

Formato de Presentación Working Paper

Título Tenencia responsable de caninos un compromiso de por vida

Autores

-Julián Felipe Ariza Ramírez

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4821-1766>

CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002201997

Google: https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=loX-aw8AAAAJ&authuser=1&scilu=&scisig=ANVigOsAAAAAZixk3-bUKtoAWO_HvGTMpatmII&gmla=ABOIHixOqDH6jAsesb1qVN7NF0H1cRWcMQNv-U5DQb_oSeCkayJ8kU8MSy7xYHs1ErqQjYx5UGM3zn_fpk1Ssq_T69TJfEVNnz0hLL8JR9dwrQn4R_pquUukkw&sciund=9531907467860438281

-Lizeth Alejandra Marquez Cuevas

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3631-3976>

CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002196037

Google: https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=j8o9SsgAAAAJ&scilu=&scisig=ANVigOsAAAAAZi2cm1-65tW8K0_n7dPrORD7mKQ&gmla=ABOIHizE0woNNPGycBqZfpk7Nyns4maawQQNnnuyCGPp dq4dPazurSW4LnE4VX4bJHKMoy90TPHvYvxtYgs9DaozVTneqcmB-nsdHXOjKoMcG65-6ivJumWmbA&sciund=3916040705731220209

-Luis Miguel Orjuela Caro

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0411-0425>

CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002202149

Google: https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=8Tmwa4gAAAAJ&view_op=list_works&gmla=ABOIHizWSbAbsodVkJwiebf5gqLT_Gz7VbDcxcqWUSn3tSiCSFIeOrQ8a8xUEk8CbYwU3rFUH_OzQ5lZUbN-avbX0AavTsS-khQBePgHWrgl39Xwh1HXzUaFpBS0qgXdsK2hVfpcLoZyl6teCsGiARyz0ti_WiUyKtggrEZ-RoXcnTqkDqmnXQhj46Lpxw303pIaSEE7TF86nsN3wJcnviSKLGQ

-Laura Camila Ortiz Osorio

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4351-3291>

CVLAC <https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do>

Google scholar: https://scholar.google.es/citations?view_op=new_profile&hl=es

Resumen

El proyecto tiene como objetivo concientizar a la comunidad de personas que tienen o quieren tener perro sobre la tenencia responsable de estos a través de una campaña BTL. Se destaca el valor de los caninos como miembros de la familia para reducir el abandono y maltrato animal. La campaña se basa en el vínculo humano-canino, la responsabilidad social colectiva, el diseño gráfico y el storytelling visual. Por otro lado, mediante esta campaña se busca generar conciencia sobre el abandono de caninos, mediante actividades educativas y de sensibilización. El objetivo es formar una comunidad comprometida con el bienestar animal para disminuir los casos de abandono. Se respalda con referencias y estudios sobre el abandono animal en Colombia y estrategias para concientizar sobre el maltrato animal. Para alcanzar estos objetivos, se proponen los siguientes pasos basándonos en el doble diamante y el design thinking.

Palabras clave: tenencia responsable, caninos, campaña btl, diseño inmersivo, sensibilización

Abstract

The project aims to raise awareness among the community of people who have or want to have a dog about responsible dog ownership through a BTL campaign. It highlights the value of canines as members of the family to reduce animal abandonment and mistreatment. The campaign is based on the human-canine bond, collective social responsibility, graphic design and visual storytelling. On the other hand, this campaign seeks to raise awareness about the abandonment of canines through educational and awareness-raising activities. The objective is to form a community committed to animal welfare in order to reduce the number of cases of abandonment. It is supported with references and studies on animal abandonment in Colombia and strategies to raise awareness about animal abuse. To achieve these objectives, the following steps are proposed based on the double diamond and design thinking.

Keywords: Responsible tenure, Canines, BTL Campaign, Immersive Design, Awareness.

Introducción

El abandono de caninos es una problemática que afecta a millones de animales en todo el mundo, Bogotá cuenta con cifras alarmantes, el instituto distrital de protección y bienestar animal afirma que actualmente hay más de 66 mil perros deambulando por la calle, estas cifras reflejan la falta de conciencia y empatía por estos seres. Nuestro proyecto se enfoca en diseñar una campaña promocional BTL centrada en experiencias inmersivas y emocionales, con el objetivo de informar y sensibilizar. El problema social que buscamos abordar es la adopción y tenencia irresponsable en la que minimizan el valor del canino como ser vivo y las implicaciones al adoptarlo, El desafío que enfrentamos desde diseño en el proyecto es desarrollar una narrativa visual coherente, funcional y atractiva, combinando elementos de diseño gráfico, animación, editorial y multimedia, que logre informar, comunicar y conectar emocionalmente con la audiencia para generar un cambio en la percepción cultural sobre la adopción y el valor de la vida animal.

Estado del arte.

El 70% de los perros que existen en todo el mundo no tiene hogar, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), por lo tanto es una problemática a nivel global que se ha abordado desde distintos países, en Ecuador la tasa de caninos abandonados es alta por condiciones económicas, en Ecuador el problema no solo radica en un aspecto económico sino que también de manera social ya que el grado de concientización es muy bajo, prima la indolencia e interferencia que se evidencia en los maltratos que viven los caninos, en Ecuador se realizó una campaña denominada Diseño Gráfico de una Campaña Social para concientizar acerca del maltrato y explotación animal en esta se enfatizó el cuidado de los animales domésticos en el campus de la universidad Azuay (Ecuador), invitando a que se vea a la mascota como un ser vivo y no un juguete como lo alega Natalia Parra en el año 2024 “a los seis meses se deshace de ellas porque el animal crece y ellos descubren que estos compañeros no son simples regalos, son seres vivos que tienen necesidades y que involucran un verdadero compromiso” (párr 7). Utilizamos este referente ya que el eje de esta campaña es similar al nuestro de visibilizar que no son regalos son seres vivos que necesitan de cuidado y responsabilidad de por vida, no desde el enfoque de maltrato como en la campaña pero también se centran actividades que puedan generar experiencias emocionales, inmersivas y sociales.

Esta problemática ha sido abordada en diferentes países latino americanos como en este caso Ecuador y Colombia. La entidad Colombiana realiza intervenciones desde la organización pública por medio de jornadas de adopción, campañas, esterilización y rescates. pero estos esfuerzos no han sido suficientes ya que en Colombia no se reconocen de los derechos de los animales a pesar de que hay una ley que los acoge según el Proyecto de Acuerdo 193 de 2012, se establecen los lineamientos para la formulación de la Política Pública de Protección y Bienestar Animal para el Distrito Capital, la cual exige a los ciudadanos proteger y proporcionar bienestar y cuidado a los animales, (Concejo de Bogotá, D.C., 2012).Trujillo (2016) En su trabajo de grado integra estos conceptos claves haciendo una propuesta de "promover estrategias de educación y comunicación que integren acciones y estrategias que permitan dignificar la vida animal, fomentar nuevas generaciones de niños, niñas y adolescentes formados en ética ambiental; y garantizar la protección y el derecho al bienestar de los animales en el Distrito Capital" (p. 15).

En las distintas investigaciones de campo que se realizaron, nuestro proyecto quiere abordar esta problemática integrando características de los distintos referentes, buscamos mediante una campaña promocional Btl generar una experiencia inmersiva que informe y sensibilice sobre la adopción responsable resaltando el valor de la vida de los caninos, utilizando como medio el diseño gráfico y los distintos enfoques para comunicar y lograr un impacto en el pensamiento cultural sobre la adopción y el valor de la vida animal, mediante una narrativa visual coherente y un diferencial narrativo en la campaña para generar una conexión emocional.

Objetivo general

Informar e instruir a la comunidad de la localidad de Tunjuelito mediante una campaña social y promocional BTL centrada en experiencias inmersivas y emocionales sobre el cuidado integral y las

implicaciones que conlleva la tenencia de un canino, fomentando así la tenencia voluntaria, responsable y deseada de la mascota.

Metodología

La metodología implementada es la de doble diamante para la recolección de datos y a la hora de analizar y aplicar la información recolectada se usará el método design thinking en algunos de estos aspectos informativos. Dentro de estas metodologías se implementan los procesos de descubrir, definir y desarrollo de prototipo son las principales etapas en las que nos encontramos durante este primer semestre académico, para luego finalizar con el producto el cual se realizará el próximo semestre mostrando los resultados obtenidos en la prueba piloto que se tendrán en el evento y campaña.

Resultados

Luego de desarrollar la actividad BTL se hará un muestreo y seguimiento antes y después de la actividad esperando ante este proyecto, una respuesta emocional y afectiva positiva que resalte el valor de la mascota como un integrante más de la familia con el propósito de mitigar el sufrimiento de caninos adoptados que han sido víctimas de abandono y condiciones de vida deplorables.

Referencias Bibliográficas

- Echeverri, L., Riaño, A., Rodríguez, L., & Rueda, N. (2023). Colectivo Creativo de Índole Sostenible y Social Woofriend. *Usta.edu.co*. <http://hdl.handle.net/11634/52747>
- Hernández Contreras, Jeice Dayanna. "La transversalidad del color." IV Congreso Internacional de investigación en artes visuales: ANIAV 2019 Imagen [N] visible. Editorial Universitat Politècnica de València, 2019.
- Hernandez, J, Rojas, R (2022) GALERÍA VIRTUAL CUVO Estrategia de difusión del conocimiento. En Jeice Hernandez y Cynthia Hurtado. Cultura Visual Digital (p.161). Universidad de Guadalajara – Universitaria virtual digital. ISBN. 978-607-57184-1-5 MX ISBN 978-628-95472-0-7
- Hernández, J. (2023). Características graficas del color en la elaboración de propuestas creativas. Universidad Santo Tomás <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/50955>
- Patricio, C., & Javier. (2015). Diseño Gráfico de una Campaña Social para concientizar acerca del maltrato y explotación animal. *Uazuay.edu.ec*. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4793>
- Trujillo, S. (2017). Diseño de una Estrategia para disminuir el abandono y maltrato de animales domésticos en la ciudad de Bogotá. *Javeriana.edu.co*. <http://hdl.handle.net/10554/19973>
- Una aproximación al bienestar animal. (n.d.). Retrieved April 27, 2024, from <https://www.animalesbog.gov.co/sites/default/files/archivos2021/ESTIMATIVO%20TUNJUELITO%20CORREGIDO-min.pdf>