



## ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA ADOPCIÓN DE MASCOTAS A NIVEL MUNICIPAL: UN RETO DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS.

Adriam Camacho Domínguez\*  
Andrea Jacinta Munizaga Anchundia \*\*

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Adriam Camacho Domínguez y Andrea Jacinta Munizaga Anchundia (2019): "Estrategias comunicacionales para la adopción de mascotas a nivel municipal: un reto de las instituciones públicas", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/adopcion-mascotas-municipal.html>

### Resumen

En la actualidad existen varias asociaciones en Ecuador que luchan por los derechos y la creación de nuevas normativas que amparen a los animales pero no cuentan con el suficiente respaldo por parte de los organismos de control e instituciones públicas o privadas. En este sentido se realizó un microanálisis de las estrategias comunicacionales digitales utilizadas por la Alcaldía de Durán sobre la adopción de mascotas y el modo en que es percibido por jóvenes del cantón. Se realizó un trabajo de campo con una muestra probabilística de 90 estudiantes basados en una metodología de enfoque mixto, bajo una tipología descriptiva y explicativa apoyado en técnicas como la encuesta que sirvieron para medir algunos indicadores del estudio. Los principales resultados se basan en que se deben realizar más campañas de responsabilidad social, propagandas o movilizaciones convocadas por los entes municipales ecuatorianos para que los jóvenes protejan, salvaguarden y adopten animales de la fauna urbana.

\* PhD en Ciencias Históricas, profesor titular de la Carrera de Periodismo de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

\*\* Estudiante de Periodismo de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Palabras Claves: Comunicación, redes sociales, fauna urbana, adopción, municipios

## Abstract

At present there are several associations in Ecuador that fight for rights and the creation of new regulations that protect animals but do not have enough support from control bodies and public or private institutions. In this sense, a microanalysis of the digital communication strategies used by the Mayor of Durán on the adoption of pets and how it is perceived by young people of the canton was carried out. A field work was carried out with a probabilistic sample of 90 students based on a mixed approach methodology, under a descriptive and explanatory typology supported by techniques such as the survey used to measure some indicators of the study. The main results are based on the fact that more campaigns of social responsibility, propaganda or mobilizations called by the Ecuadorian municipal entities must be carried out so that young people can protect, safeguard and adopt animals of the urban fauna

Key Words: Communication, social networks, urban fauna, adoption, municipalities

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad ecuatoriana existe un debate sobre la responsabilidad social de las instituciones frente al problema del abandono de animales en los municipios. Aunque algunas ONGs y asociaciones luchan por los derechos y la creación de nuevas normativas que amparen a los animales, el respaldo por parte de los organismos de control en ocasiones es debilitado por cuestiones burocráticas, la poca educación existente frente a estos temas o la falta de presupuesto. El número de personas interesadas en la adopción de las mascotas es reducido ya que las estrategias comunicacionales que se desarrollan no tienen un gran alcance por lo que la protección de la fauna urbana forma parte de las agendas postpuestas en muchas ocasiones. El presente trabajo de investigación busca contribuir a que la comunidad de los Helechos del Cantón

Durán tome conciencia del respeto y los derechos de los animales en un trabajo conjunto de la mano de las instituciones públicas municipales.

Esta problemática ha sido abordada teóricamente por estudiosos de la fauna urbana como Restrepo (2000) y Faggi (2006) que coinciden en la importancia de estudiar los hábitats nativos inmersos dentro de la trama urbana para cuantificar y describir la biodiversidad en una dinámica compleja que puede llegar a varias clasificaciones como fauna silvestre, amansada, doméstica y exótica. Esto permite identificar mayoritariamente el conjunto de especies de animales que han sufrido un proceso de humanización, que tienen comportamientos condicionados y reacciones manipuladas por el hombre y ubicados en los hogares como mascotas.

El papel de la comunicación para el logro de una toma de conciencia sobre estos temas es fundamental por lo que se consultaron autores como García y Uceda (2011), Baraybar (2009), Sánchez y Pintado (2010), Martínez (1998) para delinear que las estrategias de comunicación pueden ser variadas y se deben complementar con las acciones destinadas a dar a conocer un producto o servicio de una forma persuasiva diseñada para enviar mensajes a un segmento de audiencia seleccionado. Por lo que una estrategia de comunicación persuasiva sobre la protección y adopción de animales debe ser racional, emocional e instintiva.

Igualmente, la revisión del marco legal vigente arrojó unos resultados que permitieron identificar que en el artículo 415 de la Constitución del Ecuador se señala que los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) “adoptarán políticas integrales y participativas de ordenamiento territorial urbana y de uso del suelo, que permitan regular el crecimiento urbano, el manejo de la fauna urbana e incentiven el establecimiento de zonas verdes”.

Así también el 12 de abril del 2018 entró en vigencia el Código Orgánico de Ambiente, a partir de la publicación de este Código en el Registro Oficial, los GAD Municipales o Metropolitanos, en ejercicio de sus competencias y jurisdicciones territoriales, dictarán las normas correspondientes para la fauna urbana de conformidad con la ley y las disposiciones de dicho Código.

Para hacer cumplir las normativas legales vigentes, en Ecuador se destacan el Observatorio de los Derechos de los Animales Domésticos, Fundación Amigos Con Cola, Fundación Protectora de Animales (ARCA), Familia Amor Animal (FAAN), Fundación Rescate Animal, Protección Animal Ecuador (PAE) y la Unidad de Rescate y Recuperación Animal de la Prefectura del Guayas (URRA). No obstante en el municipio de Durán no existen organizaciones ni fundaciones oficiales que se encarguen de la protección animal, sin embargo, esta competencia la maneja el Municipio.

A partir de estas condicionantes el presente artículo se propuso como objetivo fundamental analizar que influencia que ejercen las estrategias comunicacionales digitales utilizadas por la Alcaldía de Durán sobre la adopción de mascotas en los jóvenes del sector Los Helechos.

## **2. MATERIALES Y METODOS.**

Al realizar esta investigación se utilizó un enfoque mixto (cualicuantitativo), en el que se fusionaron el enfoque cuantitativo a partir de la recolección de datos para establecer estadísticas y comprobar posibles teorías, también se usó el enfoque cualitativo porque se aplicó un análisis crítico de los contextos o puntos de vista de los actores sociales involucrados.

Dentro de esta investigación científica, los métodos y procedimientos utilizados fueron esenciales para la objetividad del estudio. Se desarrolló un análisis basado en el tipo de investigación de campo, descriptiva y explicativa para identificar los factores que intervinieron en el escenario estudiado, descubrir características e implicaciones que facilitaron obtener una idea global del objeto de estudio, de esta manera se concretó una adecuada recopilación de la información y el análisis de los datos.

Para un mejor desarrollo de la investigación se utilizaron algunos métodos y técnicas las cuales ayudaron a levantar información en base a las respuestas recolectadas como la encuesta y el análisis de contenido. Se utilizaron encuestas a una muestra representativa, la cual tiene relación al subconjunto o sub grupo de población, dando como resultado el trabajo con 90 jóvenes, para así poder determinar la influencia que tienen las estrategias comunicacionales impulsadas por el municipio en el comportamiento de la sociedad, específicamente en la comunidad de los Helechos del cantón Durán.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN.**

En la investigación se calcularon varios datos a partir de una encuesta realizada y a continuación se muestran los más significativos.

En la Figura 1 se puede identificar que los jóvenes participan en su gran mayoría en campañas de adopción para animales lo que constituye un apoyo indiscutible para el trabajo conjunto con los GAD y organizaciones que despliegan acciones en ese sentido.

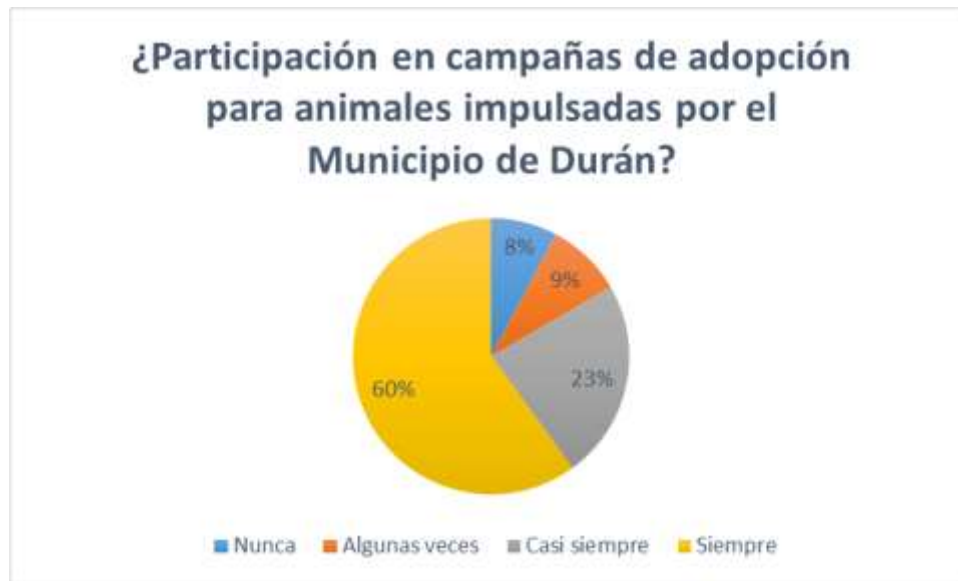


Figura 1: Participación en campañas de adopción para animales.

En la Figura 2 se puede apreciar que los encuestados reconocen la importancia que las personas cuiden y lleven a sus mascotas a un centro de cuidados, los jóvenes manifiestan que los animales parte de la fauna urbana deben estar protegidos frente a peligros latentes en la sociedad de enfermedades o violencia que ocasionen daños a su integridad física o emocional.

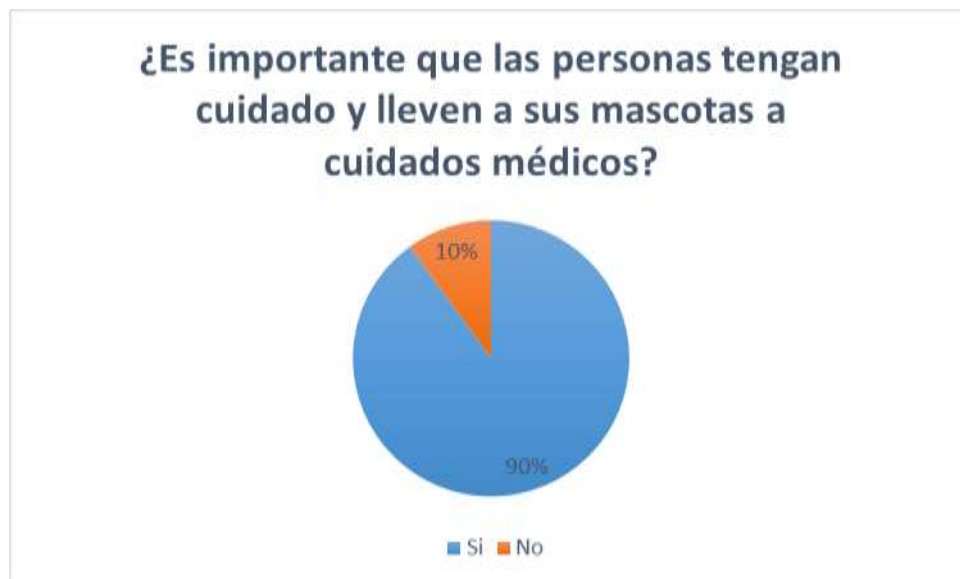


Figura 2: Importancia del cuidado médico de las mascotas.

En las Figura 3 se puede observar que en su gran mayoría los jóvenes están de acuerdo en que se deben realizar cambios en su comunidad con respecto a los animales por parte del municipio, por lo que se hace necesario que recurran a un trabajo más organizado, sostenido y con recursos disponibles para ello.

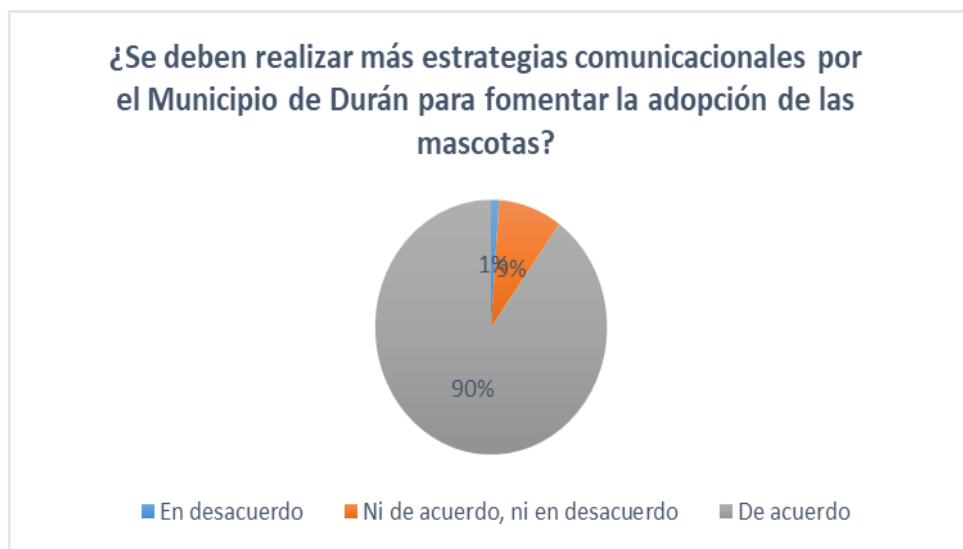


Figura 3: Necesidad de más estrategias comunicacionales del Municipio de Durán.

En la Figura 4 la muestra de jóvenes estudiada sugiere que el Municipio de Durán debe fomentar más la adopción de mascotas, fundamentalmente con la utilización de programas televisivos y de radio así como plegables y las redes sociales. Con esto los jóvenes manifiestan que se debe seguir con la iniciativa y buscar lugares estratégicos para la adopción de animales reconociendo que las estrategias deben ser más variadas y adaptadas a todo tipo de público.

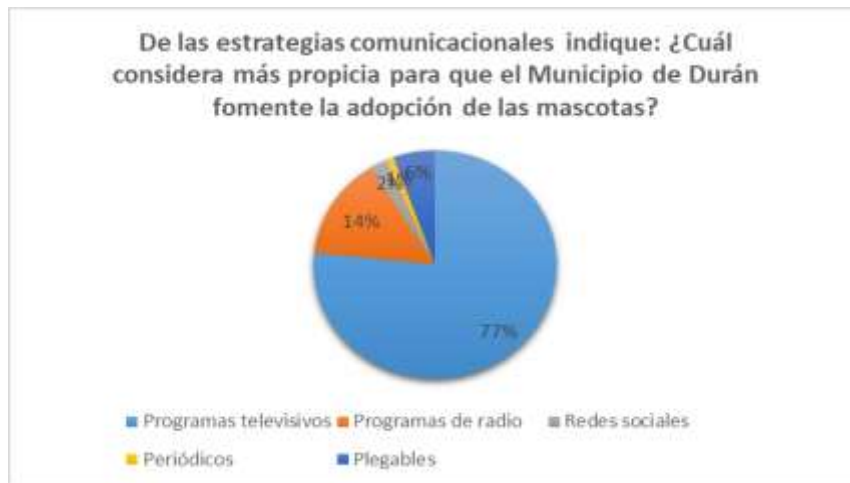


Figura 4: Estrategias comunicacionales que podría utilizar el Municipio de Durán.

## CONCLUSIONES

A pesar de la existencia de organismos, leyes y estudios que abordan el tema de la fauna urbana, el cuidado y adopción de animales o las estrategias comunicacionales, en el ámbito ecuatoriano no prevalece un desinterés por una gran parte de la sociedad con respecto a estos temas. Desde el punto de vista académico queda mucho por investigar y publicar sobre estas aristas por lo que abre un potencial enorme para futuros estudios de nivel pregrado y posgrado en las ciencias de la comunicación.

La población de animales callejeros o abandonados es alta, y la mayoría de las personas desconocen que el abandono es una señal de violencia, y es un maltrato animal por lo que las campañas no están creando conciencia adecuada en los grupos juveniles del cantón Durán.

Se debe realizar mejores propagandas o movilizaciones para que los transeúntes conozcan los diversos lugares donde pueden llevar a sus mascotas si ya no pueden cuidarlas o tenerlas.

Las campañas de responsabilidad social generan un impacto grande en la ciudadanía y esto contribuye a que las personas tomen conciencia del problema, por tal motivo la iniciativa de las estrategias de comunicaciones para la adopción de las mascotas busca disminuir el número de perros o gatos callejeros.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea General del Estado. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Registro Oficial Órgano del Gobierno del Ecuador.

Baraybar, A (2009) Las nuevas estrategias de la comunicación on-line en el Tercer Sector. *Revista Iconos*, 14: 13, pp. 37-55

Cortina, A. (2009) *Las Fronteras de la persona. El valor de los animales, la dignidad de los humanos*. Madrid: Taurus.

Faggi, A.; Prepelizin, P (2006) Riqueza de aves a lo largo de un gradiente de urbanización en la ciudad de Buenos Aires. *Revista Museo Argentino de Ciencias Naturales Bernardino Rivadavia* 8(2): pp. 289-297

García – Uceda, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. (7ma. Edición) Madrid. ESIC Editorial

Martínez, J (1998) *Publicidad en causas sociales*. Recuperado de: [http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=220](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=220)

Publicaciones, C. d. (2014). *Constitución de la República del Ecuador*. Ecuador.

Restrepo Llano, J y Bodhert Rivera Y. (2000) *Manual del Reubicador de Fauna Silvestre*. Medellín. Corantioquia.

Sánchez, P; Pintado, T (Coord.) (2010). *Nuevas tendencias en comunicación*. Madrid: ESIC