

woofriend

Título

Colectivo creativo de índole sostenible y social Woofriend.

Autores

Echeverri Lucas 2294352 <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0001-7305-8110>

Riaño Andrés 2302316 <https://orcid.org/0009-0002-8976-1545>

Rodríguez Luisa 2291875 <https://orcid.org/0000-0002-1778-1320>

Rueda Nicolas 2296081 <https://orcid.org/0000-0003-0278-848X>

Resumen

WOOFRIEND es un movimiento innovador que busca mitigar el abandono canino y generar conciencia a través del diseño gráfico, experiencias inmersivas y narrativas diferenciales. Enfocándose en el objetivo principal de proteger y mejorar la vida de los animales en situación de abandono, WOOFRIEND utiliza un enfoque único que destaca la personalidad y las historias individuales de cada animal.

A través del poder del storytelling, WOOFRIEND rompe las barreras entre los animales y las personas, presentando a cada perro como un individuo con su propio nombre, edad y peculiaridades. Esta propuesta de diferencial narrativo permite generar empatía y conexión emocional, superando las etiquetas convencionales de "mascotas" y brindando una experiencia más significativa.

El propósito de WOOFRIEND es crear un movimiento activista en el que cada historia cuente, motivando a las personas a adoptar una actitud responsable hacia los animales y promoviendo la adopción en lugar del abandono. A través del diseño gráfico y experiencias inmersivas, se busca sensibilizar a la sociedad sobre la problemática del abandono canino y generar un cambio positivo.

WOOFRIEND se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, en particular con el ODS #15 (Vida de Ecosistemas Terrestres) al proteger y mejorar la vida de los animales en situación de abandono, y con el ODS #17 (Alianzas para lograr los objetivos) al promover colaboraciones y alianzas para generar conciencia y acciones en la comunidad.

Palabras clave

Abandono canino, Alianzas estratégicas, Diseño gráfico, Realidad aumentada, Sensibilización animal.

Abstract

WOOFRIEND is an innovative movement that seeks to reduce dog abandonment and raise awareness through graphic design, immersive experiences, and differential narratives. Focusing on the primary objective of protecting and improving the lives of abandoned animals, WOOFRIEND uses a unique approach that highlights the individual personalities and stories of each animal.

Through the power of storytelling, WOOFRIEND breaks down the barriers between animals and people, presenting each dog as an individual with its own name, age and quirks. This differential narrative proposal makes it possible to generate empathy and emotional connection, overcoming the conventional labels of "pets" and providing a more meaningful experience.

WOOFRIEND purpose is to create an activist movement where every story counts, motivating people to adopt a responsible attitude towards animals and promoting adoption instead of abandonment. Through graphic design and immersive experiences, the aim is to raise awareness in society about the problem of dog abandonment and generate a positive change.

WOOFRIEND is aligned with the United Nations Sustainable Development Goals, in particular with SDG #15 (Life on Land) by protecting and improving the lives of abandoned animals, and with SDG #17 (Partnerships for achieve the objectives) by promoting collaborations and alliances to generate awareness and actions in the community.

Keywords

Animal awareness, Augmented reality, Canine abandonment, Graphic design, Strategic alliances.

Introducción

El proyecto Woofriend es un movimiento creativo y consciente que por medio del diseño gráfico, busca mitigar el abandono canino y generar conciencia a partir de experiencias inmersivas y narrativas diferenciales, generando un impacto positivo en la sociedad, fomentando y promoviendo el compromiso hacia la protección canina, basados en la idea de que todos podemos ser amigos y defensores de los más necesitados, , enfocándose en utilizar el poder de las emociones y los sentidos para conectar con las personas, despertar su compasión y llevarlas a tomar acciones concretas.

El concepto se desarrolla a través de diferentes iniciativas, como la creación de contenido visual impactante y con mensajes poderosos, la organización de eventos interactivos y educativos, y la colaboración con La Universidad Santo Tomas y sus respectivos centros de proyección social,

refugios de animales y organizaciones dedicadas al cuidado animal. El propósito es sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de la adopción responsable, la esterilización de mascotas, la protección de los animales en situación de calle y la lucha contra el maltrato animal. Queremos que Woofriend sea una plataforma que inspire a las personas a comprometerse con la causa y a formar parte de un movimiento que busca un cambio positivo.

Lo anterior, siendo respaldado a través de una pagina web, la cual funcionará como un centro de información, recopilación de imágenes y una tienda online, ofreciendo a las personas la oportunidad de aprender más sobre la problemática, adquirir productos relacionados con la causa y apoyar directamente a organizaciones y refugios. Además de las actividades mencionadas, Woofriend también busca establecer alianzas estratégicas con empresas y organizaciones que compartan sus valores y objetivos. Lo anterior siendo posible a través de colaboraciones, patrocinios y eventos conjuntos, ampliando así su alcance mientras de forma directa genera un impacto aún mayor.

Asimismo, es importante destacar que su enfoque va directamente ligado a un modelo inclusivo y participativo, buscando fomentar la participación de voluntarios y entusiastas de todas las edades y perfiles, brindándoles oportunidades para contribuir a la causa de acuerdo a sus habilidades y disponibilidad.

En resumen, Woofriend es un proyecto que busca utilizar el diseño gráfico, la concientización y actividades inmersivas para combatir el abandono animal, generar empatía en la sociedad y brindar un espacio de apoyo y compromiso hacia el bienestar canino.

Estado del arte

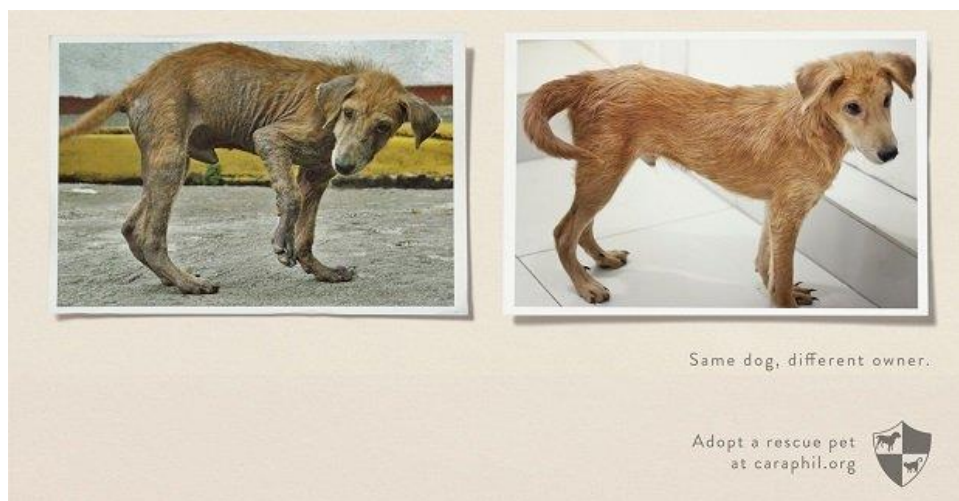
Teniendo en cuenta que el estado del Arte es un proceso de investigación que busca conocer tendencias o ejemplares sobre temáticas en específico, en el caso de la mitigación del abandono animal en Bogotá, existen diversos recursos, que bajo un sentido de utilidad para el colectivo se pueden generar diferentes modelos de negocio centrado en el bienestar animal. En este caso siendo un Woofriend, un modelo de conexión, el cual busca mostrarse ante la opinión pública como un movimiento que demanda concientizar a la gente del común, siendo un referente que pretende generar espacios de experiencia para sensibilizar a las personas sobre esta problemática; mientras a su vez, busca ser respaldado por centros de Proyección social principalmente, y en segunda medida, generando alianzas estratégicas con organizaciones de rescate, centros de recuperación, veterinarias, refugios y otras entidades relacionadas con el cuidado de animales. Por lo anterior, a continuación, se presentan algunos hallazgos relevantes Woofriend y su campo de acción:

La Fundación Milagrinosa se dedica al rescate y rehabilitación de animales en estado de abandono. Organizan jornadas de adopción en establecimientos de comercio o en parques públicos, promoviendo la adopción responsable y la creación de lazos entre las personas y los animales necesitados. [1]

- Existen campañas como "No al abandono, sí a la adopción" que buscan concienciar sobre el abandono animal y promover la adopción responsable. [1]
- Para fortalecer los lazos entre las personas y las fundaciones, se pueden crear campañas que promuevan el voluntariado en las organizaciones que trabajan en la protección animal. El diseño de materiales atractivos y llamativos puede ayudar a captar la atención de posibles voluntarios. [1]
- La esterilización se destaca como una medida efectiva para controlar la población de animales y prevenir el abandono. Una campaña enfocada en promover la esterilización y brindar información sobre sus beneficios puede contribuir a la mitigación del abandono animal en Bogotá. [2]
- Es importante considerar la educación desde la infancia como una estrategia para fomentar el cuidado y la responsabilidad hacia los animales. Diseñar materiales educativos dirigidos a niños y adolescentes puede ayudar a crear conciencia desde temprana edad y fortalecer los lazos entre las personas y las fundaciones dedicadas a la protección animal. [2]
- La denuncia del maltrato animal es otra área importante a abordar. Es necesario diseñar campañas que alienten a las personas a denunciar casos de maltrato y brindarles información sobre los canales adecuados para hacerlo. [3]

En base a lo anterior y tomando como referencia los puntos creativos de las organizaciones, se logra percibir la implementación conceptual de los ideales comunicativos de Adopción, Maltrato y Abandono, sin embargo, este último no se logra percibir puntualmente como algo individual, es decir, no solo se habla de lo negativo que esto trae como consecuencia, sino anterior o posteriormente enfatizar en el ideal de Adopción animal. Por tal razón de centrarse en generar una comunicación robusta netamente en la parte de Abandono construirá significativamente un diferencial frente a los demás modelos y propuestas

de posicionamiento creativo por parte de agencias o grupos enfocados en dicho nicho. En estas campañas encontramos que los trabajos de sensibilización son muy importantes para la comunicación que se quiere dar, no simplemente enfatizando en el problema, sino en la educación que tenemos frente a estos temas. Las campañas se ven focalizadas en la educación proporcionada a las personas y en la sensibilización que nos generan las mascotas a la hora de verlas como parte de nuestra familia y verlas como animales que necesitan de nuestra ayuda y que con base en la empatía las personas tomen conciencia de lo que sería un perro para nuestras vidas, ya sea que haga parte de nuestro núcleo o simplemente sea un perro callejero. Así nos damos cuenta de que las campañas vienen siendo un estado de sensibilización para las personas y que han ido incursionando en la educación infantil pues deben ser conocimientos con los que crecemos y aplicamos durante toda la vida.



En resumen, aunque suene difícil de separar conceptualmente los términos, debido a que uno es consecuente al otro, interesante será si se logra un desarrollo frente al modelo de comunicación netamente en el ABANDONO, si y solo si se enfatiza ligeramente y casi de forma pasiva en las otras áreas de la problemática, es decir, que, de querer dar fuerza a una cosa, indiscutiblemente se tendrán que mencionar las restantes, pero en un grado de protagonismo bastante inferior. Por tal razón si nos basamos en puntos acordados con las demás campañas y/o estrategias se logrará dar con el resultado que el lenguaje y tono de comunicación utilizan a la hora de explicar la crudeza de la realidad, mientras que en cuanto a un diferencial, dependerá de encontrar de forma disruptiva (en este caso desde las experiencias inmersivas) un apartado disruptivo que influya directamente en la problemática, en la que aunque no lo solucione de raíz, por lo menos deje un precedente emocional en las personas, quienes son en este caso los entes mayormente implicados en esta situación, debido a la displicencia, desinterés, poco entendimiento y bajo afecto emocional hacia seres que no cuentan con voz y necesitan ser escuchados a como dé lugar. Ya por último y a manera de conclusión, cabe mencionar que existen varias formas de demostrar y mitigar el impacto que conlleva el abandono animal, sin la necesidad de enfatizar primeramente en los problemas de maltrato, los cuales, aunque no son fáciles de ocultar, y no son ajenos al tema, por lo menos puede ser un modelo que mute y no cobre protagonismo, es decir contar la problemática sin mencionar lo malo de la problemática, ya que al tomar como alternativa un modelo disruptivo, esta también podría ser una alternativa.

Objetivos

¿Cómo por medio del diseño gráfico se puede mitigar el abandono animal y generar conciencia a partir de experiencias inmersivas y narrativas diferenciales?

Por medio del diseño gráfico, mitigar el abandono canino y generar conciencia a partir de experiencias inmersivas y narrativas diferenciales.

Metodología

Modelo de trabajo Doble diamante

1. Recolección - Descubrir
 - Análisis de la situación del abandono canino en Bogotá y la efectividad de los programas gubernamentales para reducir esta problemática.
 - Identificación de las principales barreras de comunicación de campañas relacionadas con el abandono en Bogotá y propuestas para mejorar y redireccionar la narrativa común.
 - Evaluación de la efectividad de campañas existentes (Estado de la cuestión) en otras ciudades o países, y su posible aplicación en Chapinero, Bogotá.
 - Estudio de la relación entre el abandono canino y la salud pública, con respecto al medio ambiente.
2. Análisis - Definición
 - Análisis del impacto social, económico y ambiental del abandono canino en la localidad de Chapinero, Bogotá D.C.
 - Análisis de la percepción en Chapinero sobre el abandono canino, la adopción responsable y la posible implementación de campañas de sensibilización.
 - Identificación de barreras y facilitadores para la implementación de la campaña propuesta, determinar donde será implementado el prototipo de la experiencia.
3. Desarrollo
 - Diseño y consolidación de una narrativa diferencial dentro del abandono canino.
 - Diseño de una interfaz de sitio web, con el fin de informar sobre el colectivo, la respectiva visibilización de las experiencias inmersivas y las respectivas campañas y testimonios.
 - Establecer un contacto con la Universidad Santo Tomás con el fin de visualizar y probar el prototipo de la experi
 - Establecer una red de contacto con El centro de proyección social de Chapinero para la implementación de la campaña.
4. Entrega

Como producto mínimo viable, se plantea generar y crear una experiencia inmersiva

una campaña de narrativa replicable en diferentes localidades donde sea pertinente y necesaria la sensibilización del abandono animal, soportado por un sitio web que recopile y de cuenta de los procesos de la organización.

Resultados

A partir de la problemática del abandono canino y el rastreo de información que se ha logrado analizar a favor de la investigación y la propuesta, se consolida entonces que Woofriend se materializa a través de la conexión emocional, utilizando experiencias inmersivas y narrativas diferenciadoras para inspirar la adopción responsable y generar conciencia sobre el abandono animal.

Referencias Bibliográficas

[1] <https://tesisymasters.com.co/estado-del-arte-ejemplo/>

[2] <http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n44/n44a11.pdf>

[3] http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012348702016000200011

<https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/maltrato-animal-y-diseno-grafico/>

<https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/las-campanas-de-las-fundaciones-queimpulsan-la-adopcion-de-mascotas-2816432>

<https://www.semana.com/actualidad/articulo/encuentro-sostenible-adopcion-y-abandonode-animales-en-pandemia/58661/>

<https://www.echelecabeza.com/>