



Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red

Cátedra UNESCO de comunicación



IV. NARRATIVAS, LENGUAJES Y DISCURSOS

Comunicación efectiva: estrategia de sensibilización social en la defensa de la protección canina en Tunja

Diana Marcela Pardo Palomino

Estudiante de sexto semestre de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá. Vinculada con el semillero de investigación Lexina (Comunicación Política y Comportamiento Electoral), en el que adelanta el proyecto *Estrategias de comunicación ligadas a la salud pública y responsabilidad social frente a la adopción de caninos en Tunja*.
dmpardo@uniboyaca.edu.co

Paola Andrea Suárez Ruíz

Estudiante de sexto semestre de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá. Vinculada con el semillero de investigación Lexina (Comunicación Política y Comportamiento Electoral), en el que adelanta el proyecto *Estrategias de comunicación ligadas a la salud pública y responsabilidad social frente a la adopción de caninos en Tunja*.
pasuarez@uniboyaca.edu.co

Resumen

El artículo tiene como finalidad promover la adopción canina en Tunja, por medio de estrategias comunicativas difundidas en medios alternativos y tradicionales, que permitan aumentar la responsabilidad social de los habitantes frente a estos animales. Así mismo, se busca sensibilizar a la comunidad sobre

este tema que aqueja la salud pública de los ciudadanos. En la capital boyacense se ha observado en las últimas décadas una proliferación masiva de caninos ambulantes, lo cual trae consecuencias negativas en la salud pública de los tunjanos y, lógicamente, en la salud de estos animales. En un breve ejercicio de observación ocasional se evidenció la poca sensibilidad hacia tales especies, ya que muchas personas no son conscientes de que los caninos también sufren y tienen necesidades, y que a su vez el estado de abandono en que se encuentran genera afecciones físicas y psicológicas.

Palabras clave: *sensibilización social, estrategias comunicativas, salud pública, comunicación pública.*

Introducción

A diario los diversos medios de comunicación registran en sus informes casos relacionados con ataques de caninos en diferentes partes de Colombia, algunos ejemplos a destacar fue evidenciado en el periódico de circulación nacional El Tiempo, señalando en tres titulares: *Cada hora ocurren dos ataques de perros en Bogotá; Perro atacó a dos personas en la localidad de Usme; y Perro le arrancó media oreja a un niño en Garzón (Huila)*, muestras representativas que definen la existencia de una problemática que se ha extendido a lo largo de la geografía nacional, sin mayor intervención de los gobiernos locales en la búsqueda de estrategias o planes contra los riesgos ocasionados no solamente a la comunidad en general, también a los propios caninos que terminan siendo maltratados o sacrificados.

Datos de la Secretaría de Salud del Distrito de Bogotá destaca que en la Capital de la República, deambulan por las calles 88.673 perros, la localidad de Ciudad Bolívar es la que más canes abandonados tiene 24.758. Tal entidad considera que la “proliferación de estos animales, según los expertos en el tema, representa un problema de salud para los ciudadanos puesto que los perros en muchos casos tienen enfermedades como la rabia. Además, sus excrementos y aquellos que aparecen muertos en las calles acentúan este problema” (El Tiempo, 2007).

Algunas razones determinantes del problema, corresponden a la falta de cultura ciudadana en la protección y cuidado de los caninos, nivel económico y social de los amos, falta de campañas publicitarias en contra del maltrato o abandono de los caninos a ser lideradas por las autoridades locales y desconocimiento de la comunidad en general acerca de la normatividad en materia de salud pública que deben tener presente los dueños de mascotas.

En este caso particular registrado en la ciudad de Tunja, se destaca la sobrepoblación de caninos que deambulan por las calles o barrios de la ciudad sin ningún control de las autoridades sanitarias y lógicamente el de sus amos, convirtiéndose en un riesgo para la salud pública al darse el contacto directo o indirecto con la comunidad, principal tesis que lleva a desarrollar el presente artículo originado del proyecto: *Estrategias de comunicación ligadas a la salud pública y responsabilidad social frente a la adopción de caninos en Tunja*, cuyo objetivo es generar una estrategia de comunicación orientada en la salud pública y la comunicación pública, que permita la sensibilización social sobre la tenencia de los caninos en la capital boyacense. Para ello se viene realizando un diagnóstico de la situación de abandono de caninos en la localidad, que servirá de base en la consecución de estrategias comunicativas y de intervención en lo concerniente a la salud pública, con el fin de sensibilizar a la comunidad y a las mismas autoridades territoriales sobre este problema.

La salud pública definida por Winslow et al. (1923, p. 35) como la ciencia que previene las enfermedades, prolonga la vida, fomenta la salud y la eficiencia física y mental, mediante el esfuerzo organizado de la

comunidad, será ligada a la comunicación pública que es la capacidad que tiene la sociedad para construir una ciudadanía activa, eliminar las barreras discriminatorias en el mercado y diseminar una cultura de la solidaridad (Calderón 1995, citado en Fleury 2007, p. 99). Según Jaramillo (2004), postula que la comunicación pública es entendida como una malla de transacciones informacionales, que también son expresivas y solidarias donde suceden en la esfera pública, a partir de la intervención de las Instituciones Públicas y la sociedad, la cual es fortificada por el empleo de canales y medios de comunicación masiva, los cuales permiten el proceso de temas de interés o preocupación pública en general, y estimulen a la colaboración y el involucramiento ciudadano.

De igual forma Piédrola Gil, plantea que la salud pública se encarga fundamentalmente de constituir y dirigir los esfuerzos colectivos destinados a proteger, promover y restaurar la salud de los habitantes de una comunidad (2008, p. 21). Partiendo de esta unión interdisciplinaria <comunicación pública-salud pública>, donde se incorporan elementos teóricos y conceptuales expuestos por Gustavo Alonso Cabrera 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”. Lo cual 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”.

Resulta complejo señalar que existen en Tunja pocas entidades encargadas directamente en la atención de dicha problemática, solo las fundaciones Salva y Entorno Vivo, prestan servicios sociales fomentando la adopción de caninos hacia los habitantes de la ciudad. Aunque estas han realizado una gran labor, el problema persiste por la falta de políticas públicas de intervención que debería impulsar las autoridades locales, asimismo la insensibilidad social respecto al tema y falta de compromisos en el desarrollo de políticas en materia de salud o campañas públicas promovidas directamente por entidades veedoras y los medios masivos de comunicación, en su papel de generar procesos de *Responsabilidad Social*. Sin desconocer la labor informativa de algunos canales de noticias que aún publican en sus espacios temas relacionados con el maltrato animal.

Metodología

Metodológicamente se realizó una observación estructurada hacia lo cuantitativo, y no estructurada hacia lo cualitativo en cuatro comunas de Tunja: Centro histórico, Occidental, Oriental y Suroriental, en donde se halló en el ámbito cuantitativo una mayoría de canes abandonados de carácter masculino y de razas combinadas, otros de razas puras representados en hembras y machos, generando esta última categoría una proporción entre la cantidad de estos. En la parte cualitativa se encontró que las personas eran reacias a que sus mascotas entablaran algún contacto con estos animales ambulantes, ya que al llevarlos al parque o sacarlos a dar un paseo por el sector, los dueños tendían a alejarlos de los perros callejeros. Es decir, una especie de *racismo canino*, puede interpretarse el comportamiento de algunos amos, que alejan sus mascotas de aquellas catalogadas de raza criolla.

Posterior a realizar el diagnóstico de la situación de abandono en la ciudad, se procede a analizar las campañas de adopción canina ya existentes en Tunja que ejecutan algunas entidades privadas preocupadas por este tema, entre ellas la Fundación Salva y la Fundación Entorno Vivo, que son instituciones sin ánimo de lucro que han recogido algunos de los canes callejeros, llevan a cabo una rehabilitación de la vida ambulante, y finalmente vía virtual o en algunas veterinarias los ponen en adopción. Se concluyó que

varias falacias de estas tácticas son los métodos de difusión, ya que en ocasiones solo se utilizan las redes sociales, lo que no abarca a toda la comunidad, y en segundo lugar que hace falta la sensibilización frente al tema.

Tras detallar lo anterior, la investigación conduce a realizar el diseño de estrategias comunicativas verbales y no verbales, las cuales son difundidas a través de radio, prensa, televisión, redes sociales, periódicos murales y perifoneo; logren disminuir la tasa de caninos ambulantes en Tunja, promoviendo la responsabilidad y la sensibilización social, frente a estos animales que ponen en riesgo la salud pública de la ciudad. Para ello se realizarán conversatorios con la comunidad de los sectores indicados, en el ámbito de concientización sobre el tema utilizando herramientas de la educomunicación (educar con los medios, para los medios y a través de los medios de comunicación).

Se construirán propagandas de carácter audiovisual transmedia, diseñadas desde los conceptos semióticos de la publicidad como: tipografías, fotografías, el color, entre otras. Asimismo vídeos, ilustraciones, spots, afiches, jornadas de sensibilización y contacto con los mismos, logren concertar una serie de técnicas para aumentar la adopción de caninos en Tunja.

Resultados

Como resultados se encontró en la Comuna 4 (occidental) en el *sector el Topo*, una cantidad de aproximadamente 20 perros cerca de la Iglesia “El santuario del Topo” ya que por la peregrinación de los feligreses de ese templo los canes frecuentan la zona para que estas les de alimento y consentimiento. Así también en la Comuna 5 (Centro histórico), en el sector del *Bosque de la República*¹ donde la mayoría de caninos buscaban un refugio en las laderas del parque, ya que la arborización y el constante movimiento de personas hacen más llevadera su forma de obtener alimento y cobijo. Por otro lado, en la Comuna 7 (oriental), en el barrio San Antonio se halló un alto grado de caninos de ambulantes y en una condición física desfavorable. Así mismo se observó en el barrio *La Florida* que un aproximado de 6 perros que divagaban en la calle tenía dueño, pero durante el día estos permanecían en la calle lo que de igual forma es un problema para la sociedad porque expone al animal al contagio de alguna zoonosis lo que genera problemas de salud pública.

Por último, en la Comuna 8 (suroriental) se observó que hay abundancia de estos animales en los días jueves, viernes y sábado; debido al trabajo de la plaza del *Reten Sur*², que hace el despacho de productos agrícolas y todo tipo de carnes a gran parte del departamento. Lo anterior genera la proliferación de los caninos por el acopio de desperdicios.

Discusión teórica desde el caso

Para desarrollar la temática del texto, se emprende de manera interdisciplinaria el concepto de salud pública que hace Gustavo Alonso Cabrera (2000, p. 42) 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

1 Parque histórico y monumento nacional referente a la gesta independentista, ubicado en el centro histórico de Tunja, Boyacá.

2 Plaza de mercado del sur de Tunja

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 (Conciencia). 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.

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 el riesgo que presentan los caninos callejeros en algunos barrios de Tunja, y recíprocamente, mejorar la forma de vida de estos animales.

Para finalizar en el campo de la salud, se relaciona la última fuente teórica a evaluar que es la *triada ecológica y la teoría en salud de la OMS (2008)*, es donde se plantea que todas las dimensiones del ser humano son implicadas en el área de sanidad, incluyendo el medio ambiente y el entorno en el que este se encuentra ya que es fundamental para su supervivencia y su conservación. Esta postula que el ser humano está constituido por aspectos físicos, mentales-sociales, y que interactúa con su entorno al habitarlo, conociendo que este a su vez tiene un clima y ecosistema, que por sus características al interactuar con el hombre pueden constituirse en factores de riesgo naturales siendo causante de posibles enfermedades o accidentes para este, que amenazan su salud (OMS, 2008). Esto contribuye al proyecto, ya que es claro como los caninos abandonados afectan directamente el hábitat del hombre, convirtiéndolo en un riesgo para la integridad del mismo y para la transmisión de enfermedades que pueden deteriorar su cotidianidad.

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 (2006. P 14).

Siguiendo la misma línea se encuentra 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.

A modo de conclusión

Partiendo de los resultados encontrados en el primer ejercicio de investigación, realizado directamente en el campo de acción, brevemente se encuentran algunos aspectos a considerar:

- La problemática de los caninos que a diario deambulan por los barrios de la ciudad de Tunja, aparecen concentrados en las Comunas 4 (Occidental), 5 (Centro histórico), y 7 (Oriental).
- La mayoría de perros callejeros, corresponden a razas criollas u ordinarias.

- A pesar de que existe en Tunja una Política Pública de Protección y Bienestar Animal, aprobada en el año 2015, aun las acciones para evitar o mitigar el problema de los caninos abandonados, no ha tenido respuesta por parte de las autoridades locales.
- Se percibe un desconocimiento de las comunidades que habitan las Comunas 4, 5 y 7, en lo pertinente a la protección y bienestar que deben tener los perros, de cualquier tipo de raza.
- Es notorio el *racismo animal*, que presentan algunos individuos, quienes terminan discriminando a los caninos de razas criollas, y prefieren a las especies de raza pura o fina.
- Las acciones de algunas fundaciones u organizaciones protectoras de animales que funcionan en Tunja, merecen ser destacadas, pero por la cantidad de caninos abandonados estas resultan muy imperceptibles.
- Los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión), parecieran haber omitido de sus agendas informativas el problema de los perros callejeros, no muestran estrategias o programas que eduquen en tal tema.
- En tanto los medios de comunicación de última tecnología, presentan mayor difusión en las redes sociales, promocionando y divulgando jornadas virtuales de adopción de caninos abandonados.

Referencias

- Bandura, R. (1977). *Teorías del cambio de comportamiento*. Recuperado de: http://www.bvsde.paho.org/cursoa_edusan/modulo1/ES-M01-L07-Comportamiento.pdf
- Becerra, Y. (2010). *Autoridades de salud de Boyacá adoptan medidas para prevenir presencia de rabia transmitida por perros y gatos*. Tunja: Periódico virtual. Agenda Ciudadana. Recuperado de: http://www.uniboyaca.edu.co/agendaciudadana/index.php?option=com_k2&view=item&id=161:autoridades-de-salud-de-boyac%C3%A1-adoptan-medidas-para-prevenir-presencia-de-rabia-transmitida-por-perros-y-gatos
- Botero, L. (2006). *Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/649/64900202.pdf>.
- Cabrera, G. (2000). *El modelo transteórico del comportamiento en salud*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/120/12018210.pdf>.
- El Tiempo. (2007). *Los perros abandonados en Bogotá: un problema ambiental*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-35219388>
- Franco, A. (2006). *Tendencias y teorías en salud pública*. *Revista Opinión de la Facultad Nacional de Salud Pública*, 24, 119-130.
- Humane Society International. (2016). *Bienestar de Animales Callejeros*. Recuperado de http://www.hsi.org/spanish/issues/bienestar_animales_callejeros.html
- Jaramillo, J. C., Cucalón, A. M., Pérez, T., Vergara, A., Alvis, W., y Jaramillo, S. A. (2004). *Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del Estado MCPOI, USAID*. Bogotá: Casals & Associates Inc.

- Jaramillo, J. C. (2012). Propuesta general de comunicación pública. *Strategy & Management Business*. (2), 3, 1-17.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2013). *Mordeduras de animales*. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs373/es/>.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2008). *Teoría de la Triada Ecológica*. Recuperado de: <http://teoria-oms.blogspot.com.co/2008/05/teora-de-la-trada-ecolgica-biologistas.html>.
- Piedrola Gil. (2008). Medicina preventiva y salud pública. Recuperado de: <http://www.casadellibro.com/libro-piedrola-gil-medicina-preventiva-y-salud-publica-11-ed/9788445819135/1220015>.
- Prochaska, O. (1979). *Estados del cambio*. Recuperado de <https://www.psyciencia.com/2012/26/el-modelo-de-prochaska-y-diclemente-un-modelo-de-cambio/>
- Rivers, S. C. (1980). *Responsabilidad social*. Recuperado de http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf.
- Subgerencia cultural del Banco de la República. (2015). *La teoría de la Comunicación y sus corrientes*. Recuperado de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/teoria_de_la_comunicacion_y_corrientes
- Velásquez Estrada, J. C. (2010). ¿Qué es la comunicación pública? Recuperado de <http://es.slideshare.net/afmicomunicaciones/que-es-la-comunicacion-pblica>
- Velásquez, V., y Grondin, G. (2009). Estrategias comunicativas de expansión en alumnos del nivel intermedio. *Contribuciones desde Coatepec*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Woolfolk, A. (s. f.). *Psicología educativa*. Estados Unidos: Universidad del Estado de Ohio, Pearson Educación.

Anexos



