bogotá.

La protección de los animales en el distrito capital es un tema en donde las fundaciones han trabajado con gran vocación y loable dedicación, sin embargo, dicha labor es subvalorada por muchas personas que ven con indiferencia el problema del maltrato a los animales. No obstante, la alcaldía de Bogotá a través del Plan Distrital de Desarrollo económico, social, ambiental brinda recursos para la proteger los animales y también el medio ambiente, y en consonancia y coherencia por las fundaciones y organizaciones sociales contra el sufrimiento y el maltrato animal en las comunidades.

Ciertamente el impacto que genera el maltrato hacia los animales por parte de las diferentes comunidades y sociedades, que a lo largo de la historia han mostrado desconocimiento, la frialdad y el desinterés por el cuidado y la protección animal. En la sociedad actual es importante dar claridad referente al concepto de comunidad y sociedad de Álvaro, D. (2010). " De acuerdo a este esquema, la "esencia de la comunidad" es el fundamento de la vida en común, al menos de la vida "real y orgánica". La sociedad, en cambio, no posee ninguna esencia. "(p.20).

En una sociedad tan opaca y desinteresada con el maltrato animal, el trabajo que realiza la OSP Amigos del Planeta permite a la fundación, tener un enfoque conservacionista desde todo punto de vista ,su principal objetivo institucional es el de, garantizar los derechos y el de promover la realización de actividades que estén relacionadas con el bienestar, cuidado de muchas especies en vía de extinción; de igual manera, el de trabajar con personas que les guste acciones en cuento a la protección dándoles gran protagonismo y patrocinio en las actividades enfocadas a la investigación y acción participativa en donde se construye tejido social encaminado a ser mucho más sensible a la problemática del maltrato y abandono animal donde los estudiantes y practicantes también son actores sociales y aportan ideas para mejorar los procesos de protección animal que la fundación aplica, para ampliar el concepto de investigación y acción participativa (IAP) se cita a Balcázar (2003) quien nos amplía los principios generales de la IAP.

La AIP considera a los participantes como actores sociales, con voz propia, habilidad para decidir, reflexionar y capacidad para participar activamente en el proceso de investigación y cambio. Esta es una posición similar a la asumida por Freire (1970), quien afirma que es solamente cuando el oprimido enfrenta al opresor y se involucra en una lucha organizada por su liberación, que ellos comienzan a creer en sí mismos. Esto no es un conocimiento puramente intelectual, sino que involucra acción y reflexión. (p.67)

La OSP, en conjunto con otras organizaciones sin ánimo de lucro protectoras de animales, dentro de su campo de acción está la posibilidad de brindar salud por medio de la medicina veterinaria y zootecnia, por lo que esta forma de comunicación y trabajo en equipo que algunos voluntarios ofrecen a la fundación, la realización de talleres educativos para la protección y bienestar Animal, también hacen parte de las actividades de comunicación generen gran impacto

con el fin de sensibilizar en el cuidado y la protección, dentro de los procesos de comunicación de Beltrán, L. (1979) podemos definir que:

En resumen, la definición tradicional de comunicación es aquella que la describe como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes a receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales" (p.5).

La fundación al igual que la mayoría de las fundaciones; sueña con ser una organización líder en el país en la protección y preservación de los animales los cuales son víctimas del maltrato y la indiferencia por parte de la sociedad. Del mismo modo sus redes sociales son la puesta a punto para lograr sus objetivos, estas fundaciones están preparadas para tener grandes experiencias sociales, mucho trabajo de campo, generación de talleres con la comunidad, planificar las situaciones de posibles riesgos de abuso y maltrato animal que utilizan metodologías participativas para la organización de un proceso o una problemática permanente.

Cabe resaltar que las mascotas se han convertido en una parte tan esencial de nuestras vidas, hacen parte de nuestra familia y nos generan sentimientos, amor, paz, tranquilidad, seguridad y en algunos casos nos ayudan a superar nuestros miedos. Hoy en día, hay más mascotas en los hogares colombianos, pero muchos de estos hogares no son lo suficiente responsables en el cuidado animal, eso permite a las fundaciones como Amigos del Planeta tener un portafolio amplio de sus servicios sin ánimo de lucro. Lo paradójico es que, así como cada vez son más las personas que se animan a tener una mascota, así mismo se aumenta la tasa de abandonos de mascotas.

La OSP Amigos del planeta muestra vínculos sólidos, que permite que se entiendan de una manera unida, solidaria y empática. La comunicación al interior es establecida por reuniones, actividades en pro del cuidado la protección animal y el cuidado ambiental, manejan un canal

interno de comunicación como son los correos electrónicos, llamadas telefónicas, mensajería sincrónica y asincrónica. Las comunicaciones externas se dan permanentemente en redes sociales y pagina web, videos, imágenes y comunicados referentes a su objetivo social, vinculación social por medio de donaciones, apoyo voluntario de personas que apoyan la protección animal. Espacios de opinión de los de los visitantes en la página, espacios para denuncias, espacios de historias caninas y también historias de vida animal. Por lo anterior se complementa los procesos de comunicación como lo afirma el autor Vidal (citado en López, 2013) “La comunicación es un concepto polisémico. Proviene del término en latín comunis, que significa común. Este origen etimológico ha hecho que la comunicación se defina como el proceso de poner en común cierta información a través de medios "(p.46).

La función social de la OSP Amigos del planeta en lo referente con las redes sociales es importante y hacen de este proceso un modelo de globalización continua, es decir las actualizaciones de sus redes sociales tanto en diseño y contenido para Colombia y el mundo buscando así nuevas formar de comunicar sus acciones encaminadas a la protección social y también buscan participación activa ara los temas de donaciones para mantener la fundación. Lo anterior se complementa con Vélez (2011) el cual nos habla sobre la estructura social de las redes:

Antes de llegar a una interrelación entre ambos conceptos es importante recordar que este ensayo se configura como una especie de hipótesis a ser analizada a través de trabajos de investigación empírica que permitan recorrer los senderos transitados por ambos conceptos. Este trabajo se está realizando, pero este es un punto de partida para generar hipótesis de trabajo frente a revisiones de superficie de los acervos teóricos y metodológicos ligados a los conceptos de redes sociales y comunicación. (p.1)

La fortaleza principal de la OPS Amigos del Planeta están inmersas en el sentido de proteger la vida animal en sus distintas formas, también presentan una gran fortaleza en sus comunicaciones externas, teniendo un reconocimiento por el manejo de sus redes sociales.

La principal debilidad que presenta la OSP Amigos del Planeta está identificada en la comunicación o presentación de los procesos de adopción, los cuales son planos y nada visuales, por lo cual no generan ningún interés y expectativa al visitante o usuario que desee involucrarse en este proceso.

Dentro de los procesos de investigación y acción el socio grama que se realiza para la OSP Amigos del Planeta tiene como objetivo obtener una radiografía grupal es decir con un concepto gráfico y llamativo busca identificar las relaciones entre los diferentes actores o sujetos que la OSP, maneja identificando todos los lazos que de una o de otra manera generan cierta influencia y también de preferencias que involucran su accionar.

De acuerdo a Martín (1999), en su texto “El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad” este instrumento permite revelar la complejidad de las relaciones que se generan entre la OSP y su entorno:

Los sociogramas, por lo general se elaboran a partir de test socio métricos que no contemplan (salvo si hay intencionalidad expresa) los vínculos débiles entre actores. Quiero hacer hincapié en este tipo de relaciones. En primer lugar, se debe resaltar su utilidad como canal de divulgación de información y opinión, pero también como factor de cambio y de cohesión social. (p.148)

El sociograma de la OSP Amigos del Planeta en sus imágenes de poder tiene al Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, también se encuentra el Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible y las asociaciones defensoras de animales (ADA).En lo referente al tejido social está conectada con los medios de comunicación tradicionales y también en redes sociales,

presenta una relación con las asociaciones y fundaciones sin ánimo de lucro, clínicas veterinarias y por ultimo las empresas que generan donación voluntaria para la OSP Amigos del Planeta. En lo que se conoce como base social están hombres, mujeres, voluntarios, personal de salud y comunidad. Entre los hallazgos más importantes encontrados en la OSP Amigos del Planeta se encuentra:

- Los miembros de la OSP tienen como eje central, la adopción, el apadrinamiento y el voluntariado.
- El recurso humano que compone la OSP Amigos del Planeta, son jóvenes profesionales de todas las ramas, los cuales, hacen un muy buen trabajo en equipo.
- Las publicaciones al interior de sus redes sociales son planeadas y bien elaboradas en el área de redacción y contenidos para la página web.
- La comunicación participativa es restringida, siendo muy puntual entre los miembros de la organización.
- Su nivel de trayectoria, experiencia y organización hace que tenga un nivel reputaciones posicionado dentro de las fundaciones protectoras de animales.
- La elaboración de contenidos visuales en sus redes sociales es positiva, con una gran oportunidad de mejora en los procesos visuales y de contenido que tiene que ver con adopción y apadrinamiento de animales.

La estrategia propuesta de acuerdo a las observaciones realizadas es: Realizar una descripción en las redes sociales acerca de los procesos de rescate, recuperación y adopción de los animales, a través de un componente textual metafórico, acompañado también de un componente visual profesional. Con el fin de crear una historia de vida que cautive, sensibilice y

capte más visitantes y seguidores que sean potenciales adoptantes y donantes. Las acciones consideradas dentro de la estrategia son:

- Socializar los pasos de la estrategia con los integrantes de la fundación Amigos del Planeta.
- Capacitar a los miembros de la fundación AMIGOS DEL PLANETA, con el objetivo de hacer uso adecuado de los guiones de descripción, personificación y calidad en las imágenes fotográficas de cada uno de los animales para cada una de las redes sociales.
- Acompañar y asesorar a la OPS en la selección del material definitivo para ser publicado en Redes Sociales.

El componente visual actual en los procesos de adopción, apadrinamiento y donación no reúnen una buena condición de luz y sombras en la imagen, no son atractivas ni sensibilizan y captan más visitantes y seguidores que sean potenciales adoptantes y donantes, en las imágenes. El componente visual propuesto es mejorar las fotografías las cuales proponen un trabajo fotográfico más elaborado, que permita ver los animales en proceso de adopción de manera completa y así lograr ser más atractiva de acuerdo a los conceptos fotográficos propuestos sin mayor costo, pero con una calidad fotográfica mucho más alta, de acuerdo al autor Mónica Van Der Maden (2018) "La fotografía de mascotas no parece difícil, sin embargo, capturar a su mascota llena de vida, y aun así capturar su carácter y personalidad reconocible para usted como propietario, de hecho es una especialidad que gobierna a todo fotógrafo" (p.1).

Componente textual metafórico propuesto en la página de la OSP Amigos del Planeta, actualmente en la página solo describe la edad, comportamiento y salud del canino en proceso de adopción. La propuesta describe la edad del canino, el sitio de rescate y el estado de salud, el ejemplo propuesto es: Mi nombre es Bigotes, tengo 7 meses, me recataron en Silvania, al traerme

a la ciudad de Bogotá y hacerme exámenes se dieron cuenta que tenía moquillo, hicieron todo mi tratamiento y por fortuna no tengo ninguna secuela, de hecho, ya empecé esquema de vacunación y estoy listo para dar amor y cuidar de una familiar que me adopte y me haga y los haga feliz.

Los principios de una estrategia de comunicación están enfocados en la revisión del marco de referencia del proyecto el cual se quiere crear e este caso el rediseño fotográfico y los textos en forma de metáfora. De acuerdo a esto se realiza el trabajo de campo y luego se procede con el análisis de la información, luego identificar qué tipo de elementos se necesita para la estrategia, por tal motivo se crean los objetos los temas, el tipo de enfoque comunicacional, los medios a utilizar, los insumos, procesos de capacitación, implementación de actividades y por último supervisión y seguimiento.

Lo anterior también se complementa en la forma que también se diseñan las estrategias comunicacionales las cuales pueden complementarse con Kamlongera y Mafalopulos (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” (p.8).

Conclusiones

Por medio de este acercamiento que se tuvo con la OSP, se logró identificar oportunidades de mejora frente a la visualización de los procesos de adopción los cuales podrían mejorar de una manera significativa para los visitantes interesados en la adopción de mascotas.

Por otro lado, también se evidencia que las OSP en especial las protectoras de animales van encaminadas a sensibilizar a la comunidad del proceso que ejercen, también es importante explorar sus alcances y limitaciones frente a sus actividades.

Por último, el abordaje con la OSP Amigos del Planeta fue muy positivo desde los procesos de entrevista, trabajo de campo y finalmente la investigación de sus redes sociales, las cuales dieron la oportunidad de conocer falencias de cara a los visitantes.

Referencias

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea Vizcaya, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Balcázar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos En Humanidades*, 7-8, 59–77. Recuperado de: <https://elibro.net/bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/20765>
- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. *Revista Comunicación y Sociedad*, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. Recuperado de: <http://www.rebellion.org/docs/54654.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*. Recuperado de: https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- López, J., y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado. Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/10861>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de Latinoamérica. *Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades*. Recuperado de <http://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Martín, P. (1999). El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad. *EMPIRIA*. Recuperado de: <http://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/713/642>

Van Der Maden. (2018). Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal

Herriko posicionamientos discursivos Razón y Palabra (61). Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 129-151. Unibertsitatea. Vizcaya, España. Recuperado de: <https://www.monoafotografie.nl/contact-english.html>.

Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y

Palabra (61). Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>