



NYMPHICUS CALI

Creación de Material Audiovisual Educativo sobre
la Tenencia de Cacatúa Ninfa en la Ciudad de Cali.

Nicole Vera Lozano

Documento de Proyecto de Grado,
para optar por el título de Diseñadora Gráfica

Director del Proyecto de Grado
Javier Reyes Vera

Universidad del Valle
Facultad de Artes Integradas
Programa de Diseño Gráfico
Santiago de Cali, agosto 2022

Tabla de Contenido

1.	RESUMEN.....	7
2.	INTRODUCCIÓN.....	8
3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
4.	JUSTIFICACIÓN.....	13
5.	ALCANCES.....	16
6.	OBJETIVOS.....	17
	6.1 Objetivo General.....	17
	6.2 Objetivos específicos.....	17
7.	METODOLOGÍA.....	18
	7.1 Primera Etapa: Indagación sobre el problema.....	18
	7.2 Segunda Etapa: Documentación y análisis de la información.....	18
	7.3 Tercera Etapa: Diseño de la propuesta gráfica.....	18
8.	MARCO CONTEXTUAL.....	20
	8.1 Marco Conceptual.....	20
	8.1.1 Contenidos Educativos Digitales.....	20
	8.1.2 Marketing Digital.....	21
	8.1.3 Diseño Gráfico.....	21
	8.1.4 Diseño Instruccional.....	22
	8.1.5 Modelo ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación, y Evaluación).....	23
	8.1.6 Protección Animal.....	24
	8.1.7 Bienestar Animal.....	24
	8.1.8 Solidaridad Social.....	24
	8.1.9 Tenencia responsable de mascotas.....	25
	8.1.10 Maltrato animal.....	25
	8.1.11 Animales silvestres o Fauna Silvestre.....	25
	8.1.12 Animales domésticos.....	26
	8.2 Contexto.....	28
9.	MARCO SOCIO-DEMOGRÁFICO.....	32
10.	MARCO GEOGRÁFICO.....	35
11.	MARCO LEGAL:.....	36
12.	ANTECEDENTES.....	38
13.	REFERENTES GRÁFICOS.....	44
	13.1 Mar de NidittoPiu (España).....	44
	13.2 Los Poyopteros (Bucaramanga).....	46
	13.3 Avetropic (España).....	47
14.	METODOLOGÍA PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PROYECTO.....	50
	14.1 Primera Etapa: Indagación sobre el problema.....	50
	14.2 Segunda Etapa: Documentación y análisis de la información.....	60
	14.3 Tercera Etapa: Diseño de la propuesta gráfica.....	66



15. ANEXOS	89
16. CONCLUSIONES.....	90
17. REFERENTES	92



Índice de Figuras

Figura 1. <i>Instagram del Centro de Bienestar Animal Cali.</i>	10
Figura 2. Referencia barrio Samanes de Guadalupe.	11
Figura 3. Instagram del Centro de Bienestar Animal Cali.	14
Figura 4. <i>Mis primeras Cacatúas Ninfas.</i>	28
Figura 5. <i>Instagram @nymphicuscali en el 2020.</i>	29
Figura 6. <i>Cambio de contenido.</i>	30
Figura 7. <i>Cambio estético.</i>	30
Figura 8. <i>Encuesta promedio de edades.</i>	32
Figura 9. <i>Chats de Instagram y WhatsApp Business.</i>	33
Figura 10. <i>Tenedores de Cacatúa Ninfa.</i>	34
Figura 11. <i>Mapa de la ciudad de Cali.</i>	35
Figura 12. <i>Plataforma de búsqueda en YouTube.</i>	40
Figura 13. <i>Gráfica circular sobre los canales de YouTube.</i>	40
Figura 14. <i>Canal de YouTube de AviarioJP.</i>	41
Figura 15. <i>Canal de YouTube El César Hace Vlogs.</i>	42
Figura 16. <i>Comentario en el canal de YouTube El César Hace Vlogs.</i>	42
Figura 17. <i>Contenido publicado en el Instagram @niditto.piu</i>	44
Figura 18. <i>Canal de YouTube Mar de NidittoPiu.</i>	45
Figura 19. <i>Contenido publicado en el Instagram @lospoyopteros.</i>	46
Figura 20. <i>Contenido publicado en el Instagram @lospoyopteros.</i>	47
Figura 21. <i>Contenido publicado en el Instagram @avetropic.</i>	48
Figura 22. <i>Canal de YouTube Avetropic.</i>	49
Figura 23. <i>Carta de respuesta por parte del Minambiente.</i>	50
Figura 24. <i>Reunión con el funcionario Camilo del DAGMA.</i>	50
Figura 25. <i>Reunión con el equipo de trabajo del Centro de Protección y Bienestar Animal Cali.</i>	51
Figura 26. <i>Política Pública Interespecie.</i>	52
Figura 27. <i>Gráfica estadística sobre la atención veterinaria de especies en Cali.</i>	53
Figura 28. <i>Contacto a través de Instagram a centros veterinarios de la ciudad.</i>	53
Figura 29. <i>Resultados de búsqueda de “Veterinarias en Cali”.</i>	54
Figura 30. <i>Instagram del Dr. Padilla.</i>	54
Figura 31. <i>Homenaje a Pichoto y agradecimiento a los que apoyaron su proceso.</i>	55
Figura 32. <i>Gráfica estadística sobre las tiendas que comercializan aves en Cali.</i>	56
Figura 33. <i>Registro fotográfico de visita a tiendas de comercialización de aves en Cali.</i>	57
Figura 34. <i>Registro fotográfico de tenedores de aves.</i>	57
Figura 35. <i>Encuesta virtual para tenedores y criadores de aves.</i>	58
Figura 36. <i>Segmentación del público objetivo.</i>	59
Figura 37. <i>Información de los canales de YouTube sobre la tenencia de Cacatúa Ninfa.</i>	59
Figura 38. <i>Información del grupo Club Ninfero.</i>	61
Figura 39. <i>Publicaciones informativas en el grupo Club Ninfero.</i>	61
Figura 40. <i>Sección “Archivos” del Club Ninfero.</i>	62
Figura 41. <i>Recolección de documentación realizada por Jorge Escobedo.</i>	63
Figura 42. <i>Evolución del Isologo Nymphicus Cali.</i>	66
Figura 43. <i>“Logos” dentro del mundo de los criadores y tenedores de aves.</i>	67
Figura 44. <i>Cacatúa Ninfa Ancestral.</i>	67
Figura 45. <i>Identidad gráfica a mediados del 2020.</i>	68
Figura 46. <i>Identidad gráfica implementada en el 2021.</i>	68



Figura 47. <i>Reels de @lospoyopteros y @niddito.piu.</i>	69
Figura 48. <i>Reels de @avetropric.</i>	70
Figura 49. <i>Estados y publicaciones de @avetropric.</i>	71
Figura 50. <i>Reels (videos) de la cuenta @nymphicuscali.</i>	72
Figura 51. <i>Fotografía y video desde diferentes encuadres.</i>	73
Figura 52. <i>Pantallazos de la secuencia de la gráfica del primer video “Introducción sobre las Ninfa Cacatúa”.</i>	74
Figura 53. <i>Pantallazos de la secuencia del video “Mutaciones en Ninfas Cacatúa”.</i>	74
Figura 54. <i>Pantallazos de la secuencia del video “Receta de aporte en proteína y calcio para nuestras aves”</i>	75
Figura 55. <i>Pantallazos de la nueva identidad gráfica.</i>	76
Figura 56. <i>Pantallazos de la nueva identidad gráfica.</i>	77
Figura 57. <i>Pantallazos del video “¿Cómo empapillar a nuestros pichones?”.</i>	78
Figura 58. <i>Pantallazos del video “¿Cómo se prepara una mixtura básica para nuestras aves?”.</i>	79
Figura 59. <i>Portadas de los Reels del Instagram @nymphicuscali.</i>	80
Figura 60. <i>Aplicación YouCut.</i>	80
Figura 61. <i>Aplicación Polish.</i>	81
Figura 62. <i>Descripción o pie de foto.</i>	82
Figura 63. <i>Publicación interactiva donde se pone en práctica los conocimientos.</i>	82
Figura 64. <i>Prueba que evalúa el cumplimiento del objetivo de la creación de los videos.</i>	83
Figura 65. <i>Prueba abierta a recomendaciones por parte de los usuarios.</i>	84
Figura 66. <i>Orientación personalizada en el chat de Instagram.</i>	85
Figura 67. <i>Nymphicus Cali en Google Maps.</i>	85
Figura 68. <i>Facebook de Nymphicus Cali.</i>	86
Figura 69. <i>YouTube de Nymphicus Cali.</i>	86
Figura 70. <i>YouTube de Nymphicus Cali.</i>	87
Figura 71. <i>Estados en Instagram.</i>	88
Figura 72. <i>Un pequeño registro detrás de cámaras.</i>	88
Figura 73. <i>Formación profesional.</i>	89



Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Cadena de valor</i>	19
Tabla 2. <i>Tabla comparativa de antecedentes y de análisis de proyectos, artículos de investigación, etc.</i>	38
Tabla 3. <i>Tabla de observaciones desde el diseño de NiditoPiu</i>	45
Tabla 4. <i>Tabla de observaciones desde el diseño de Los Poyopteros</i>	47
Tabla 5. <i>Tabla de observaciones desde el diseño de Avetropic</i>	49
Tabla 6. <i>Recopilación y clasificación de temas sobre la especie Cacatúa Ninfa</i>	64



1. Resumen

El presente proyecto de Creación de Material Audiovisual Educativo Sobre la Tenencia de Cacatúa Ninfa en Cali (Nymphicus Cali), pretende diseñar contenido gráfico y audiovisual sobre la tenencia de esta especie, desde una estrategia de comunicación para tenedores de aves que permita mejorar sus condiciones de vida en la ciudad, esto como resultado de un proceso de investigación previo que evidencia los niveles de maltrato animal en aves como consecuencia de múltiples factores tanto sociales, políticos, culturales y hasta de problemas de comunicación. Asimismo, se implementó una metodología impartida en tres etapas, que permitieron la organización del proceso creativo y así obtener un resultado gráfico que cumpla con los objetivos de este proyecto.

Palabras clave: Aves como Mascotas, Maltrato Animal, Estrategia de Comunicación, Diseño Gráfico.



2. Introducción

La tenencia de aves como mascota en la ciudad de Cali, especialmente la especie Cacatúa Ninfa, puede ser tan común dentro de los hogares caleños, como el desconocimiento sobre las condiciones que requieren para una óptima calidad de vida; la situación es tan amplia, que dentro de los planes de gobierno son pocos los proyectos educativos que promuevan la tenencia de animales poco convencionales, ya que su centralización está en perros y gatos y un gran ejemplo de ello son las enormes campañas de esterilización, vacunación y desparasitación exclusiva para estas especies, más la alta demanda de productos y servicios diseñados para ellos. También es importante resaltar que existe un vacío legal sobre estos aspectos que limitan la garantía y regulación de tenencia responsable en diversas especies que circulan actualmente como mascotas.

Como criadora de Cacatúa Ninfa he evidenciado un sin número de casos de maltrato animal en aves y es por esto que desde la percepción que tengo como diseñadora gráfica, realicé un estudio con los usuarios para entender las dificultades que estos presentan al momento de buscar información sobre la tenencia de aves y así poder plantear una solución desde mi profesión para abordar esta situación. Un gran ejemplo de lo que aquí se plantea, es la Fundación Avetropic de España, ellos actualmente luchan para mitigar esta problemática dentro de su territorio aportando en el desarrollo de contenidos educativos publicados en sus redes sociales, brindan orientación profesional sobre la tenencia de aves, realizan procesos de rehabilitación, entre muchas cosas más.

Nuestra fundación y trabajo nacen de la necesidad existente de fomentar una tenencia responsable de éstas aves, así como de mejorar su calidad de vida en cautividad. La inexistencia de leyes realistas y adaptadas a la realidad que las psitácidas viven a diario propicia la cría y la tenencia no responsable de éstas, terminando la mayoría de ellas siendo abandonadas o desatendidas de por vida. (Avetropic, 2021)

Dentro del proyecto se llevó a cabo una metodología similar al Modelo ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación, y Evaluación) que se implementa en el diseño instruccional, con el fin de cumplir un proceso creativo que me permitiera recolectar toda la información necesaria para desarrollar la propuesta gráfica, que específicamente es la creación de material audiovisual educativo sobre la tenencia de Cacatúa Ninfa en la ciudad de Cali, esto como conclusión del proceso de investigación previo con los usuarios.

Por ende, mi papel como diseñadora gráfica en el proyecto, establece de forma crítica una estructura visual y de comunicación que, a través de la creación de los videos, facilite al usuario la comprensión de los diversos temas a tratar, del mismo modo, se promueve la interacción del usuario con los contenidos por medio de las herramientas que tienen las plataformas digitales, junto con un acompañamiento personalizado a través del contacto y la comunicación por medio de los chats de la diversas plataformas, ya que la saturación de la sistematización de los chats, han disminuido el contacto directo entre humano a



humano y no satisface eficientemente las necesidades que tenga el usuario, es por esto que es importante humanizar los medios de comunicación implementados y así aclarar aspectos que los videos no pueden acoplar. Como dice Mancipe (2016):

En este orden de ideas, el diseño se apoya en la comunicación, con el fin de crear innovaciones de manera visual específicamente a partir de mensajes gráfico-visuales. El diseño de comunicación es una actividad proyectual que se ocupa de la proposición y representación de respuestas gráfico- visuales concretas en un contexto específico con el fin de comunicar mensajes a grupos determinados. (p.313)

Es por todo esto, que la sensibilidad que he desarrollado durante mi formación como profesional, me ha permitido proponer una solución gráfica ante la problemática que aquí se expone, ya que como diseñadores debemos tener en cuenta muchos aspectos contextuales tanto del entorno como del usuario en sí mismo, para crear un servicio o producto que este a la vanguardia del entorno en que se moviliza la sociedad y con ello se satisfaga eficientemente las necesidades que tienen.

Según Newman (Mancipe, 2016):

El diseñador se vuelve fundamental en una sociedad de nuevos medios de comunicación que son más baratos, disminuyen la sensación de las distancias, aumentan la velocidad y el volumen de información, diversifican el contenido, permiten el creciente flujo bidireccional, la flexibilidad, la extensibilidad y la interconectividad (Newman, 2002).

Finalmente, como nuestra profesión exige estar a la vanguardia de las tecnologías; las habilidades que potencializamos a lo largo de nuestra carrera, nos permite ver oportunidades dentro de las necesidades de la sociedad, donde podemos mejorar las condiciones con las que se relaciona la comunidad con el entorno y así generar soluciones más allá de lo estético y lo gráfico; y desde esta profesión, hablando específicamente de la problemática expuesta en este proyecto de grado, se puede proponer una solución a los tenedores de aves que presentan dificultades al momento de querer acceder información que los oriente integralmente sobre los cuidados y condiciones que necesitan sus aves.



3. Planteamiento del problema

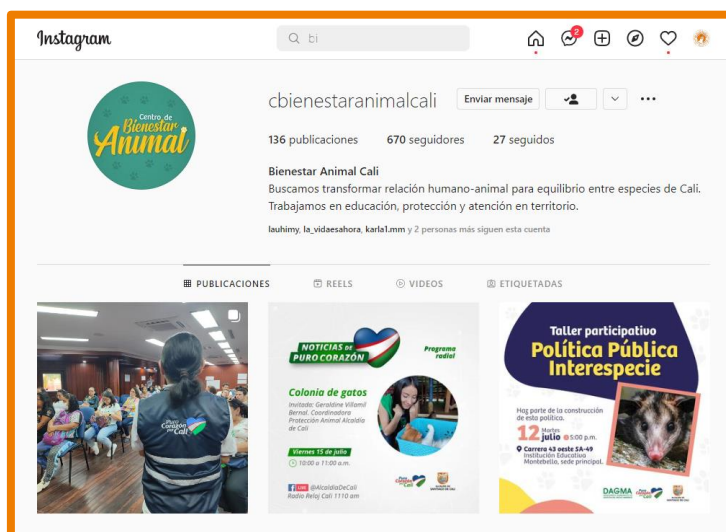
El déficit de educación sobre la correcta tenencia de animales de compañía, en particular aquellos poco convencionales como las aves, por parte de instituciones encargadas de la protección, el bienestar animal y medio ambiente; el aumento del abandono y maltrato; la cría descontrolada de especies que pueden generar un impacto negativo a la fauna silvestre de nuestro país, causado en gran medida por el desconocimiento sobre el tema y la no inclusión de ésta comunidad de tenedores y criadores de aves en proyectos ambientales, desencadena como consecuencia el maltrato animal a este tipo de especies.

En Colombia existen vacíos legales relacionados con la tenencia de mascotas que no sean perros y gatos, en los que se incluyen las aves que son consideradas dentro de lo legal como: fauna exótica, animales poco convencionales o actualmente categorizada dentro del término “Animales Domésticos de Compañía”, según la nueva Política Nacional de Protección y Bienestar Animal (2021).

Anexando el sesgo cultural sobre la tenencia de aves, es evidente el desconocimiento sobre los cuidados y condiciones que requieren por parte de sus tenedores y criadores; además de ello, el gobierno en general (alcaldía, gobernación y presidencia), dentro de sus planes de gobierno no han establecido un orden interno en términos administrativos, legislativos y legales sobre estos aspectos, pues solo a mediados de noviembre de 2021, específicamente en Cali, crearon un equipo de trabajo llamado “Centro de Bienestar Animal Cali” (ver Figura 1), para desarrollar un canal de comunicación sobre la correcta tenencia de mascotas.

Figura 1.

Instagram del Centro de Bienestar Animal Cali.



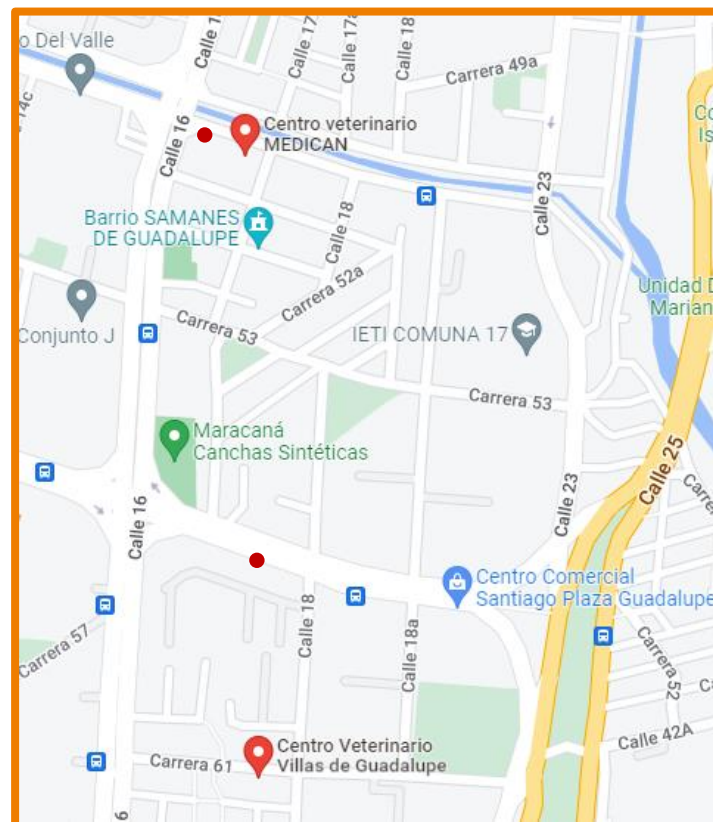
Nota. A través de estas redes exponen su trabajo de garantía en bienestar animal.

Fuente: Centro de Bienestar Animal Cali (2022)

Por otra parte, desde los programas de formación profesional en veterinaria no abarca la atención de variedad de especies y su educación se limita, en muchos casos, solo a la atención de perros y gatos; esto genera un aumento de muertes en animales por el difícil acceso médico a mascotas poco convencionales más el impacto emocional negativo en sus cuidadores, otra consecuencia de esto, es la saturación en la demanda hacia estas especies y es muy común encontrar que en un mismo barrio un promedio de tres a cinco espacios veterinarios sin oferta de atención médica ni de productos diseñados para aves (ver Figura 2), donde muchos de estos productos no cuentan las condiciones recomendadas para la anatomía y fisiología de las mismas y esto limita su calidad de vida; un ejemplo de esta situación es en la Comuna 17, barrio Samanes de Guadalupe y Cañaverales.

Figura 2.

Referencia barrio Samanes de Guadalupe.



Nota. Hay un registro de cuatro veterinarias en este barrio, dos están registradas en Google Maps y las otras dos fueron señaladas con un círculo rojo en la imagen.

Fuente: Vera, N (2022)

Las tiendas de animales que se encuentran actualmente comercializando aves, no brindan en su mayoría condiciones óptimas para las especies en venta y ni una información veraz sobre su tenencia y la comunidad se ha conformado con brindarles lo que tienen en casa,

muchas veces se asesoran a través de internet para hacerse una idea de estos procesos, pero son tantas las condiciones y son tan pocos los espacios donde guían al tenedor, que es más el maltrato causado que sus beneficios.

Anexando también que adquirir información verídica sobre la tenencia de aves como mascota a través de las redes sociales o en Internet como tal, es un proceso que requiere de estrategia y un poco de conocimiento previo, ya que pueden existir miles de resultados, pero son pocas las plataformas que ofrecen información específica y que realmente aporte al tenedor de aves a que pueda brindarle las condiciones que necesita su mascota.

Finalmente, todo lo antes mencionado aporta a que el tenedor de aves no pueda garantizar una calidad de vida a las aves que están bajo su responsabilidad, porque como hemos evidenciado antes, son muchos los obstáculos y muy pocas las respuestas.

Es por esto que, se hace necesario plantear ¿Cómo desarrollar una estrategia de comunicación para las y los tenedores de aves que permita mejorar las condiciones de vida de la especie Cacatúa Ninfa en la ciudad de Cali?



4. Justificación

La tenencia de aves como mascota, es un tema excluido por los colombianos a causa de la centralización de atención en perros y gatos por parte de entidades de medio ambiente, centros de protección y bienestar animal, instituciones de formación veterinaria, planes de gobierno, tiendas de mascotas y grupos animalistas radicales dentro de actividades o proyectos ambientalistas que promuevan la tenencia responsable de mascotas. Así mismo, dentro del desarrollo de la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal (2021), se registra la siguiente información que expone los obstáculos que dificulta la garantía del bienestar animal en el país:

De acuerdo con DNP 2017, se pudieron identificar cuatro principales problemáticas que obstaculizan la efectiva garantía del bienestar de los animales domésticos en el país: i) una débil coordinación institucional para la protección efectiva de los animales domésticos en el país; ii) una escasa disponibilidad de información para la toma adecuada de decisiones en el nivel nacional y territorial en materia de protección y bienestar animal; iii) limitadas capacidades de los funcionarios de la administración pública, encargados de diseñar e implementar normas y políticas sobre protección y bienestar de animales domésticos; y iv) Limitadas capacidades e incentivos en la población sobre la convivencia responsable con animales domésticos. (p.44)

La pandemia evidenció el vacío que las entidades responsables tenían al respecto y desde diferentes dependencias gubernamental se procuró la creación políticas y decretos en pro del bienestar animal (ver Figura 4), dichas entidades y organismos reconocieron la necesidad de ampliar la atención a la diversidad de especies de tenencia legal, crear medios de comunicación donde puedan tener acercamiento con la comunidad, mejorar sus servicios ante casos de maltrato animal y desarrollar estrategias para educar y concientizar a la ciudadanía sobre la responsabilidad que implica tener un animal de mascota.



Figura 3.

Instagram del Centro de Bienestar Animal Cali.



Nota. Publicidad que promueve la participación de la comunidad en temas relacionados con el maltrato animal y con ello plantear soluciones.

Fuente: Centro de Bienestar Animal Cali (2022)

Anexando nuestro deber constitucional como tenedores de animales:

En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo: 1. Que no sufran hambre ni sed, 2. Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor; 3. Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido; 4. Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés; 5. Que puedan manifestar su comportamiento natural (Ley No. 1774, 2016, pp.1-2)

Por esta razón, como criadora de Cacatúa Ninfa y diseñadora, veo la necesidad de llevar a cabo una metodología similar al Modelo ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación, y Evaluación) del diseño de instruccional que me permita plantear una solución desde la gráfica y lo comunicacional, pero ¿Por qué propongo plantear una solución a través de esta disciplina? Para empezar, desde nuestra profesión realizamos procesos de investigación bastantes específicos que nos permitan entender el contexto del usuario y con ello poder llevar a cabo soluciones que mejoren la experiencia de los mismos y así satisfacer una necesidad; segundo, esta situación se centra en un problema de comunicación, donde el usuario presenta dificultades al momento de buscar información sobre la tenencia de esta especie, ya que debe explorar múltiples plataformas



para acceder al contenido que necesita y muchas veces, dichas plataformas generan más preguntas que claridades; y tercero, desde el proyecto de grado se pretende llevar a cabo la creación de material audiovisual educativo (videos) sobre la tenencia de esta especie, donde previamente estudié al usuario, se analizaron los espacios informativos digitales a los que accede, comprendí y utilice las redes donde actualmente la comunidad se relaciona, para así poder facilitar el acceso a dicha información; diseñé los videos para que gráficamente sean claros y sus discursos sean comprensibles; estuve en constante relación con los usuarios para verificar si el material diseñado cumple con sus objetivos y si es pertinente, realicé modificaciones, entre muchos otros procesos que iré describiendo a lo largo de este documento y todo eso fue posible gracias a mi formación profesional como diseñadora gráfica. “El diseño gráfico y de comunicación, tiene un compromiso social en las comunidades como facilitador de interfaces y procesos de comunicación, se convierte en un elemento social en el proceso de facilitar juicios comunicativos.” (Mancipe, 2016, p.314)

5. Alcances

- Este trabajo de grado no va a considerar a personas (animalistas) y con ideologías contradictorias sobre la tenencia de aves como mascota.
- La especie Cacatúa Ninfa, es de tenencia legal según la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) y según la normativa colombiana regida por entidades de medio ambiente, en el caso de Cali, por el DAGMA.
- No se registran datos estadísticos amplios sobre el maltrato de aves en Cali, Valle del Cauca o Colombia como consecuencia a la falta de registro de esta información por parte de entidades de medio ambiente y organizaciones de protección y bienestar animal.
- Se tiene en cuenta información expuesta en la Política Pública de Bienestar Animal en Colombia y Política Pública Interespecie del Valle del Cauca, ya que son procesos donde se menciona explícitamente la problemática que abarca este proyecto de grado.
- La información recolectada sobre la tenencia de aves, fue desarrollada y verificada por criadores profesionales en la especie de Cacatúa Ninfa con más de 15 años de experiencia, ya que, en Colombia, los profesionales en zootecnia y veterinaria, muchas veces carecen de información sobre estos temas como consecuencia de su formación y difícil acceso a especializaciones en animales exóticos.
- Dentro de la actividad de “preguntar a veterinarias si su servicio abarca especies como las aves” en caso de que su respuesta haya sido “no”, se asume que desconocen sobre su manejo y cuidados.
- El formato utilizado en el proyecto (video), es definido a través de una encuesta donde se preguntó a los usuarios sobre cuáles eran los medios a los que accedían para buscar sobre la tenencia de aves y la respuesta fue: Internet y YouTube.

6. Objetivos

6.1 Objetivo General

- Diseñar contenido gráfico y audiovisual sobre la tenencia de Cacatúa Ninfa, como una estrategia de comunicación para tenedores de aves, que permita mejorar la condición de vida de esta especie en la ciudad de Cali.

6.2 Objetivos específicos

- Documentar sobre entidades responsables de temas relacionados con el medio ambiente (DAGMA), el Centro de Protección y Bienestar Animal, tiendas de mascotas y centros médicos veterinarios sobre las diferentes falencias que existen entorno a la tenencia de aves en la ciudad de Cali.
- Analizar información sobre la tenencia de la Cacatúa Ninfa desde diversas fuentes acorde a criterios específicos que faciliten su comprensión desde insumos enfocados en los cuidados y condiciones que requiere la especie.
- Crear un contenido audiovisual de tipo educativo para orientar frente a los cuidados y condiciones de la especie a las y los tenedores de la Cacatúa Ninfa en la ciudad de Cali.



7. Metodología

La metodología implementada en este proyecto de grado se basa principalmente en el cumplimiento de los objetivos específicos y tuvo un enfoque investigativo, de desarrollo y con pruebas en usuarios, una metodología similar a lo que se implementa dentro del Modelo ADDIE en el diseño instruccional:

7.1 Primera Etapa: Indagación sobre el problema.

- Verificar las normas que legalizan la tenencia de aves como mascota con instituciones de medio ambiente y protección y bienestar animal de la ciudad.
- Hacer un estudio sobre el estado de conocimiento que tienen las veterinarias, instituciones de bienestar animal y tiendas de animales respecto a los cuidados que requieren las aves de mascota.
- Registrar casos de maltrato animal en aves por parte de tenedores y tiendas de mascota.
- Establecer a través de una encuesta a tenedores y criadores, los medios de comunicación principales a los que accede para instruirse sobre la tenencia de aves.
- Realizar un análisis de verificación de información a los medios de comunicación definidos por la encuesta.

7.2 Segunda Etapa: Documentación y análisis de la información.

- Documentar información sobre la tenencia de aves desde diversas fuentes como: infografías, revistas, instructivos de diversos contenidos hechos por criadores y documentos de proyecto de grado, etc.
- Analizar la información documentada acorde a criterios específicos que faciliten su comprensión desde insumos enfocados en los cuidados y condiciones que requieren las Cacatúas Ninfa para su tenencia.

7.3 Tercera Etapa: Diseño de la propuesta gráfica.

- Definir el formato para el material audiovisual que será utilizado para la propuesta gráfica.
- Seleccionar referentes gráficos que estén relacionados con la tenencia de aves de mascota.
- Escoger las plataformas donde serán publicados los videos realizados.
- Establecer la estética y el discurso del material audiovisual.
- Crear material audiovisual con la información previamente organizada.
- Publicar el material audiovisual en las plataformas escogidas.
- Analizar las reacciones e interacciones de los usuarios con el material publicado.
- Realizar pruebas de experiencia de usuario sobre los materiales audiovisuales y aplicar modificaciones en caso de ser necesario.

A continuación, se expone la cadena de valor de la relación entre las etapas de la metodología, los objetivos, actividades desarrolladas y los resultados que dieron



cumplimiento del proyecto (ver Tabla 1). Para mejor visualización, ir al siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1QSnMLHbHtGzq_17OS1CstyWa1EixP2G7?usp=sharing

Tabla 1.
Cadena de valor.

Objetivo Específico	Etapas de la Metodología	Objetivos por etapa	Actividades	Resultados
Indagar a entidades responsables de temas relacionados con el medio ambiente (DAGMA), el Centro de Protección y Bienestar Animal, tiendas de mascotas y centros médicos veterinarios sobre las diferentes falencias que existen entorno a la tenencia de aves en la ciudad de Cali.	Primera Etapa: Indagación sobre el problema.	- Verificar las normas que legalizan la tenencia de aves como mascota con instituciones de medio ambiente y protección y bienestar animal de la ciudad. - Hacer un estudio sobre el estado de conocimiento que tienen las veterinarias, instituciones de bienestar animal y tiendas de animales respecto a los cuidados que requieren las aves de mascota. - Registrar casos de maltrato animal en aves por parte de tenedores y tiendas de mascota. - Establecer a través de una encuesta a tenedores y criadores, los medios de comunicación principales a los que accede para instruirse sobre la tenencia de aves. - Realizar un análisis de verificación de información a los medios de comunicación definidos en la encuesta.	- Contactar al DAGMA y Centro de Protección y Bienestar Animal Cali. - Visitar tiendas de mascota de la ciudad. - Preguntar a centros veterinarios si sus servicios abarcan especies como las aves. - Recopilar fotografías donde se evidencie maltrato animal en aves. - Realizar una encuesta donde se pregunte los medios a los que acceden los criadores y tenedores de aves al momento de buscar información sobre la tenencia de aves. - Buscar videos de YouTube que expongan temas relacionados con la tenencia de aves y analizarlos en términos de veracidad, calidad gráfica y discurso.	- La especie Cacatúa Ninfa es de tenencia legal. - Las tiendas de mascota carecen de información veraz sobre la tenencia de aves. - Evidencia fotográfica sobre el maltrato animal en tiendas de mascotas y tenedores de aves. - Datos estadísticos sobre las plataformas a las que acceden tenedores y criadores de aves. - Anotaciones de los videos vistos que me permitirán mejorar el contenido, la gráfica y el discurso.
Documentar información sobre la tenencia de Cacatúa Ninfa desde diversas fuentes (infografías, revistas, instructivos de diversos contenidos hechos por criadores y documentos de proyectos de grado, etc.), para analizar la información documentada acorde a criterios específicos que faciliten su comprensión desde insumos enfocados en los cuidados y condiciones que requiere la especie.	Segunda Etapa: Documentación y análisis de la información.	- Documentar información sobre la tenencia de aves desde diversas fuentes (infografías, revistas, instructivos de diversos contenidos hechos por criadores y documentos de proyectos de grado, etc.). - Analizar la información documentada acorde a criterios específicos que faciliten su comprensión desde insumos enfocados en los cuidados y condiciones que requieren las Cacatús Ninfa para su tenencia.	- Recopilar documentación diseñada por criadores y verificar información extraída de otros medios con criadores profesionales de Cacatúa Ninfa como Jorge Escobedo de México. - Organizar la información por grupos como: alimentación, características de la jaula, la reproducción, datos curiosos, las crías, los baños, la desparasitación, etc.	Promedio de 14 temas y 98 subtemas.
Crear un contenido audiovisual de tipo educativo para orientar a las y los tenedores de Cacatúa Ninfa en la ciudad de Cali.	Tercera Etapa: Diseño de la propuesta gráfica.	- Definir el formato para el material audiovisual que será utilizado para la propuesta gráfica. - Seleccionar referentes gráficos que estén relacionados con la tenencia de aves de mascota. - Escoger las plataformas donde serán publicados los videos realizados. - Establecer la estética y el discurso del material audiovisual. - Crear material audiovisual con la información previamente organizada. - Publicar el material audiovisual en las plataformas escogidas. - Analizar las reacciones e interacciones de los usuarios con el material publicado. - Realizar pruebas de experiencia de usuario sobre los materiales audiovisuales y aplicar modificaciones en caso de ser necesario.	- Analizar la encuesta realizada y definir las redes por donde la comunidad accedería a ver los materiales audiovisuales. - Revisar las cuentas en redes sociales de organizaciones que realizan contenido educativo sobre la tenencia de aves. - Establecer el discurso y el patrón gráfico del material audiovisual. - Definir fechas recomendadas para la realización de publicaciones. - Realizar estados interactivos donde la comunidad pueda exponer su opinión sobre los temas tratados y así mismo pueda calificar su experiencia.	- Se definen como canales de divulgación y publicación las redes sociales como Instagram, Tiktok y YouTube. - El vocabulario no implementaría lenguaje técnico (excepto en ciertos casos de tema legal). - Paleta cromática en colores cálidos y videos con estética causal. - Publicaciones semanales, en fines de semana en horarios tarde noche. - Jornadas de preguntas con publicación de la respuesta del participante, esto genera valor a cada interacción.

Nota. Especificación por objetivo específico la relación con las etapas de la metodología, las actividades llevadas a cabo y los respectivos resultados.

Fuente: Vera, N (2022)



8. Marco Contextual

8.1 Marco Conceptual

Los conceptos que se revisaron en este proyecto de grado son aplicados dentro de las terminologías del Diseño Gráfico, la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal y leyes enfocadas en la protección animal.

8.1.1 Contenidos Educativos Digitales.

Las nuevas tecnologías nos han hecho emigrar de las aulas de clases y el uso de los libros a buscar información en plataformas digitales que nos faciliten la comprensión a través de contenidos educativos en diversidad de temas, según Ruíz (2020) “El contenido educativo es aquél que engloba un conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas enfocados en conseguir uno o varios objetivos relacionados con la enseñanza y con completar competencias educativas.” Y dentro de nuestro contexto, la comunidad accede a la virtualidad en busca de información que los oriente sobre la tenencia de sus cacatúas.

En 2020, gracias a la pandemia, las redes sociales aumentaron su actividad y con ello el número de usuarios que empezaron a consumir contenidos educativos digitales que les permitieran adquirir con facilidad información, un ejemplo de esto, son las redes sociales como YouTube, Instagram y Tiktok que actualmente contienen material audiovisual creativo, realizado hasta por profesionales en diferentes oficios, donde exponen sus conocimientos y culturizan a la comunidad en variedad de temáticas.

Los tipos de contenidos educativos digitales que se están utilizando actualmente son: Video tutoriales, Podcasts, Ebooks y PDFs, Webinars, Cursos online, entre otros. Las ventajas que ofrecen son la facilidad de realizar búsquedas, la interacción con los autores que puedes lograr en algunas plataformas, variedad de temas disponibles en un solo lugar, actualizaciones constantes, diversidad de idiomas, en muchos casos, son económicamente asequibles y en otros es casi que gratuito.

Es por esto que, como desarrolladores de contenido audiovisual, debemos estar a la vanguardia de lo que consume la comunidad para que así la información que se promueva pueda llegar a más personas, independientemente si están buscando entretenimiento, podemos diseñar contenidos educativos por medio de la aplicación de procesos creativos que desarrollamos dentro de nuestra profesión como diseñador gráfico y así ofrecer una propuesta amigable y de fácil comprensión.



8.1.2 Marketing Digital.

Castro (Pitre, R. C., Builes, S. E., & Hernández, H. G. 2021) plantea que el Marketing Digital, se ha convertido en una alternativa atractiva basada en la implementación de recursos tecnológicos y medios digitales para el desarrollo de estrategias que establezcan comunicación directa con los usuarios, con el fin de lograr la venta de un producto o servicio, posicionar una marca o fidelizar clientes con ellas.

Es por esto que, dentro del proyecto de grado se trabajó en lograr la fidelización y confianza de los usuarios a través de la creación de material audiovisual que invite a la comunidad a exponer sus inquietudes y con ello poder entablar un proceso de orientación personalizada a través de redes sociales como Instagram, esto con el fin de facilitar cada día más la información que allí se publica, así mismo, se realizaron ejercicios de interacción de los usuarios con los contenidos para ir seleccionando las características que hacen que dichos contenidos cumplan con su propósito de herramienta informativa.

Por este motivo, Cantillo (Pitre, R. C., Builes, S. E., & Hernández, H. G. 2021) menciona que el Marketing Digital surge como respuesta a las nuevas tendencias tecnológicas que nos rodea como población y se ha convertido en una herramienta indispensable para alcanzar grandes mercados con la disponibilidad e interacción entre los canales de comunicación y clientes potenciales.

Es por ello que, es importante estar a la vanguardia de las tecnologías y las tendencias que circulan en las comunidades, ya que como menciona Kotler (Pitre, R. C., Builes, S. E., & Hernández, H. G. 2021) los usuarios actuales usan constantemente novedades tecnológicas para adquirir y acceder a mayor información antes de comprar un producto o en nuestro caso, antes de creer y confiar en los contenidos que se publican a través de las redes sociales, así mismo, estos medios permiten la comunicación constante entre los individuos de la red, donde intercambian opiniones y evalúan los productos o servicios a los que pretende acceder, es por esto que, se realizaron constantemente pruebas de experiencia de usuario, para tener en cuenta su postura como consumidor de los contenidos y asimismo mejorar la calidad de los mismos.

8.1.3 Diseño Gráfico.

“El diseño gráfico es una disciplina que se encarga de combinar texto e imágenes con el fin de transmitir un mensaje visual.” (Unir, 2021). El diseño gráfico entra a ser una profesión multidisciplinar que abarca diferentes estrategias para llevar con eficacia y eficiencia un proyecto comunicativo y gráfico sea para una empresa o emprendimiento, trabajos como diseñador independiente, proyectos de investigación y hasta proyectos sociales.

Como diseñadores, a lo largo de nuestra formación, fortalecemos nuestras habilidades de análisis y percepción visual y de estrategia comunicativa; gracias a esto nos damos cuenta de los pequeños detalles que pueden potencializar un producto o servicio y tenemos una enorme ventaja y es que manejamos la gráfica como nuestro método de proyección para los usuarios, ya que como muchos hemos escuchado: “todo entra por los ojos” y “[...] se ha demostrado que, si los usuarios reciben alguna información a través de un contenido visual, retienen aproximadamente un 65 % de esta información pasados tres días. Por el contrario, si el contenido no es visual, el consumidor apenas recuerda un 10 %.” (Unir, 2021), y una forma de verificar esta información, fue a través de los resultados realizados en la encuesta para tenedores y criadores de aves sobre los medios que buscan para encontrar información sobre la tenencia de las mismas y los resultados fueron: Google y YouTube, un claro ejemplo de que a través de contenido visual se aprende más rápido. Para conocer más a fondo estos datos, acceder al siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/1ieQKDF9bq3QSzaPesP0hfRZ-rC7mDUjj?usp=sharing>

Es conveniente decir que independientemente de las ramificaciones que puede existir en el diseño como la publicidad, la fotografía, diseño editorial, ilustración, animación, audiovisuales, diseño de aplicaciones, etc. es que siempre estamos en función de estudiar el contexto y sobre todo al público objetivo para obtener resultados satisfactorios y de alguna manera, llegamos a involucrarnos en proyectos sociales, ya que es la sociedad el objetivo principal al que pretendemos impactar a través de nuestro trabajo gráfico y de comunicación.

Como dice Camacho & Stegel (2020):

“[...] el diseño es el complemento ideal al proponer la síntesis y traducción de ideas a un sistema simple de lectura y apreciación; es decir, tesis complejas respecto a problemas sociales quedan sistematizadas en carteles, isotipos, infografías y otros productos de comunicación visual por lo que, la primera respuesta es que el diseño puede acercar de forma accesible análisis que permitirían generar un cambio social.” (p.14)

8.1.4 Diseño Instruccional.

“Es la ciencia de crear experiencias de aprendizaje efectivas y atractivas, la ciencia de cómo la gente aprende.” (Ispring Suite, 2021) cuyo objetivo es determinar la forma más cómoda, entendible y fácil de ofrecer contenido educativo.

Dentro del diseño instruccional, podemos desarrollar habilidades para evaluar actitudes en la audiencia que tengamos como objetivo y entender las brechas de conocimiento que estas tengan. Dentro de esta disciplina es necesario trabajar con expertos en las temáticas que tengamos dentro del proyecto, debemos definir objetivos accionables, producir



contenidos llamativos, conceptualizar interfaces de usuario, estar a la vanguardia de las tendencias y tecnologías del aprendizaje, desarrollar evaluaciones con los usuarios para potencializar el aprendizaje, entre otros muchos factores.

Por esta razón, para hacer diseño instruccional, es importante contar con la participación profesional de psicología que nos explique cómo las personas retienen y absorben la información que les brindamos, este apoyo nos brinda información esencial para encontrar el método más persuasivo que permita al usuario cerrar brechas de conocimiento y esta metodología puede ser replicable con diferentes públicos objetivo.

8.1.5 Modelo ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación, y Evaluación).

El modelo ADDIE es una metodología muy implementada dentro del diseño instruccional. Es un proceso donde se crean experiencias de aprendizaje de la formación e-learning, cuyo objetivo es el de potencializar las habilidades y conocimientos de público objetivo.

Dentro del modelo ADDIE, podemos encontrar los siguientes elementos:

- **Análisis:** en esta etapa se trabaja de la mano con expertos en el área para determinar el objetivo del curso o programa y así poder recopilar información sobre datos demográficos del público objetivo.
- **Diseño:** en esta etapa se diseña la estructura general del curso o programa. Se escriben objetivos de aprendizaje específicos que puedan ser accionables, durante esta etapa se puede desarrollar esquemas y métodos para el curso y se puede incluir un guión gráfico.
- **Desarrollo:** en esta etapa se empieza a escribir el contenido, se buscan los gráficos o material multimedia, se crean los videos y finalmente se llevan a cabo evaluaciones en usuarios con herramientas que permitan su medición en estadísticas, entre otros datos informativos.
- **Implementación:** en esta etapa se llevan a cabo las pruebas en usuario, se recomienda utilizar plataformas que puedan analizar la interacción de las personas con el material creado y pueda establecer datos estadísticos para medir su funcionalidad, también es importante contar con la asistencia de los profesionales que estuvieron en la etapa de “Análisis”.
- **Evaluación:** en esta etapa se evalúa la eficacia del curso después de que los usuarios hayan terminado de participar e interactuar, también se analiza si los objetivos se cumplieron y se realizan observaciones para mejorar.

La metodología que se desarrolló dentro del proyecto de grado, presenta muchas similitudes con el Modelo ADDIE en el sentido de que se hizo un análisis de la problemática por medio de profesionales de veterinaria, funcionarios públicos que trabajan aspectos de medio ambiente en la ciudad y criadores de aves, así mismo, se plantearon unos objetivos para dar cumplimiento con el proyecto; dentro del desarrollo, se hizo una investigación amplia sobre aspectos que abarcan la tenencia de aves y que por

consiguiente serían los temas a tratar dentro del material audiovisual; también se llevaron a cabo pruebas en usuarios para tener en cuenta la funcionalidad del material creado y con ello realizar cambios necesarios para mejorar la experiencia de los mismos. En la sección de “Metodología para el cumplimiento del proyecto” se expone a fondo el proceso que se llevó a cabo para la creación del producto de este proyecto.

A partir de este momento, se procuró mencionar el significado de cada concepto relacionado con el tema de protección y bienestar animal, aspectos legales que tenemos como seres humanos ante la tenencia de animales como mascota, el reconocimiento de los animales como seres sintientes, la actual clasificación que se tiene sobre ellos y su papel dentro de nuestra sociedad como animales de apoyo tanto emocional como en situación de discapacidad.

En conclusión, todos estos conceptos son indispensables para el completo entendimiento por parte del lector, sobre el contexto que maneja el proyecto en cuestión ya que ciertos términos pueden ser desconocidos y pueden ser mal interpretados.

8.1.6 Protección Animal.

“El trato a los animales se basa en el respeto, la solidaridad, la compasión, la ética, la justicia, el cuidado, la prevención del sufrimiento, la erradicación del cautiverio y el abandono, así como de cualquier forma de abuso, maltrato, violencia, y trato cruel;” (Ley No. 1774, 2016, p.1)

8.1.7 Bienestar Animal.

El Bienestar Animal es cuando el tenedor asume responsablemente el cuidado de su mascota, garantizándole las condiciones que requiere para tener una calidad de vida, según la Ley 1774 de 2016 dice:

En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo: 1. Que no sufran hambre ni sed, 2. Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor; 3. Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido; 4. Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés; 5. Que puedan manifestar su comportamiento natural... (pp.1-2)

8.1.8 Solidaridad Social.

Se considera Solidaridad Social cuando: “El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física.” (Ley No. 1774, 2016, p.2) asimismo, se hace la mención que, como seres humanos, tenemos la responsabilidad de hacer parte activa de la prevención y eliminación del maltrato, crueldad y violencia de cualquier animal y el deber de abstenernos ante cualquier acto injustificado de violencia



y por tanto implementar denuncias ante dichas situaciones de maltrato. Desde el proyecto de grado, se pretende a través de la creación de material educativo sobre la tenencia de Cacatúas Ninfa, minimizar el maltrato animal en ellas y aportar significativamente a la comunidad por medio de pequeños pasos.

8.1.9 Tenencia responsable de mascotas.

Se define como el conjunto de deberes que contrae una persona cuando decide aceptar, cuidar y mantener a un animal de compañía, en otras palabras, cuando una persona le garantiza, el techo, alimentación, buen trato y atención veterinaria. Esto es definido por medio de la comunidad e interacción con actores institucionales; dicha definición es ampliada y expuesta en los Lineamientos Para La Política De Tenencia Responsable De Animales De Compañía Y De Reproducción, del Ministerio de Salud del 2017.

8.1.10 Maltrato animal.

El Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (2018) (IDPYBA) de Bogotá, lo define el maltrato animal como “Comportamiento socialmente inaceptable que, de forma intencional o no intencional, vulnera los principios básicos de bienestar animal consignados en la normativa [...]” (p.54). La normativa que menciona es la Ley No. 1774 de 2016, específicamente el Artículo 3, página 1 y 2.

Según la Política Nacional de Bienestar Animal, el maltrato animal se puede clasificar en 6 conductas:

- A) Maltrato Físico.** Es toda acción por parte de un ser humano, que a través del uso de la fuerza física genere lesiones, dolor innecesario y/o daños a la salud de un animal independientemente si fue intencional.
- B) Maltrato Emocional.** Son efectos que afectan el estado emocional del animal por causa de acciones y/u omisiones del ser humano. Entre estos estados emocionales se pueden desarrollar el estrés y sufrimiento mental innecesario.
- C) El Maltrato intencional.** Son todas las acciones que tienen como intención lastimar de forma física o psicológica a un animal.

8.1.11 Animales silvestres o Fauna Silvestre.

Según lo establecido en el Decreto de la Ley 2811 de 1974, Artículo 249, página 27, se entiende por fauna silvestre: “[...] el conjunto de animales que no han sido objeto de domesticación, mejoramiento genético o cría y levante regular o que han regresado a su estado salvaje, excluidos los peces y todas las demás especies que tienen su ciclo total de vida dentro del medio acuático”. Información certificada por la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal.

8.1.12 Animales domésticos.

Actualmente la legislación de Colombia no ha establecido una definición para este tipo de animales, pero, según lo expuesto en la nueva Política Nacional de Protección y Bienestar animal, menciona un concepto que fue descrito en la Política Pública Distrital de Protección y Bienestar Animal de Bogotá Humana (2018) dice: “Animal doméstico y domesticado: animal que adquiere caracteres fisiológicos, morfológicos o de comportamientos, que luego se convierten en hereditarios, siendo resultado de la interacción deliberada y prolongada de dicho animal con el hombre.” (p.53) y teniendo en cuenta este concepto, podemos afirmar que la especie Cacatúa Ninfa es doméstica, sin embargo no existe un listado nacional de especies que seas catalogadas como domésticas y aunque esto no exista no quiere decir que tu tenencia sea ilegal, solo que faltan muchas legislaciones para organizar estos aspectos dentro de nuestro territorio.

También en el Artículo 687 del Código Civil colombiano, página 70, menciona dos conceptos, el primero es sobre los domésticos: “[...] domésticos, los que pertenecen a especies que viven ordinariamente bajo la dependencia del hombre, como las gallinas, las ovejas [...]”. Y el segundo sobre los domesticados: “[...] y domesticados los que, sin embargo, de ser bravíos por su naturaleza, se han acostumbrado a la domesticidad, y reconocen en cierto modo el imperio del hombre.” (Ley 57, 1887, Artículo 687, p.70)

A partir de lo expuesto dentro de la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal (2021), la categoría de domésticos está clasificada de la siguiente manera:

A) Animales de producción. Debido al manejo de estas especies por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, este define en su Decreto Único Reglamentario como “Vertebrados e invertebrados destinados a la producción comercial, que incluye los siguientes pasos: reproducción, crianza, levante, y el periodo final de engorde”. (Colombia, 2021, p.27)

B) Animales de trabajo. Debido a que en la normativa colombiana todavía no se contempla una definición específica para este concepto, desde la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal (2021), se propone como definición: aquellos animales domésticos entrenados por el ser humano para desarrollar tareas específicas y permanecen bajo el control de un cuidador. (p.27). Dentro de esta categoría se encuentran:

B.1) Animales de tiro. Son aquellos animales cuya fuerza es utilizada para trabajo de carga y/o tracción productivas o turísticas, un ejemplo de estos son los caballos, burros y bueyes.

B.2) Animales de servicio. Según Geosalud (Colombia, 2021) Son caninos entrenados específicamente para realizar tareas en beneficio de personas con discapacidad. Lastimosamente esta labor es reconocida y realizada por perros y cuentan con diferentes entrenamientos como: Perro guía, Perro oído, Perro de servicio psiquiátrico y Perro señal social.



B.3) Animales de seguridad. Son perros y equinos quienes cumplen tareas como: vigilancia, seguridad pública o privada y ayudan en las situaciones de búsqueda y rescate.

B.4) Animales de compañía. Son denominados como aquellos animales destinados a ser tenidos por el ser humano, particularmente los tienen en su propia vivienda y no son utilizados con fines alimenticios, comerciales o lucrativos. Su propósito es brindar compañía al cuidador y la mayoría de estos son reconocidos como perros y gatos. Lastimosamente no se ha realizado el reconocimiento oficial a la diversidad de especies de tenencia legal como animales de compañía.

B.5) Animales de apoyo emocional. Son animales domésticos certificados previamente por un profesional de la salud, quienes brindan acompañamiento y apoyo psicológico sin entrenamiento previo a su cuidador. Estos animales no se consideran como animales de servicio ya que sus dueños no están directamente relacionados con una discapacidad física.

B.6) Animales en situación de calle. En la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal (2021), proponen la siguiente definición: “Son aquellos domésticos que no tienen un hogar o que, perteneciendo a uno, pasan la totalidad o parte del día deambulando en la calle, ya sea por descuido de sus cuidadores, ser abandonados o haber nacido en la calle.” (p.29)

B.7) Animales en abandono. Son animales desentendidos completamente por sus propietarios y son atendidos por terceros sin tener el consentimiento de sus anteriores tenedores.



8.2 Contexto

Para dar claridad del enfoque y propósito del proyecto, se da apertura a este espacio para contextualizar a fondo cómo empezó el proyecto de grado.

En el 2018 adquirí mis primeras cacatúas ninfa (ver Figura 4), aquí experimenté en primera persona lo que se siente el investigar sobre los cuidados de una especie y el no poder encontrar con facilidad información contextualizada en Colombia que me pudiera orientar de forma completa sobre mis aves, ya que los contenidos a los que accedía eran de otros países y muchos de los productos que utilizaban para sus mascotas, no los podía encontrar en el país.

Figura 4.

Mis primeras Cacatúas Ninfas.



Nota. Llevo 4 años en este proceso. **Fuente:** Vera, N (2022)

Con el tiempo empecé a formarme como criadora de Cacatúa Ninfa a través de la orientación profesional de criadores nacionales e internacionales; accedí a diversidad de grupos en redes sociales donde se integraban tenedores de aves y también me fui capacitando con cursos sobre la tenencia de animales poco convencionales y de crianza en psitácidos.

A mediados de 2020, se creó el emprendimiento “Criadero Nymphicus” y seguidamente las redes sociales @nymphicuscali en Instagram y Facebook, donde se realizó un bosquejo de identidad de marca y seguidamente la publicación de fotografías y videos relacionadas con el emprendimiento, donde su enfoque principal es realzar la interacción de humano – ave (ver Figura 5). Para conocer a profundidad el comienzo del proyecto, acceder al siguiente link: <https://www.instagram.com/p/B9CTbqRHqHN/?hl=es>

Figura 5.

Instagram @nymphicuscali en el 2020.



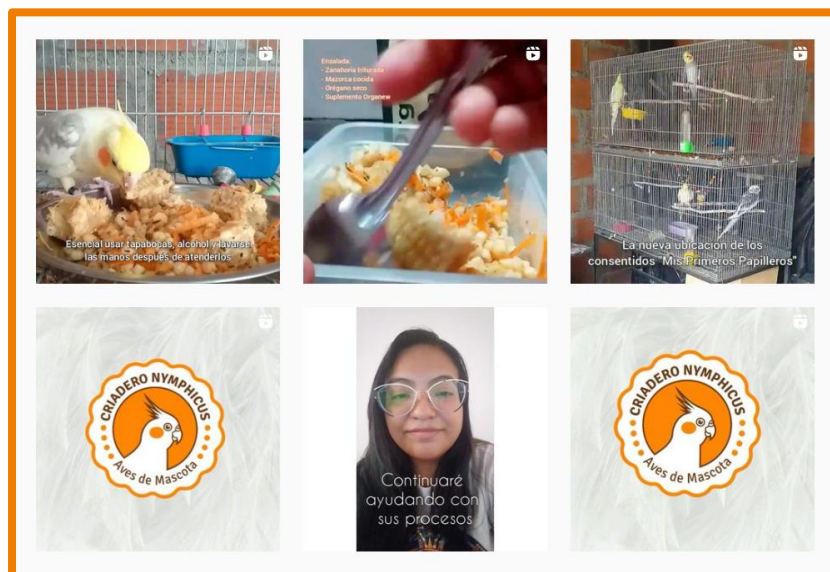
Nota. No hubo muchos recursos, así que procuraba enfocar la cámara en la interacción con las aves. **Fuente:** Vera, N (2022)

Inicialmente los contenidos expresaban el día a día del proceso de crecimiento de los ejemplares y la relación que estos entablaban con sus nuevos tenedores, hasta que a mediados del 2021, como consecuencia de una situación personal de salud, el enfoque de las redes fueron modificados, ya que la interacción que tenía con las aves ya no era posible y es por esto que se redireccionaron las publicaciones a crear material audiovisual que expusiera información relevante sobre la tenencia de esta especie, ya que se venía evidenciando en los clientes, constante maltrato animal como una inadecuada alimentación, jaulas pequeñas y oxidadas, nulo acceso a luz solar o baños en agua, los ejemplares nunca tuvieron acceso a atención veterinaria, en otros casos había descontrol en las crías y los ejemplares morían por descalcificación, las aves no tuvieron proceso de enriquecimiento ambiental, sus accesorios eran de materiales peligrosos, etc. y esto como consecuencia al desconocimiento sobre sus cuidados (ver Figura 6). Para conocer mejor este cambio, ingresar al siguiente link: <https://www.instagram.com/p/CS2dB15lgpy/?hl=es>



Figura 6.

Cambio de contenido.

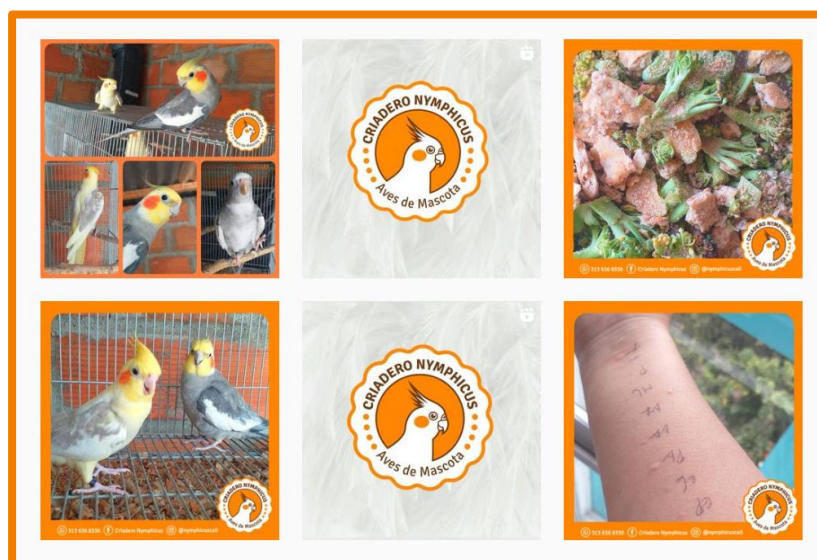


Nota. Comienzo del proceso como desarrolladora de contenidos. **Fuente:** Vera, N (2022)

Asimismo, a raíz de los cambios antes mencionados, también se hizo una modificación en los aspectos estéticos y gráficos de la identidad de marca que tenía inicialmente (ver Figura 7) y este apartado se expondrá de forma más detallada en la sección de “Tercera Etapa: Diseño de la propuesta gráfica” en “Metodología para el cumplimiento del proyecto”.

Figura 7.

Cambio estético.



Nota. Se comenzó la modificación con las fotografías. **Fuente:** Vera, N (2022)

En la sección “Primera Etapa: Indagación sobre el problema” en “Metodología para el cumplimiento del proyecto”, se pone a fondo la problemática desde las tiendas de comercialización de aves hasta centros veterinarios que carecen de servicio médico para animales pocos convencionales y entidades de medio ambiente que empezaron a trabajar específicamente sobre promover la protección y bienestar animal en la ciudad.



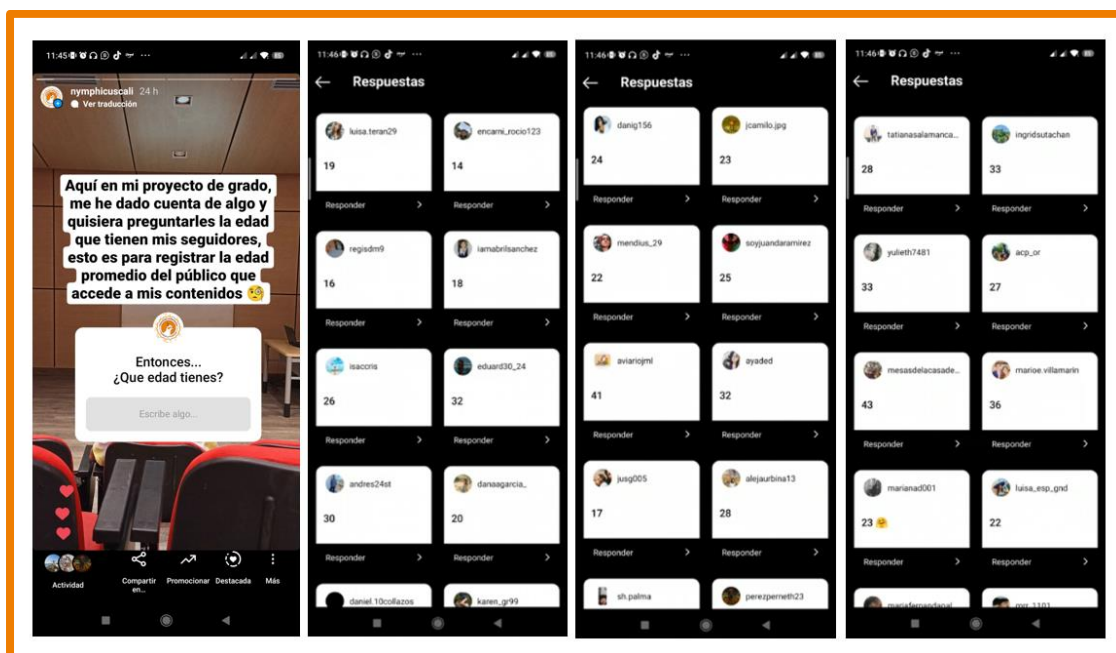
9. Marco Socio-demográfico

El público objetivo se definió a través de una encuesta realizada en los estados de la cuenta de Instagram de forma interactiva, donde se le preguntó a los usuarios su rango de edad y así identificar a qué tipo de público le está llegando los contenidos (ver Figura 54), inicialmente se tenía un aproximado, pero este ejercicio permitió ser más específicos y los resultados fueron los siguientes: descubrí que mis contenidos eran vistos por personas entre los 14 y 43 años, un dato bastante relevante y la mayoría de quienes respondieron están en el rango entre 20 a 30 años. Si se tenía previsto este rango de edad, pero no a menores de 18 años y mayores de 30 años. Identificar el público objetivo define en parte el vocabulario con el que nos vayamos a expresar dentro del material audiovisual y la estética del mismo, ya que un público de estrato 1 no se expresará ni consumirá el mismo material audiovisual que alguien de otros estratos, todo esto son variables de comportamiento sociocultural y como diseñadora debo tener en cuenta estos detalles para así entender la postura desde los usuario y dar cumplimiento con los objetivos del proyecto de grado de una forma más eficiente.

El registro de los resultados de esta encuesta se puede ver en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1XdQWb_yMfpwG6l9J3eKMw0tR1eSfQpyk?usp=sharing

Figura 8.

Encuesta promedio de edades.



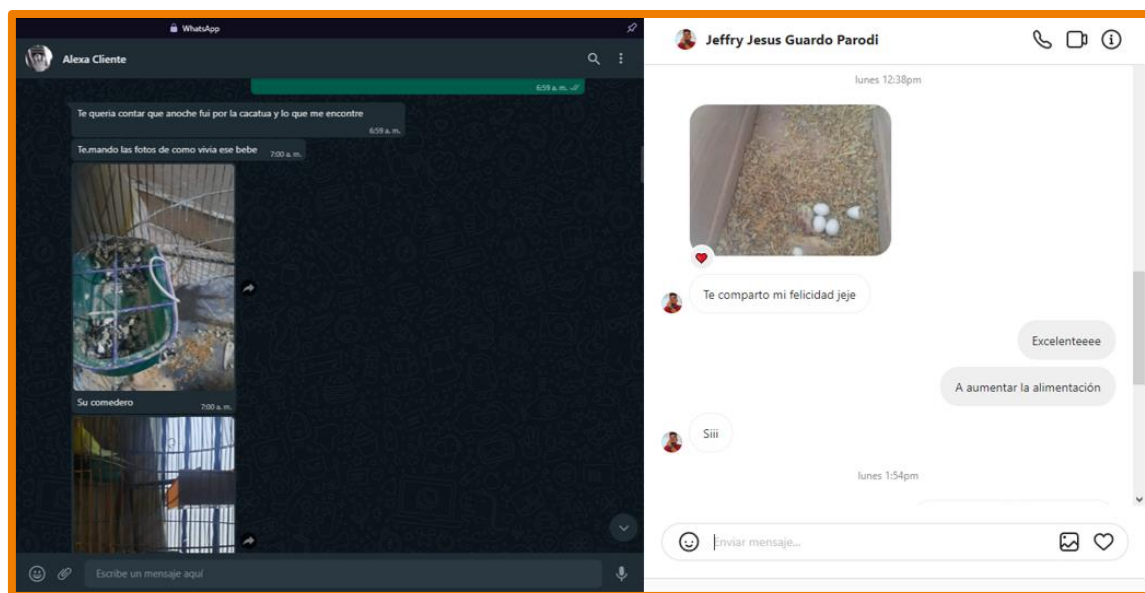
Nota. Un promedio de 56 personas respondieron esta encuesta. Fuente: Vera, N (2022)

Durante el desarrollo del proyecto hubo constante interacción con los usuarios por medio de los chats de Instagram y WhatsApp Business (ver Figura 9), esto permitió un acercamiento a sus diversas situaciones y un acompañamiento en la tenencia de sus aves, esta comunicación evidenció la situación económica en la que se encontraban, el estrato socio económico en el que estaban, su personalidad entre otros factores. Esta información que recolecté de los usuarios la clasifiqué de la siguiente manera:

- **Usuario:** hombres y mujeres entre los 18 y 43 años (ver Figura 10).
- **Estrato:** presentan un estrato socioeconómico de 3 en adelante.
- **Demografía:** se encuentran en Colombia, Valle del Cauca y Cali.
- **Psicología:** personas que les gusta tener mascotas, cariñosas, tranquilas, responsables, tolerantes y pacientes, son persona que casi siempre han crecido con animales.
- **Relaciones:** en su mayoría son parejas jóvenes o familias.

Figura 9.

Chats de Instagram y WhatsApp Business.



Nota. Fidelización de los clientes. Fuente: Vera, N (2022)

Figura 10.

Tenedores de Cacatúa Ninfa.



Nota. Fotografías de tenedores que cumplen el rango de edad de 18 a 43 años.

Fuente: Vera, N (2022)

10. Marco Geográfico

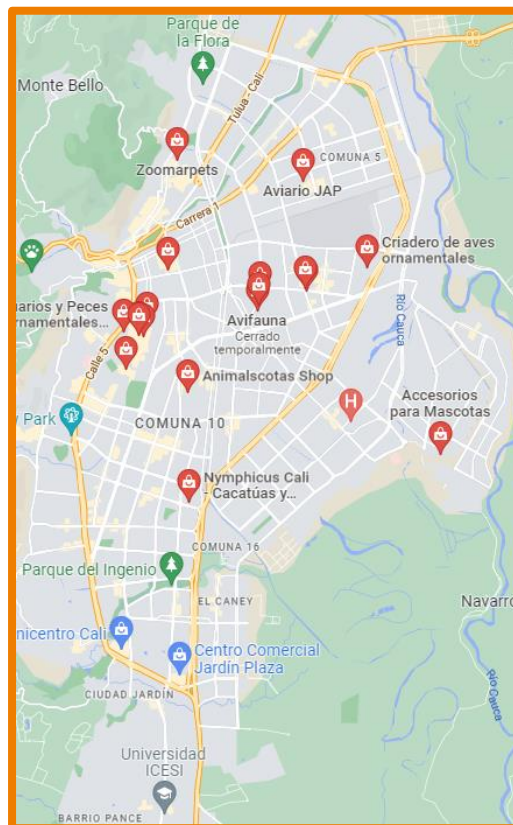
El proyecto se desarrolló en la ciudad de Cali (ver Figura 6), ya que mi profesión como criadora y diseñadora se posicionó aquí desde el inicio. A continuación, se expondrá datos importantes que fueron registrados dentro de la “Primera Etapa: Indagación sobre el problema” que se encuentra en la sección de “Metodología para el cumplimiento del proyecto”:

- Dentro de la ciudad, se pudo registrar un promedio de 46 centros veterinarios, donde solo 12 ofrecen atención a animales poco convencionales.
- Se localizaron un promedio de 13 establecimientos donde se comercializan y crían aves, donde solo 4 brindan información completa sobre la tenencia de ellas.

Es importante aclarar que esta información es un aproximado, ya que todavía contamos con organizaciones que desconocen el uso de las redes sociales y no cuentan con existencia en las plataformas digitales como Google Maps.

Figura 11.

Mapa de la ciudad de Cali.



Nota. Mapa extraído de Google Maps y tiene señalizado algunos establecimientos que comercializan y crían aves como mascota. **Fuente:** Google Maps (2022)

11. Marco Legal:

El proyecto de grado, acoge las normativas nacionales existentes sobre la protección y bienestar animal que son indispensables dentro de la justificación e importancia de este proceso.

Según la Ley 5 de 1972, promueve y formaliza la creación de Juntas Defensoras de Animales, donde menciona lo siguiente en el Artículo 3: “Corresponde a las Juntas Defensoras de Animales promover campañas educativas y culturales tendientes a despertar el espíritu de amor hacia los animales útiles al hombre, y evitar actos de crueldad, los maltratamientos el abandono injustificado de tales animales.” (Ley No. 1972, Artículo 3, p.1)

En la Ley 84 de 1989, adopta el Estatuto Nacional de Protección Animal donde en el Artículo 1, página 1, promulga lo siguiente: “A partir de la promulgación de la presente ley, los animales tendrán en todo el territorio nacional especial protección contra el sufrimiento y el dolor, causados directa o indirectamente por el hombre.” Y puntualiza la inclusión de cualquier especie en el siguiente párrafo: “La expresión “animal” utilizada genéricamente en este Estatuto, comprende los silvestres, bravíos o salvajes y los domésticos o domesticados, cualquiera que sea el medio físico en que se encuentren o vivan, en libertad o en cautividad.” (Ley No. 1989, Parágrafo, p.1)

El 6 de Enero de 2016, se realiza la modificación del Código Civil de la Ley 84 de 1989 donde se especifica que los animales son considerados como seres sintientes: “Los animales como seres sintientes no son cosas, recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos, por lo cual en la presente ley se tipifican como punibles algunas conductas relacionadas con el maltrato a los animales, y se establece un procedimiento sancionatorio de carácter policivo y judicial.” (Ley No. 1774, 2016, p.1)

Y en esta misma ley, se hace una aclaración de modificación sobre el artículo 655 de la Ley 58 de 1887 sobre que los animales no se deben considerar como cosas: “Reconózcase la calidad de seres sintientes a los animales.” (Ley No. 1774, 2016, Parágrafo, p.1)

En la Ley No. 1774 del 2016, en el Artículo 3 formaliza unos conceptos esenciales sobre reconocer a los animales como seres sintientes que merecen respeto y calidad de vida. Entre estos conceptos encontramos:

Protección Animal. Se define como:

“El trato a los animales se basa en el respeto, la solidaridad, la compasión, la ética, la justicia, el cuidado, la prevención del sufrimiento, la erradicación del cautiverio



y el abandono, así como de cualquier forma de abuso, maltrato, violencia, y trato cruel.” (Ley No. 1774, 2016, p.1)

Bienestar Animal. Se define como:

“En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo: 1. Que no sufran hambre ni sed, 2. Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor; 3. Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido; 4. Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés; 5. Que puedan manifestar su comportamiento natural;” (Ley No. 1774, 2016, pp.1-2)

Finalmente, en dicha ley se estipula nuestro deber en temas de prevención y denuncia de violencia o maltrato hacia los animales, en la ley lo estipula bajo el concepto de “Solidaridad social”:

Solidaridad Social. “El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física.” (Ley No. 1774, 2016, p.2) asimismo, como seres humanos, tenemos la responsabilidad de hacer parte activa de la prevención y eliminación del maltrato, crueldad y violencia de cualquier animal y el deber de abstenernos ante cualquier acto injustificado de violencia y por tanto implementar denuncias ante dichas situaciones de maltrato.



12. Antecedentes

Dentro del proyecto de grado, se realizó una revisión de antecedentes como revistas, trabajos y proyectos de grado e investigaciones de profesionales, que tuvieran problemáticas relacionadas con el maltrato animal (independientemente si la mayoría tuvo un enfoque hacia perros y gatos) y que plantean soluciones a través de estrategias de comunicación, productos gráficos, entre otros.

Se realizó una tabla de análisis donde se recopiló información de cada proyecto, artículo de investigación, guía, etc. (ver Tabla 2) y se hicieron observaciones respecto a cada producto que desarrollaron, esto me permitió entender el contexto de las propuestas que se están realizando desde diferentes profesiones, con el fin de mitigar el maltrato animal según el entorno en que se encontraban. Para mayor legibilidad y detalle, ingresar al siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1QSnMLHbHtGzq_17OS1CstyWa1EixP2G7?usp=sharing

Tabla 2.

Tabla comparativa de antecedentes y de análisis de proyectos, artículos de investigación, etc.

Nombre del Autor	Título	Imagen	Universidad	Datos Sobre el Proyecto	Observaciones
Ministerio del Interior	Guía para Manejo de Denuncias en Caso de Maltrato Animal		Ministerio del Interior de la República de Colombia	Esta cartilla es una herramienta para los ciudadanos y Policía Nacional, que orienta para la toma de decisiones que permitan sancionar a quienes incurran en conductas que afecten el bienestar y la integridad física y emocional de los animales. (Ministerio del Interior de la República de Colombia, 2017).	Información amplia y específica sobre cómo actuar frente a situaciones de maltrato animal. También se anexa explícitamente sobre las leyes que amparan el bienestar animal. Es un documento diagramado y cumple con algunos factores de implementación de diseño gráfico, la única falencia es que al final, las tablas que exponen las leyes, presentan colores que no contrastan y son de difícil legibilidad.
Marisa Torres B. M Y. Javier López D. MV. Verónica Solari G., Leonor Jofré M. Katia Abarea V. Cecilia Perrot P.	Recomendaciones Para el Cuidado y Manejo Responsable de Mascotas y su Impacto en Salud Humana		Pontificia Universidad Católica de Chile, Comité de Infecciones Emergentes. Sociedad Chilena de Infectología	“...se presentan recomendaciones generales sobre el manejo de mascotas, con la finalidad de promover conductas apropiadas para su manejo.” (Toledo, 2016)	Hay terminologías que tienen diferente significado, en el caso de Colombia, se le dice a animales exóticos a las especies nativas de Colombia y que fueron exportadas de otros países y que por tanto empezaron a ser domesticadas y criadas en cautiverio. En el texto hace referencia a animales exóticos como si fuesen animales de fauna silvestre. El documento es netamente informativo, no presenta ninguna propuesta gráfica.
Graciela Gómez Álvarez, Raúl Valdez Azúa, Carlos Tutli Solano, Sabel René Reyes Gómez.	Manejo en cautiverio de psitácidos utilizados como aves de ornato y compañía		AMMVEPE, Vol. 16, No. 1	“Se da a conocer una lista de psitácidos, los cuales se expenden para su comercio en tres tianguis tradicionales cercanos al Distrito Federal. De cada especie se proporcionan datos sobre sus características en estado silvestre. Asimismo, se hace un recuento de las condiciones que deben tomarse en cuenta para un adecuado manejo en cautiverio, y se dan algunas recomendaciones para el aprovechamiento de estas especies como aves de ornato y compañía, y la conservación de aquellas que se encuentran en peligro de extinción.” (Gómez-Álvarez et al., 2005)	No especifica las frutas y verduras que pueden ser potencialmente tóxicas para las aves, por el cual puede generar en el lector la “libertad” de brindarle a sus aves frutas y verduras sin tener en cuenta que existen algunas que no se pueden consumir. La información es basada desde México por tanto es un contenido que debe ser leído por personas colombianas que cuenten con conocimientos previos para entender los factores que así se mencionan. El documento es netamente informativo, no presenta ninguna propuesta gráfica.
Claudia Rocío Medina Bojaca	La Ética De La Responsabilidad Y El Respeto A Las Mascotas – Como Formas De Vida– Como Solución Al Maltrato Y Abandono De Las Mismas		Universidad El Bosque Área De Macrobiótica Maestría En Bioética Bogotá	Propone la bioética sobre la Tenencia Responsable de Mascotas, a terminos mas de sensibilización, como cambien el término “tenencia” por “convivencia” ya que se considera que los animales no son objetos y por tanto se establece más un acuerdo de convivencia y de garantías de vida con nuestras mascotas.	Expone problemáticas como la no especificación de quien implementó el término de: Tenencia Responsable de Animales y cómo es importante organizar todos los proyectos que actualmente intentan sensibilizar a la comunidad sobre los cuidados que requiere una mascota, a si mismo, que no es suficiente promover campañas si no hay un proceso bioético. La información es netamente informativa, especifica la tenencia en perros y gatos y no plantea una solución desde la gráfica.

Félix Andrés Villamizar Lozano	Diseño E Implementación De Un Manual Para Incentivar La Concientización Y Educación Sobre La Tenencia Responsable De Mascotas En La Ciudad De Riohacha		Universidad Cooperativa De Colombia Facultad De Medicina Veterinaria Y Zootecnia Bucaramanga	“... este proyecto enfatizara la implementación del manual, en sensibilizar al actual y futuro dueño en que antes de pensar en tener un animal de compañía debe reflexionar sobre la disposición que se tiene para tenerlo, ya que se adquiere un compromiso de por vida, de igual manera si se quiere adquirir por un núcleo familiar, se debe tomar en consenso la decisión para que no se afecte a futuro el bienestar del animal y se generen conflictos familiares, cuando el perro o gato se convierta en una carga por falta de planeación.” (Suhendra et al., 2020)	Se evidencian varias falencias: no se puede generalizar con el término de “mascotas” si el producto final solo se centra en perros y gatos, a esto me refiero dentro de la redacción del proyecto, respecto al desarrollo de una cartilla, no hubo una investigación para determinar si el formato de la propuesta fuera el más acertado, el desarrollo de una cartilla fue una decisión personal entre el autor del proyecto de grado y la veterinaria con la que trabajaron, respecto a la creación de un botón para que “identifiquen que ellos protegen a los animales, generando que se tome conciencia en el trato a las mascotas de compañía...” esto no asegura que sea la estrategia final para crear ese proceso de concientización sobre la tenencia de perros y gatos.
Gisela Alejandra Verastegui Cordova	La Fotografía Y Video Como Generadores De Información Y Conciencia Sobre La Falta De Compromiso A La Tenencia Responsable De Perros		Universidad San Ignacio De Loyola, Facultad De Humanidades, Carrera De Arte Y Diseño Empresarial	“Concientizar sobre la falta de compromiso a la tenencia responsable de mascotas que incrementa el número de perros en los albergues de Lima.” (CORDOVA, 2020)	Propone una estrategia de comunicación desarrollada desde la carrera de diseño, establece una exposición donde realiza la línea gráfica de esta y promueve la adopción de un albergue al que le hizo acompañamiento, también define un logo, la estética de las fotografías entre otros aspectos. El proyecto se centra en perros.
Audisio, SA; Vaguero, PG; Torres, MY; Arriagada, D; Fernández Gómez, A y Matto Sotz, C	Tenencia responsable de mascotas en Speluzzi		VETEC Revista Académica de Investigación, Docencia y Extensión de las Ciencias Veterinarias Volumen 2, N°1, 2020 (julio/diciembre). E-ISSN 2683-9237 SECCIÓN	“La estrategia de intervención consistió en dimensionar la población de mascotas, adoptar normas de tenencia responsable de mascotas, identificación de cada individuo, concientización a través de los/as niños/as para adoptar normas de tenencias y un programa de control de la natalidad de mascotas.” (Dragonetti, 2006)	Especifica la especie con la que realizaron las estrategias de concientización sobre la tenencia responsable de mascotas, la especie con la que trabajaron fueron perros y gatos. El artículo tuvo fines netamente investigativos y no plantea una solución desde la gráfica. Las estrategias que implementaron fueron: encuestas para tener claro el contexto del público objetivo, charlas, jornadas de vacunación y esterilización.
Lidia María Ortiz Cuquejo, Gloria Celeste Samudio Domínguez, Eliza Boreki	Cuidado responsable de mascotas - Responsable pets caring		Revista del Nacional (Itagüá)	El objetivo del artículo fue: “... conocer la prevalencia de cuidado responsable de mascotas por parte de los niños.” (Ortiz Cuquejo et al., 2018)	El desarrollo del proyecto fue a través de una encuesta para el público objetivo de jóvenes entre los 13 y 15 años. El artículo tuvo fines netamente investigativos y no plantea una solución desde la gráfica. Se evidencia que dentro de la investigación se registra tenedores de aves.
Azul Valentina Parra Sánchez	HeyVey: Desarrollo de aplicación para la reflexión, capacitación de tenencia responsable y prevención del maltrato y abandono de animales de compañía		Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Artes y Diseño. Área Académica de Diseño de producto. Programa de Diseño Industrial. Bogotá DC	“El proyecto HeyVey Promueve la reflexión de tenencia responsable en las personas que buscan tener un animal de compañía, fomentando el aprendizaje de estos principios, para la posterior adopción, previniendo el maltrato y el abandono de animales de compañía.” (Autoridad Nacional del Servicio Civil, 2020)	A pesar de que fue el desarrollo de una aplicación, es necesario el aporte de un diseñador gráfico para que la gráfica sea más amigable y que la diagramación cuente con proporciones que permita que los elementos no se amontonen. Si la aplicación se centra en perros y gatos, es importante que se especifique en el documento estos términos, ya que cuando hablamos de “animales o mascotas” suena a que está incluyendo a todas las especies cuando realmente no es así.

Nota. La tabla recopila información básica de los proyectos con sus respectivas observaciones. **Fuente:** Vera, N (2022)

Dentro del análisis pude evidenciar procesos donde era necesario ampliar más la investigación, la línea gráfica y de interfaces, también estudiar a profundidad la experiencia de usuario para hacer más eficientes los proyectos respecto al impacto social y de comprensión del mismo y es entendible de que se hayan llevado a cabo de esta forma, ya que fueron muy pocos los proyectos donde se vincularon con diseñadores gráficos que les permitiera llevar a cabo estas dinámicas.

Como conclusión, es necesaria la intervención profesional de un diseñador gráfico para que los resultados fuesen más satisfactorios y acertados con el entorno en el que se relaciona la comunidad y el propósito del proyecto, ya que, dentro del diseño, implementamos procesos que nos permite analizar al usuario, entender su perspectiva, realizar prototipos, pruebas y errores, modificaciones, manejo de la comunicación, etc. Lo cual hace que llevemos a cabo resultados eficientes y funcionales. Por esta razón, se realizó un proceso de registro y análisis de videos y canales de YouTube sobre los cuidados que requieren las Cacatúas Ninfa, ya que este es la principal plataforma que brinda tutoriales para comprender y aclarar un tema. Esta información la pueden encontrar completa en el siguiente link: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1trpEKp3CpiMHA3k04hbuYh83hyqRtBPM>

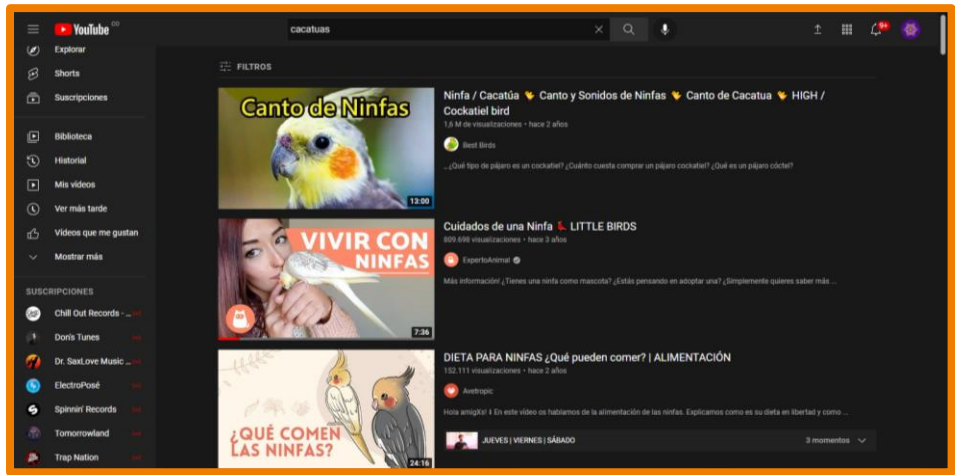
Los aspectos que se tuvieron en cuenta dentro del proceso de análisis fueron: primero, sacar un listado de los primeros videos que salieron en los resultados de búsqueda con la palabra “cacatúa” (ver Figura 12); segundo, revisar los canales de donde provenían dichos



videos; tercero, escuchar la información que mencionaba cada video y verificarla a través de mis conocimientos recolectados durante estos años como criadora de Cacatúa Ninfa y cuarto, realizar una clasificación de la información de las cuentas de YouTube, para hacer un aproximado estadístico sobre la formalidad de estas con el desarrollo de contenido educativo sobre la tenencia de esta especie (ver Figura 13).

Figura 12.

Plataforma de búsqueda en YouTube.

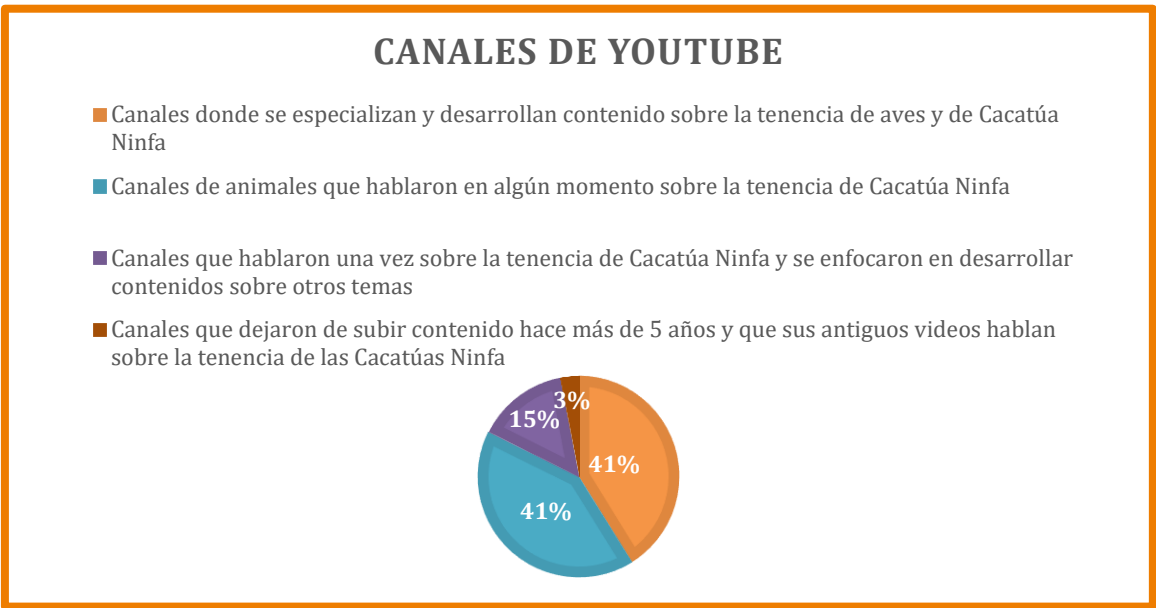


Nota. La primera lista de videos que aparecen en el buscador con la palabra “Cacatúa”.

Fuente: YouTube (2022)

Figura 13.

Gráfica circular sobre los canales de YouTube.



Nota. La gráfica expone porcentajes con 32 canales de YouTube.

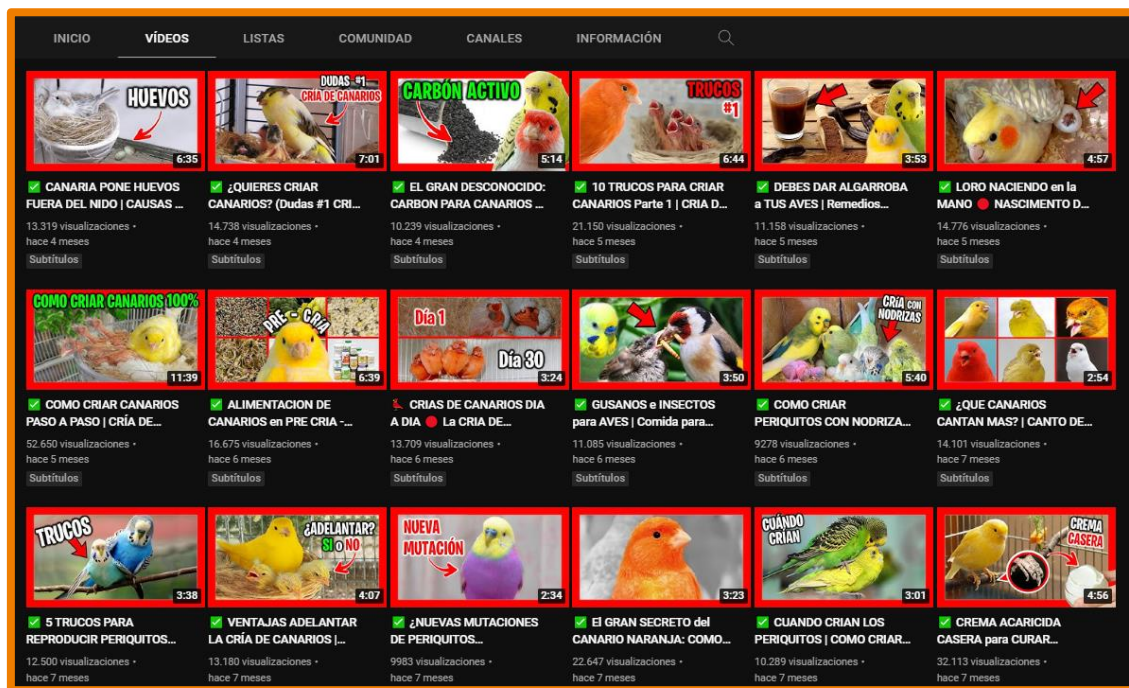
Fuente: Vera, N (2022)



La recolección y el estudio se hizo con 32 canales de YouTube, donde el 41% de estos se especializan y desarrollan contenido sobre la tenencia de aves y de Cacatúa Ninfa, mayormente son criadores. Un ejemplo de cómo se ve el contenido de un canal perteneciente a esta categoría es el siguiente (ver Figura 14):

Figura 14.

Canal de YouTube de AviarioJP.



Nota. Se especializa en la tenencia y cría de canarios, cacatúa, diamantes, periquitos, etc. Fuente: YouTube (2022)

El desarrollo de material audiovisual es una excelente estrategia para exponer de forma educativa, específica y gráfica la tenencia de aves como mascota:

“[...] distintos estudios (Goodlad, 1996; Mills, 2007; entre otros) han demostrado que más del cincuenta y cinco por ciento del mensaje se transmite de forma visual; sólo un diez por ciento verbal (las palabras) y el porcentaje faltante vocal (la forma en que se habla). (Velásquez, 2012, p. 169)

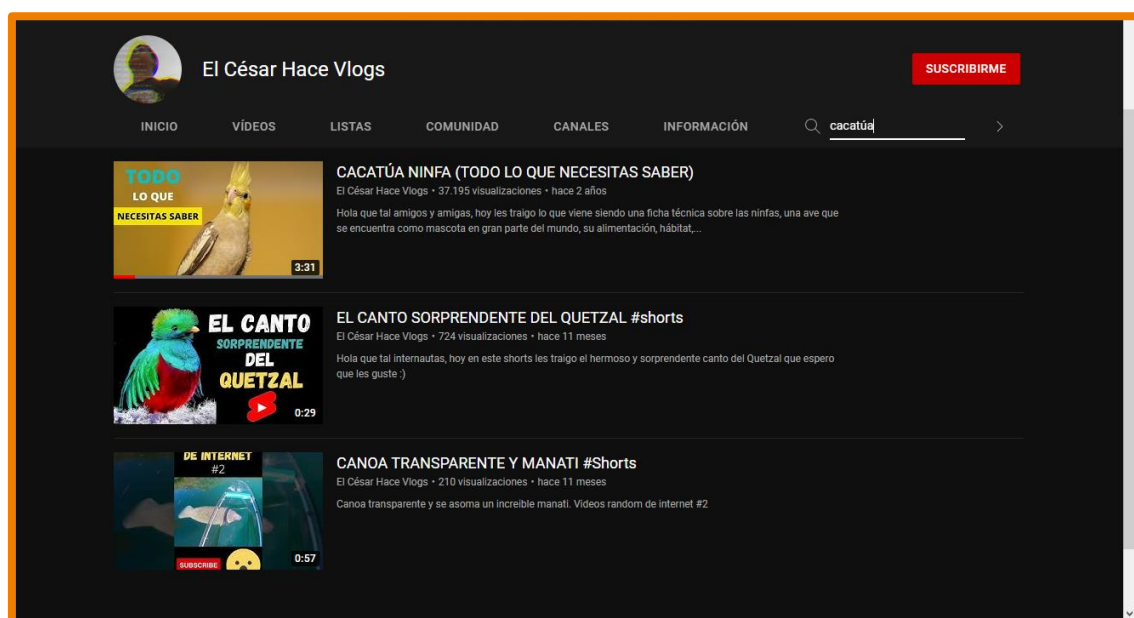
No obstante, los pocos canales que crearon uno que otro video sobre las Cacatúas Ninfas (ver Figura 15) y al cambiar drásticamente el contenido del canal, confunden a los usuarios que consumen sus videos y aportan a generar más dudas que claridades; como dice Frascara (2000): “Otra de las mayores responsabilidades culturales del diseñador es la de producir comunicaciones que realmente comuniquen algo.” (p.41) ya que el crear

material audiovisual sin estructura, es abrir brechas a problemas de comunicación y con ello, la divulgación de información incompleta, que desde nuestra perspectiva como proyecto, puede poner en riesgo la vida de las aves.

También he notado que estos videos, a pesar de su antigüedad en YouTube, siguen generando actualmente reacciones por parte de la comunidad y son contados los canales que responden estas inquietudes, pero, lastimosamente con estos casos, nunca obtendrán respuesta y más cuando no se especializan sobre la tenencia de aves (ver Figura 11).

Figura 15.

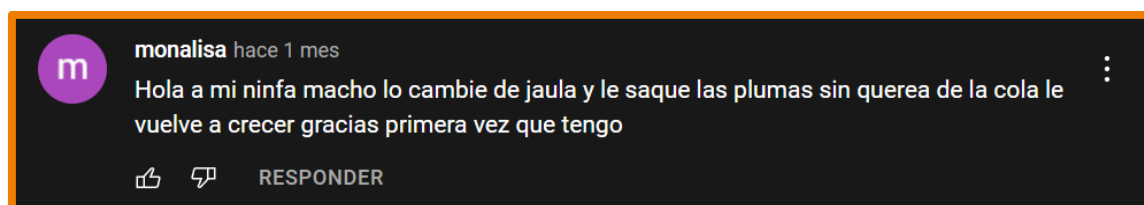
Canal de YouTube El César Hace Vlogs.



Nota. Solo ha realizado un video sobre las Cacatúa Ninfa y ese video presenta bastantes falencias en términos de información y edición. **Fuente:** YouTube (2022)

Figura 16.

Comentario en el canal de YouTube El César Hace Vlogs.



Nota. Comentario que no ha sido respondido, fue realizado en el video de “CACATÚA NINFA (TODO LO QUE NECESITAS SABER)” que fue publicado hace 2 años.

Fuente: YouTube (2022)

Es por esto que, como diseñadora gráfica, entablo un proceso de investigación, análisis, prueba y error para tener en cuenta todas las perspectivas posibles y con ello poder desarrollar una propuesta desde la creación audiovisual de material educativo sobre la tenencia de Cacatúa Ninfa en la ciudad de una forma más aterrizada a la realidad del usuario, ya que este evidencia un paso a paso que no le provee de soluciones fáciles de acceder y entender. “[...] es de vital importancia ponerse en el lugar del cliente y comprenderlo.” (Estrategia & Adanaqu, 2020, p.335) y así mejorar sus experiencias como usuarios.



13. Referentes Gráficos

Para la selección de los referentes se tuvo en cuenta la red social “Instagram” de personas que realizan actualmente contenido educativo sobre la tenencia de aves como mascota y cuyo contenido cuenta con una línea gráfica evidente e intencionalmente implementada por un diseñador gráfico o desarrollador de contenidos, dos de mis referentes se encuentran en España y otro está en Bucaramanga.

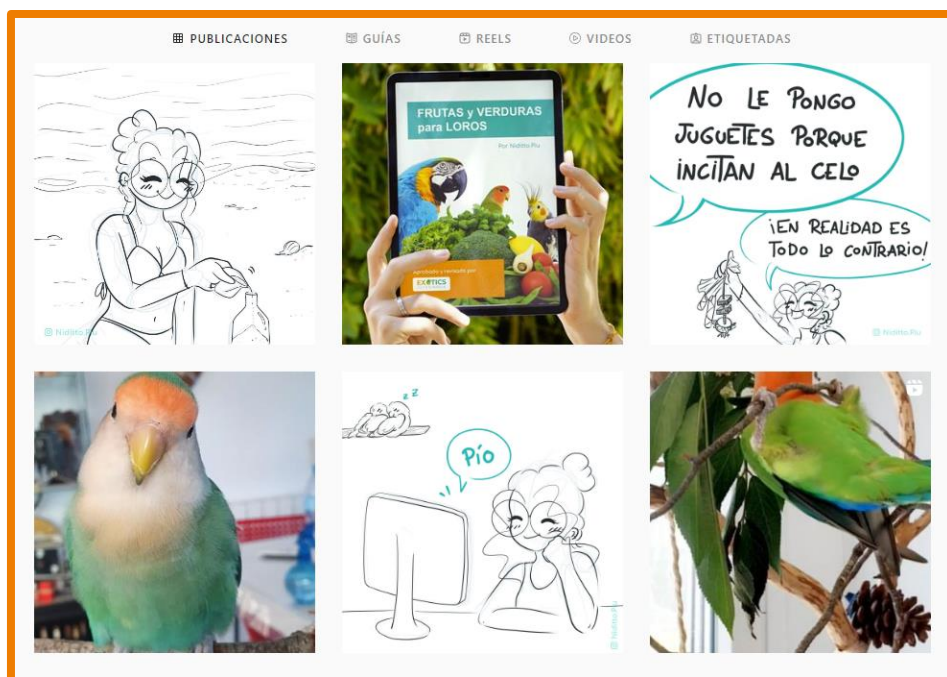
A continuación, expondré información sobre cada referente y una tabla de análisis sobre aspectos estéticos y funcionales que recopila observaciones realizadas desde mi perspectiva como diseñadora gráfica.

13.1 Mar de NidittoPiu (España)

Mar es la autora del proyecto NidittoPiu, es creadora de contenidos educativos que promueven la tenencia de Psitácidas (familia de aves como loros o papagayos) a través de las redes sociales. Ella se especializa en la especie de Agapornis y ha logrado realizar varios libros donde orienta a las personas sobre sus cuidados, así mismo, es ilustradora y utiliza esta técnica para exponer sus experiencias con sus aves, crear infografías o aclarar dudas de sus seguidores, utiliza información verificada por criadores y veterinarios especialistas en animales exóticos y también realiza videos didácticos llamativos y fáciles de comprender.

Figura 17.

Contenido publicado en el Instagram @niditto.piu



Nota. Ilustraciones, fotografías y videos. Fuente: Mar (2022)

- **Presentación en su Página Web:** “Nuestro objetivo es que todos los loros “domésticos”, tengan una buena calidad de vida. Y solo podremos lograrlo si apoyamos a las personas que cuidan de ellos (es decir, ¡A TI!) [...]” (nidittopiu, 2022)
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/niditto.piu/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- **YouTube:** <https://www.youtube.com/c/NidittoPiu>
- **Página Web:** <https://www.nidittopiu.com/blog/>
- **Observaciones desde el diseño:** implementa ilustraciones estilo boceto, sencillas y cómicas que promueven experiencias personales o datos informativos; intercala dentro de sus redes fotografía, ilustración y video, esto genera un patrón visual al momento de acceder a sus redes sociales, sobre todo Instagram (ver Figura 17); los videos que diseña son demostrados con acciones que ella hace con sus aves, por tanto genera confianza con la información que promueve, también utiliza un tono de voz bastante agradable y chistoso, ya que realiza pequeños chistes sobre sus aves para generar un ambiente empático con el usuario que lo ve (ver Figura 18).

Tabla 3.

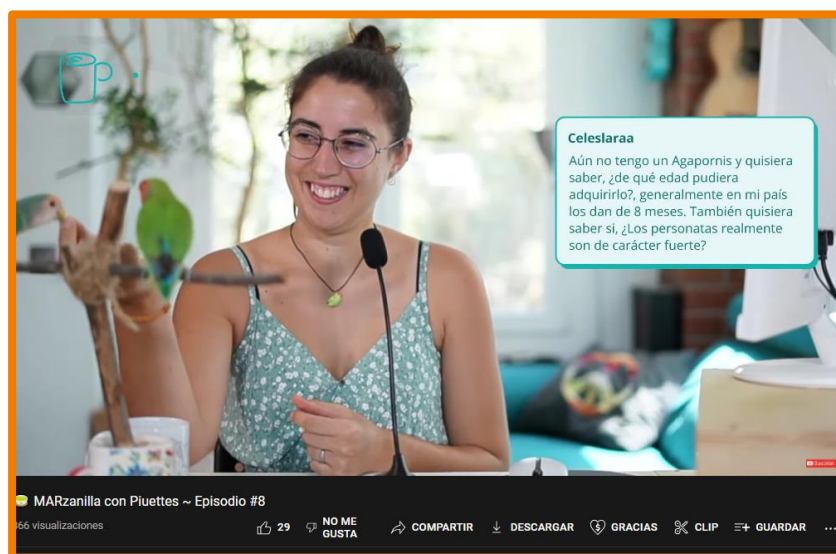
Tabla de observaciones desde el diseño de NiditoPiu.

Colores	Identidad gráfica	Tipo de imagen	Tipografía	Plataformas utilizadas	El concepto
Principales: Azul verdoso Secundario: Gris y azul grisáceo	No ha establecido una identidad gráfica oficial	Ilustraciones infográficas, fotografías y videos interactivos y educativos	Orgánica y manual, cuando realiza Reels, utiliza una tipografía redondeada sin serifa.	Instagram YouTube Facebook (sin actividad actual) Página Web Telegram	Divertido, interactivo, fácil de hacer, agradable

Nota. La tabla incluye observaciones realizadas desde lo gráfico.

Figura 18.

Canal de YouTube Mar de NidittoPiu.



Nota. Sus videos transmiten tranquilidad y aclara las dudas de forma muy interactiva.

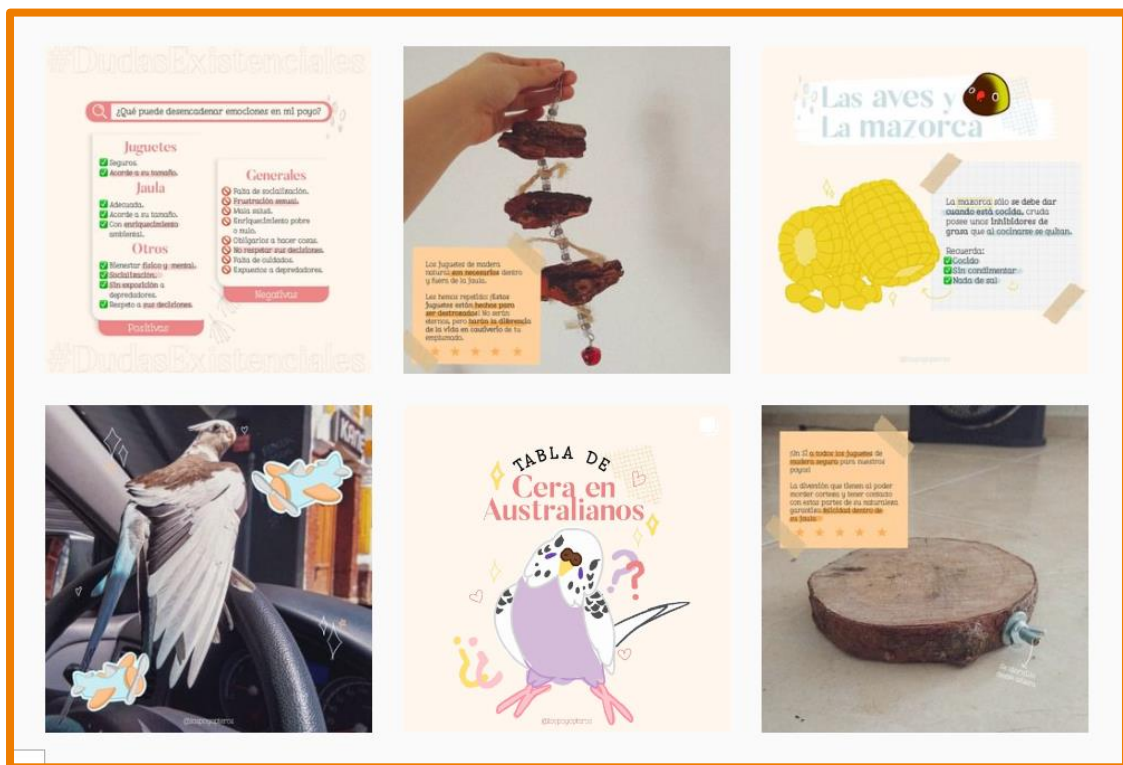
Fuente: Mar (2022)

13.2 Los Poyopteros (Bucaramanga)

Sofía es la autora del proyecto Los Poyopteros, empezaron a mediados de julio del 2021 y es profesional en diseño e ilustración, sus contenidos promueven la tenencia de psitácidos, su enfoque es más direccionado a la infografía y complementa gráficamente con fotografías y videos con sus aves (ver Figura 19). Su línea gráfica es evidente y procura realizar un patrón dentro de sus publicaciones, por el momento están presentes en redes sociales como Instagram y Facebook. Son de los pocos proyectos colombianos que implementan dentro de sus redes el diseño gráfico y audiovisual.

Figura 19.

Contenido publicado en el Instagram @lospoyopteros.



Nota. Ilustraciones, infografías, fotografías y videos. **Fuente:** Sofía (2022)

Referencia: Sofía [@lospoyopteros]. (2022, 2 de julio). Fuentes de Calcio [Infografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CWLTt5zMIGu/?hl=es>

- **Presentación del Instagram:** “Velamos por la tenencia✦responsable✦ de aves exóticas. Somos de co • Aquí les decimos poyos • 🐦Tuit, tuit.” (lospoyopteros, 2022).
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/lospoyopteros/reels/>
- **Facebook:** <https://www.facebook.com/lospoyopteros>
- **Observaciones desde el diseño:** desarrollo de infografías ilustrativas en 2d (ver Figura 15) con una paleta cromática en tonos cálidos pasteles; dentro de las publicaciones hay una intención donde se intercala ilustración - fotografía, ilustración

– video; utiliza un lenguaje paso a paso y motiva a la comunidad a que reaccione a sus publicaciones, dentro de la creación de videos, está a la vanguardia de las tendencias y utiliza estratégicamente esta información para viralizar sus contenidos.

Tabla 4.

Tabla de observaciones desde el diseño de Los Poyopteros.

Colores	Identidad gráfica	Tipo de imagen	Tipografía	Plataformas utilizadas	El concepto
Principales: naranja pastel y naranja Secundario: rosa pastel, azul pastel y gris.	Hay una intención de imagotipo, pero no es oficial	Ilustración infográfica, fotografía y video	Contraste entre serifa y palo seco con bordes redondeados, juega con contrastes de grosores, entre bold y regular	Instagram y Facebook	Humanizar la información, facilidad, comprensión, orden

Nota. La tabla incluye observaciones realizadas desde lo gráfico.

Figura 20.

Contenido publicado en el Instagram @lospoyopteros.



Nota. Composición gráfica y discurso de las publicaciones. Fuente: Sofía (2022)

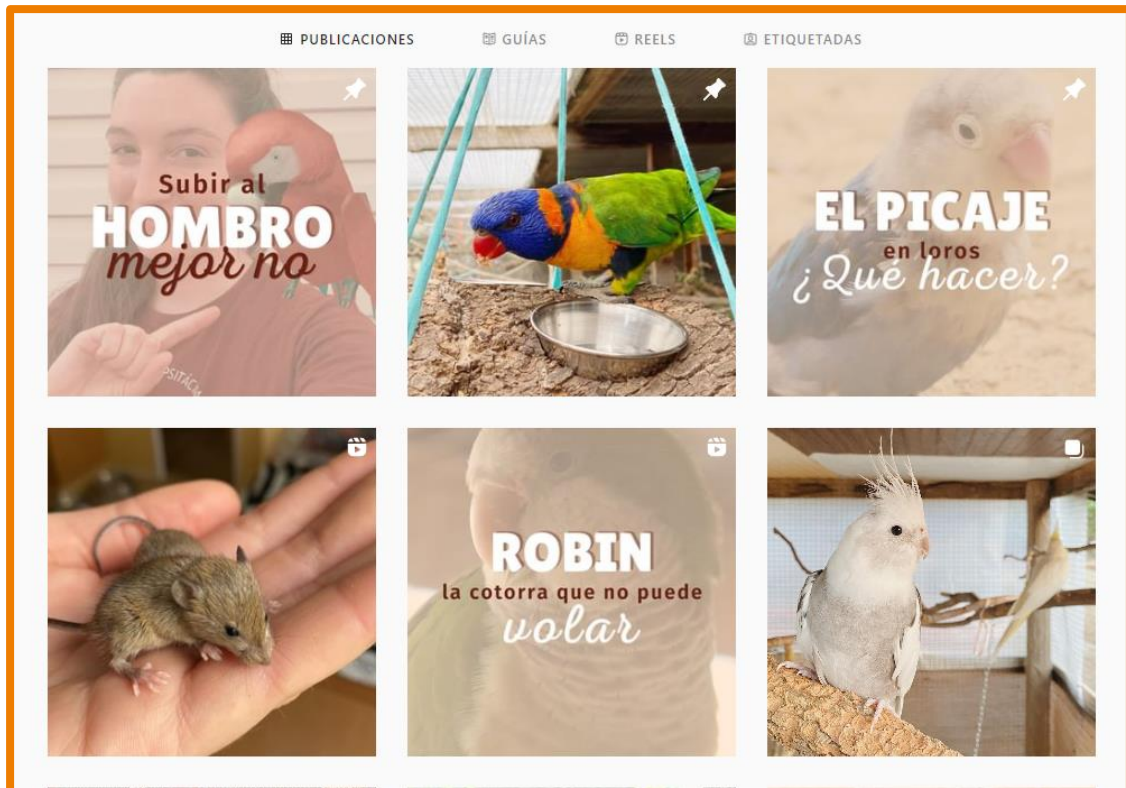
13.3 Avetropic (España)

Roger Valls Martínez, ingeniero de sistemas biológicos y Noelia Sánchez Sánchez, profesional en Medios Audiovisuales, son los fundadores de la fundación Avetropic, que tiene como propósito fomentar la tenencia responsable de psitácidos y con ello mejorar su calidad de vida en cautividad, cuenta con presencia en diferentes plataformas como

YouTube, Instagram, Facebook, entre otros, también funcionan como refugio, donde realizan rescates y procesos de rehabilitación, asimismo, crean contenidos audiovisuales educativos sobre estas aves y brindan orientación a sus seguidores.

Figura 21.

Contenido publicado en el Instagram @avetropic.



Nota. Composición gráfica. Fuente: Avetropic (2022)

- **Presentación en Instagram:** “Refugio y Rehabilitación de Psitácidas • Formación y asesoramiento para el bienestar de psitácidas en cautividad 🦜 ¡Aprende más sobre loros! 📖” (avetropic, 2022).
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/avetropic/reels/>
- **YouTube:** <https://www.youtube.com/c/Avetropic>
- **Página Web:** <https://www.avetropic.org>
- **Facebook:** <https://www.facebook.com/avetropic>
- **Observaciones desde el diseño:** conserva un patrón gráfico en las publicaciones intercalando fotografías con portadas en los videos (ver Figura 21) ; la línea gráfica es bastante evidente, implementa una edición fotográfica en tonos cálidos casi sepia; dentro de los videos la interacción entre humano-ave es esencial y lo complementan con párrafos dentro de los mismos, también narran historias de las aves que ingresan al refugio y su proceso de rehabilitación; la información que brindan en el canal de YouTube, es bastante completa y se acompañan de elementos ilustrativos (ver Figura 22).

Tabla 5.

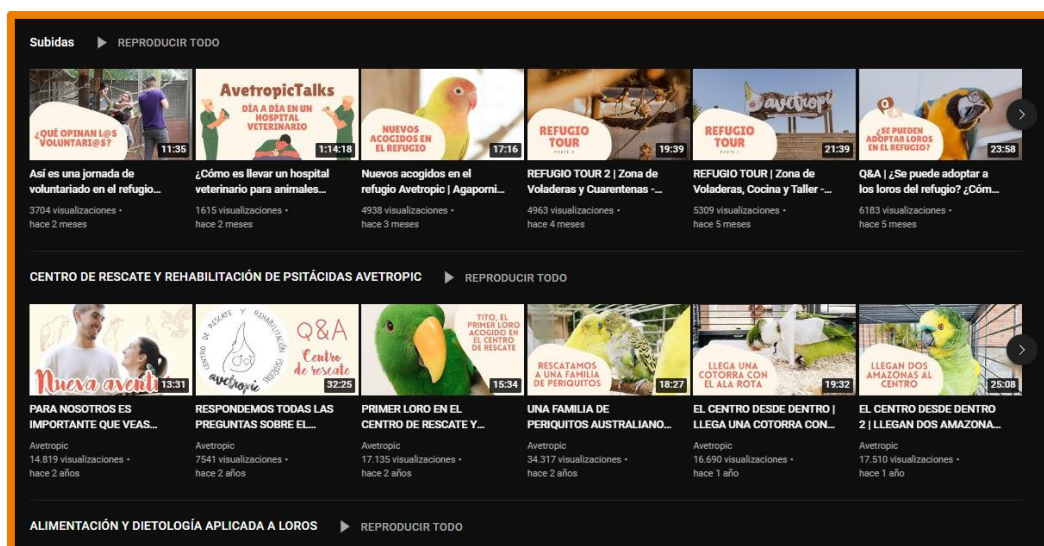
Tabla de observaciones desde el diseño de Avetropic.

Colores	Identidad gráfica	Tipo de imagen	Tipografía	Plataformas utilizadas	El concepto
Principal: Naranja pastel o marrón pastel Secundario: Marrón y rojo	Imagotipo: el icono son dos cactúas mirándose y forman un corazón y el nombre es una tipografía sin serifa con dos contrastes, líneas gruesas y delgadas	Fotografía y video	Ornamentada estilo caligrafía con contraste con tipografía palo seco sea en regular o bold	Instagram Facebook YouTube Página Web	Aves de todo tipo, interacción con ellas, humanización

Nota. La tabla incluye observaciones realizadas desde lo gráfico.

Figura 22.

Canal de YouTube Avetropic.



Nota. Material audiovisual educativo algunos con complemento ilustrativo.

Fuente: Avetropic (2022)

Conclusiones del proceso de análisis de los referentes: el lenguaje implementado dentro de los videos es agradable, interactivo, invita a la comunidad a través del llamado a la acción dentro de las descripciones de cada publicación, en términos estéticos, más que la inversión en una identidad gráfica profesional, el fuerte de la mayoría de las cuentas que promueven la tenencia de aves es de tipo fotográfico, donde la interacción ave-humano es esencial, siempre se evitan mostrar las jaulas, hay contacto permanente entre los tenedores y sus aves en los videos y transmiten la confianza de que sus contenidos son prácticos y funcionales. Las paletas cromáticas entran en tonos cálidos, pero casi siempre se adaptan al color en el que se encuentran las especies que tienen como mascota, por ejemplo, Los Poyopteros (ver Figura 20) y Mar de NidittoPiu (ver Figura 18) se especializan en la tenencia de la especie Agapornis y su patrón de color se adaptan al color de sus aves. Todos repiten un patrón de publicación intercalando fotografía con video o ilustración con video.

14. Metodología para el cumplimiento del proyecto

14.1 Primera Etapa: Indagación sobre el problema.

Para dar cumplimiento a la primera etapa de la metodología, iniciamos con un acercamiento con el Ministerio de Ambiente (Minambiente) como entidad encargada en aspectos de fauna y flora a nivel nacional por medio de un correo electrónico (ver Figura 23) y a nivel municipal con el Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente (DAGMA) de forma presencial sobre las normas que legalizan la tenencia de las Cacatúas Ninfa en el territorio colombiano (ver Figura 24).

Figura 23.

Carta de respuesta por parte del Minambiente.



Nota. Se pueden tener Cacatúa Ninfa como mascota. **Fuente:** Minambiente (2021)

Figura 24.

Reunión con el funcionario Camilo del DAGMA.



Nota. Me brindó orientación y seguimiento a mi proceso de tenencia responsable y de cría con la especie Cacatúa Ninfa. **Fuente:** Vera, N (2022)

También se realizó una reunión con el nuevo Centro de Protección y Bienestar Animal Cali (ver Figura 25) para conocer el estado en el que se encontraban sobre la promoción de información relacionada con la tenencia de aves como mascota, ya que esta nueva entidad se encarga de garantizar los derechos de los animales domésticos a través de procesos pedagógicos y educativos para mitigar el maltrato animal por parte de la comunidad y ofrecen servicio de rescate ante denuncias de maltrato y promocionan la adopción de perros y gatos rehabilitados.

Figura 25.

Reunión con el equipo de trabajo del Centro de Protección y Bienestar Animal Cali.



Nota. Primer equipo enfocado en temas relacionados con animales de mascotas y prevención del maltrato animal en la ciudad. **Fuente:** Vera, N (2022)

Sin embargo, el equipo no cuenta con conocimientos sobre la tenencia de aves, pero, a través del desarrollo de la Política Pública Interespecie (ver Figura 26), pretende incluir la mayor variedad de animales legales tenidos como mascota y así empezar procesos más incluyentes.

Figura 26.

Política Pública Interespecie.



Nota. Talleres participativos para aportar a la política pública.

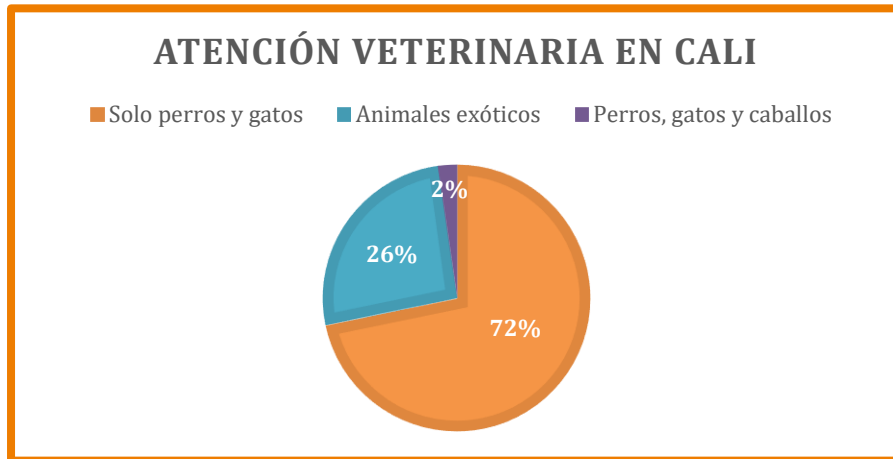
Fuente: Centro de Bienestar Animal Cali (2022)

De la misma forma, se hizo un estudio sobre el estado de conocimiento que tienen las veterinarias a través de las redes sociales que tienen como contacto, donde se les preguntó al interno si dentro de sus servicios ofrecían la atención a aves y aquellas que respondieran negativamente, se concluía que por tanto no conocen sobre sus cuidados y condiciones, es por esto que, de un promedio de 46 veterinarias a las que se accedió, 12 ofrecían dentro de sus servicios la atención a animales exóticos, en esta clasificación se incluyen las aves (ver figura 27). Pueden encontrar de forma más amplia esta información en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Lbv8GGNmRC37stZ_h8Su1g6umubIP8_F

Figura 27.

Gráfica estadística sobre la atención veterinaria de especies en Cali.



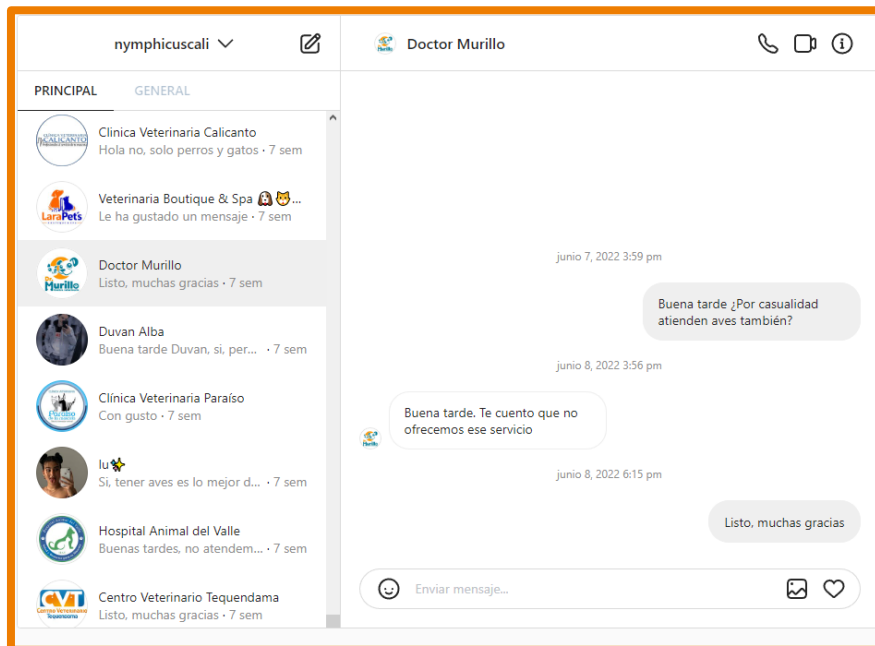
Nota. La oferta del servicio veterinario de atención a perros y gatos es bastante alta.

Fuente: Vera, N (2022)

Los registros de las veterinarias se hicieron a través del buscador de Google, pero en la ciudad deben existir muchas más y son contadas las que están vinculadas con plataformas como Google Maps y redes sociales como Instagram y Facebook (ver Figura 28), por tanto, esta información se acerca a un promedio aproximado.

Figura 28.

Contacto a través de Instagram a centros veterinarios de la ciudad.

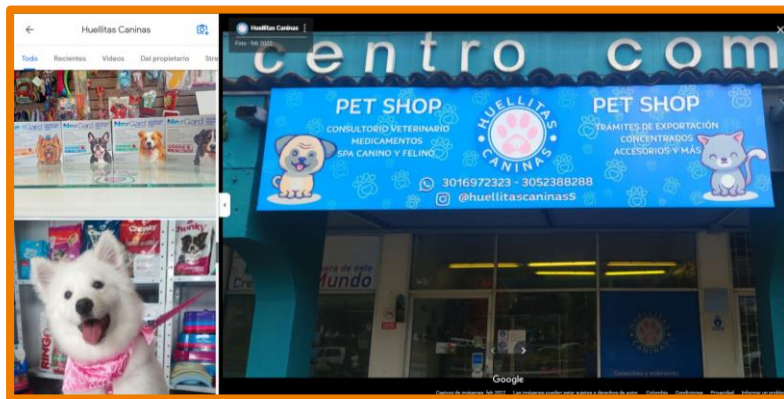


Nota. Son contadas las veterinarias que están a la vanguardia del uso de plataformas digitales. **Fuente:** Vera, N (2022)

También se hizo un análisis de los contenidos de las redes sociales de las veterinarias registradas en Google Maps, ya que a través de su gráfica es evidente su centralización de atención y servicio a perros y gatos (ver Figura 29), en el caso con las veterinarias que atienden aves, muchas de ellas fueron registradas por la recomendación de criadores de aves de la ciudad de la ciudad, análisis de sus redes sociales (ver figura 30) y por mi propia experiencia al buscar este servicio para mis aves.

Figura 29.

Resultados de búsqueda de “Veterinarias en Cali”.



Nota. Dentro de Google Maps podemos acceder a registro fotográfico, número de contacto, etc. Fuente: Huellitas, C (2022)

Figura 30.

Instagram del Dr. Padilla.



Nota. Registro fotográfico en sus redes sociales sobre atención a animales exóticos.

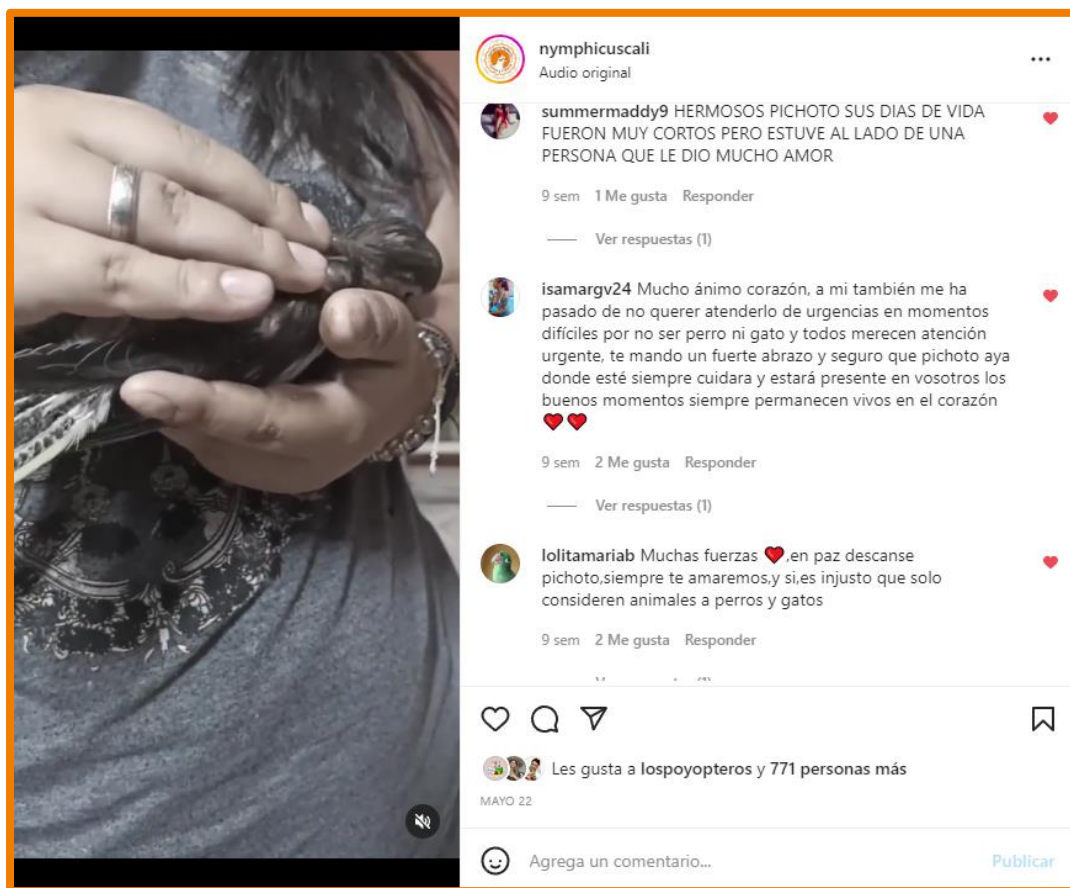
Fuente: Dr. Padilla (2022)

Es necesario aclarar que, la afirmación de “si no atienden aves es muy probable que no sepan sobre sus cuidados” se debe también a experiencias personales, hace dos meses tuve la pérdida de un pichón llamado “Pichoto” que fue víctima del escaso servicio de atención medica veterinaria de urgencias en aves; recorrí muchos establecimientos y ninguno pudo brindarle atención médica al ave al punto de negarle la eutanasia. Fue una experiencia bastante fuerte, ya que Pichoto agonizó durante 3 horas, hasta que falleció por un paro respiratorio (ver Figura 31).

Un poco más sobre Pichoto: Pichoto fue una cría de Cacatúa Ninfa Papillera que desde el inicio presentó una situación respiratoria bastante grave y debido a que no se contaba con suficientes recursos para brindarle tratamiento y atención veterinaria, a través del Instagram @nymphicuscali solicité ayuda y muchas personas realizaron donaciones que me permitieron sacarlo adelante temporalmente, pero lastimosamente su condición no le permitió seguir. Esta vivencia hizo que varias personas empatizaran y me contaran sus experiencias similares a la mía (ver Figura 31).

Figura 31.

Homenaje a Pichoto y agradecimiento a los que apoyaron su proceso.



Nota. Se hizo un corto video de recopilación de todo lo vivido con él.

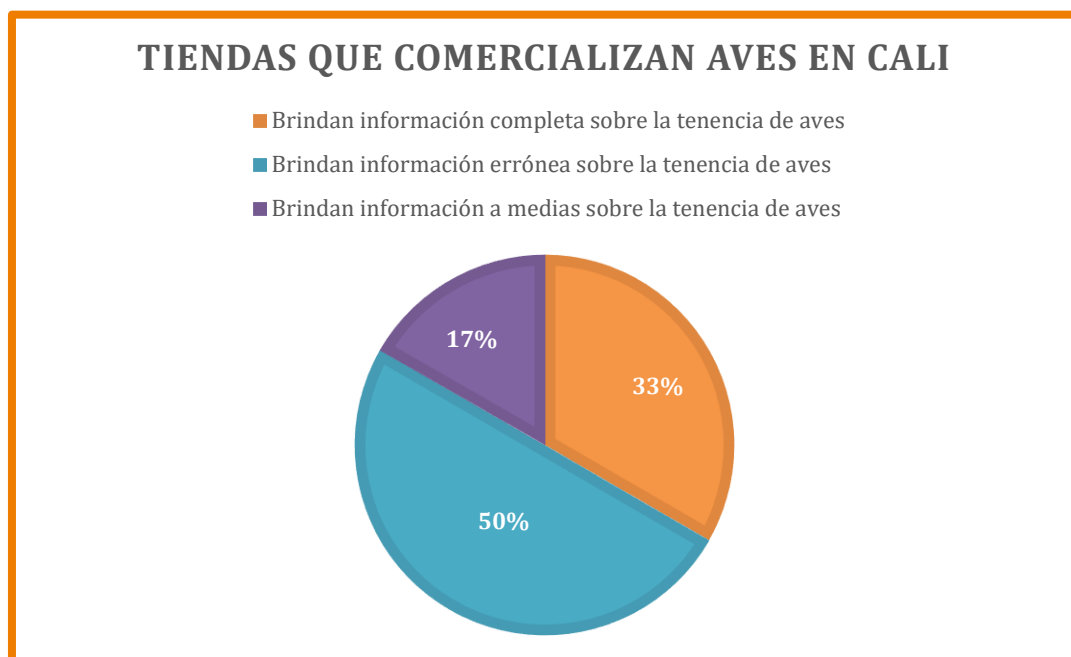
Fuente: Vera, N (2022)

Direccionándonos ahora sobre el registro de maltrato animal en aves, se tuvieron en cuenta dos panoramas: tiendas de mascotas y tenedores de aves de la ciudad de Cali.

Para lograr este ejercicio de investigación: primero, se hizo una búsqueda en Google Maps (ver Figura 11) de tiendas de mascotas registradas en esta plataforma, ya que como bien sabemos, pueden existir muchas más, pero por las limitaciones por parte de este sector sobre el manejo de plataformas digitales, es difícil ubicarlas dentro del territorio caleño; segundo, se localizaron un promedio de 13 establecimientos que comercializan aves, donde al pedirles orientación sobre la tenencia de aves, tanto virtual como presencial: 4 me brindaron información completa sobre la tenencia de aves, 2 me comentaron superficialmente sobre su tenencia y 6 me brindaron información errónea respecto a cuidados y alimentación (ver la Figura 32) y tercero, dentro de las visitas presenciales, se hizo un registro fotográfico de las condiciones en las que se encuentran las aves en estos establecimientos, ya que, desde esta perspectiva, se evidencia si tienen o no conocimiento sobre sus cuidados (ver la figura 33). Dentro del 33% que brindan información acertada sobre la tenencia de esta especie, en su mayoría son criadores que registraron su existencia y proceso dentro de Google Maps. Este proceso lo pueden conocer en el siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/1rlpxm7aFhYLHHR2-JbNbRBjG6Sqmf10z?usp=sharing>

Figura 32.

Gráfica estadística sobre las tiendas que comercializan aves en Cali.



Nota. Qué tanto saben estos establecimientos sobre la tenencia de aves.

Fuente: Vera, N (2022)

Figura 33.

Registro fotográfico de visita a tiendas de comercialización de aves en Cali.



Nota. La diferencia de un establecimiento a otro se define por el grado de maltrato animal. **Fuente:** Vera, N (2022)

Por otro lado, los tenedores de aves no se quedan atrás, ya que son muchos los casos que se publican en grupos de WhatsApp y Facebook por medio de videos y fotografías, aves con cero garantías de calidad de vida, esto como consecuencia a la normalización de estas condiciones que se promueven desde los mismos establecimientos que las comercializan (ver Figura 34).

Figura 34.

Registro fotográfico de tenedores de aves.



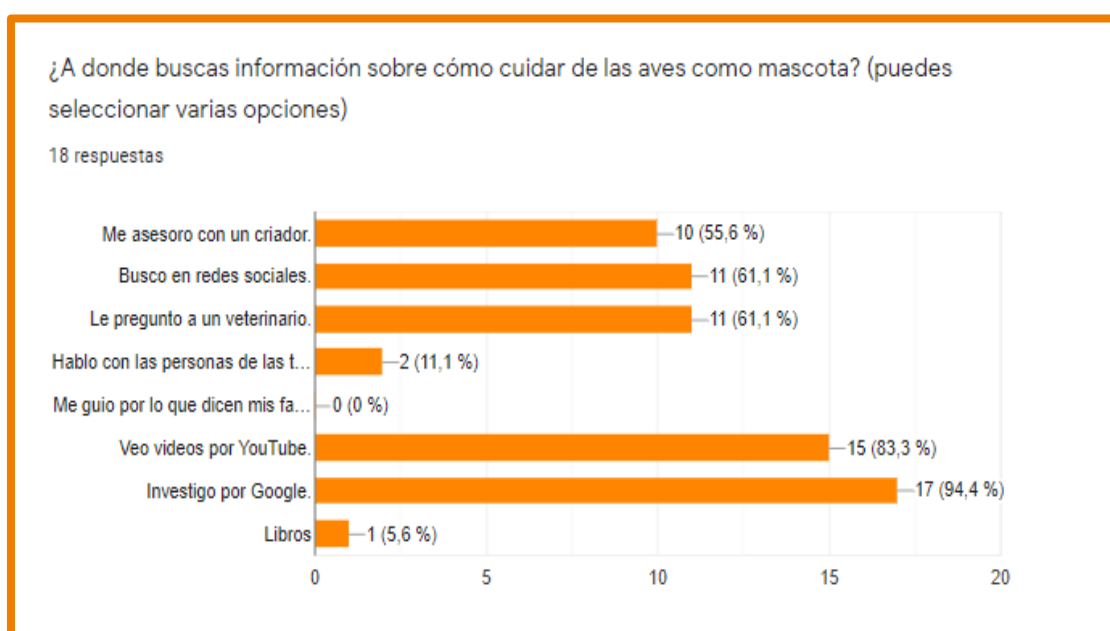
Nota. Imágenes recopiladas de grupos de tenedores de aves en Facebook y WhatsApp.

Fuente: Vera, N (2022)

Al evidenciar casos constantes de maltrato animal en aves dentro de la ciudad y en las redes sociales, decidí realizar una encuesta a tenedores y criadores de aves (ver Figura 36) para entender a qué medios acceden al momento de buscar información sobre la tenencia de estas, esto con el fin de enfocarme al desarrollo de una solución acertada a la realidad con la que se encuentra la comunidad y cuyo resultado justifica el enfoque que tuvo los antecedentes de este proyecto (ver Figura 35). Jensen (Mancipe, 2016) el lado estratégico del diseño se concentra en resolver problemas y planificar y gestionar los recursos necesarios para idear, ejecutar, implementar y evaluar las soluciones que se produzcan.

Figura 35.

Encuesta virtual para tenedores y criadores de aves.

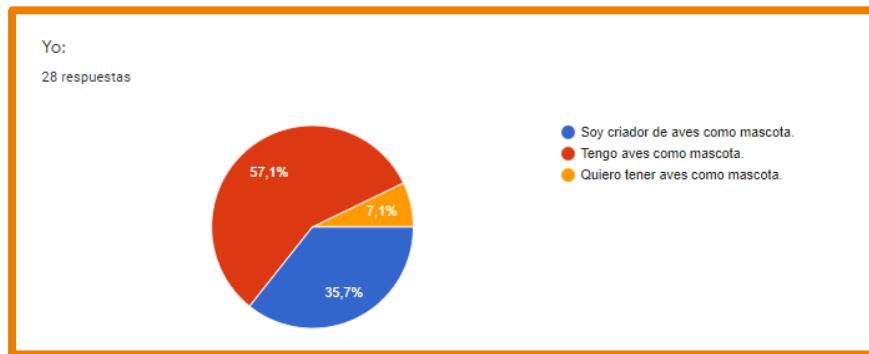


Nota. La encuesta fue realizada en Google Encuestas y fue divulgada por la cuenta de Instagram @nymphicuscali, WhatsApp y Facebook. **Fuente:** Vera, N (2022)

El 94,4% de los encuestados investigan por Google y 83,3% ven videos de YouTube para orientarse sobre la tenencia de aves, es por esto que se definió como formato los videos y como proyecto, la creación de material audiovisual educativo sobre la tenencia de ellas. La encuesta la puedes encontrar completa en el siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/1ieQKDF9bq3QSzaPesP0hfRZ-rC7mDUjj?usp=sharing>

Figura 36.

Segmentación del público objetivo.



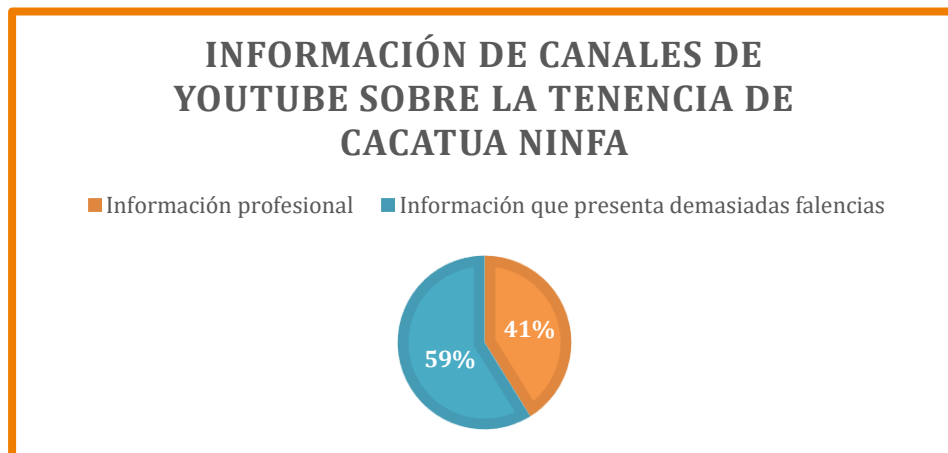
Nota. Los tenedores de aves fueron mayoritarios dentro de la encuesta.

Fuente: Vera, N (2022)

Retomando el ejercicio que hice en la sección de antecedentes (ver Figura 13) sobre el análisis y recolección de canales de YouTube que realizan y realizaron videos sobre la tenencia de la Cacatúa Ninfa como mascota, se puede establecer como conclusión, que 59% de los canales que fueron analizados en sus contenidos, no ofrecieron información profesional y específica sobre la tenencia de la Cacatúa Ninfa y publicaron aspectos demasiados generales sobre ellas, que pueden ocasionar confusión en los tenedores y por tanto, cometer errores en sus cuidados y con esto poner en riesgo la vida de sus mascotas (ver Figura 37), es importante recordar que 41% restante, pertenece a canales que se dedicaron profesionalmente a la tenencia y cría de las Cacatúa Ninfa, por tanto su información es mucho más específica.

Figura 37.

Información de los canales de YouTube sobre la tenencia de Cacatúa Ninfa.



Nota. Información realizada con 32 canales de YouTube. *Fuente:* Vera, N (2022)

Como conclusión de esta primer etapa, es esencial que antes de crear material audiovisual educativo sobre la tenencia de una especie como mascota, se tiene que estudiar a profundidad sobre todo lo que esta requiere, ya que podemos crear material que genere problemas de comunicación y por tanto ponga en riesgo la salud de los ejemplares que tenemos en casa, también es importante tomarse el tiempo de clasificar los temas antes de exponerlos, porque no se puede hablar de todo en un solo video y hay que generar espacios entre contenidos para que la comunidad pueda digerir lo que se les expone. Es súper importante ser específicos al momento de hablar de un tema, ya que dentro de cada especie hay unas particularidades que no podemos tomar a la ligera solo por el hecho de como desarrollador de contenidos “para nosotros es fácil”, entonces no hay que asumir que para los demás va a ser igual de fácil. Siempre ponerlos en la posición de los usuarios.

Otro dato importante es no abandonar los procesos, fue demasiado notorio que muchos de los canales que se analizaron cambiaron drásticamente el propósito inicial que tenían, esto generó que por intentar “unirse a las tendencias” sus contenidos no fueran satisfactorios y, por el contrario, hicieron perder el rumbo de sus potenciales seguidores. Esto es un proceso que requiere de disciplina, estudio, análisis y mejora en la experiencia de los usuarios, pero solo quienes somos diseñadores entendemos la funcionalidad de este proceso y esto me hizo tomar muchas decisiones gráficas para la creación del material audiovisual.

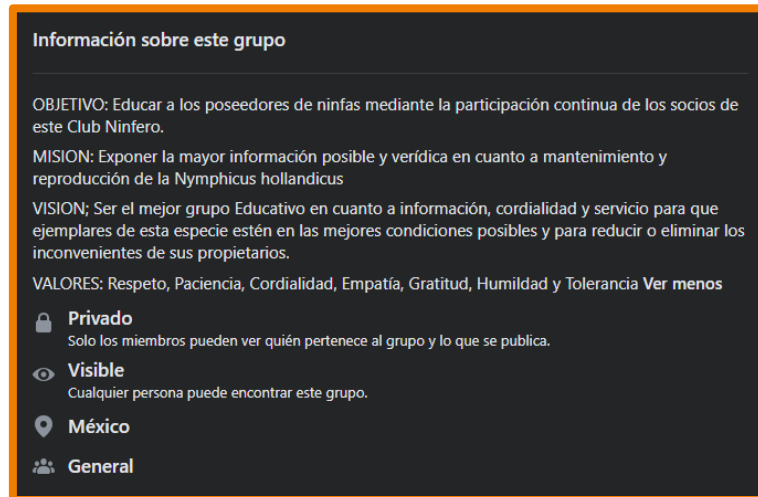
14.2 Segunda Etapa: Documentación y análisis de la información.

En esta etapa se documentó información sobre la tenencia de aves desde diversas fuentes, pero, sobre todo, documentación realizado por criadores profesionales mexicanos que cuentan con más de 20 años con la especie Cacatúa Ninfa (ver Figura 38). Estos criadores, especialmente el profesional Jorge Escobedo, ha creado un grupo de Facebook llamado Club Ninfero, cuyo propósito es el de orientar a las personas que tienen esta especie como mascota y generar un espacio entre tenedores y criadores para finalmente mejorar sus condiciones de vida, así mismo, expone información verídica sobre sus cuidados y reproducción.



Figura 38.

Información del grupo Club Ninfero.



Nota. Grupo liderado por el profesional Jorge Escobedo. **Fuente:** Escobedo (2019)

La metodología implementada en este espacio fue realizar publicaciones de acuerdo a cada temática, utilizar imágenes de referencia de ejemplares reales siempre acompañada de una descripción y en otras ocasiones subían videos grabados por los mismos criadores (ver Figura 39) también utilizaban etiquetas para lograr la clasificación de los temas dentro del grupo, un ejemplo de esto sería: #Información #GenéticaYMutaciones.

Figura 39.

Publicaciones informativas en el grupo Club Ninfero.

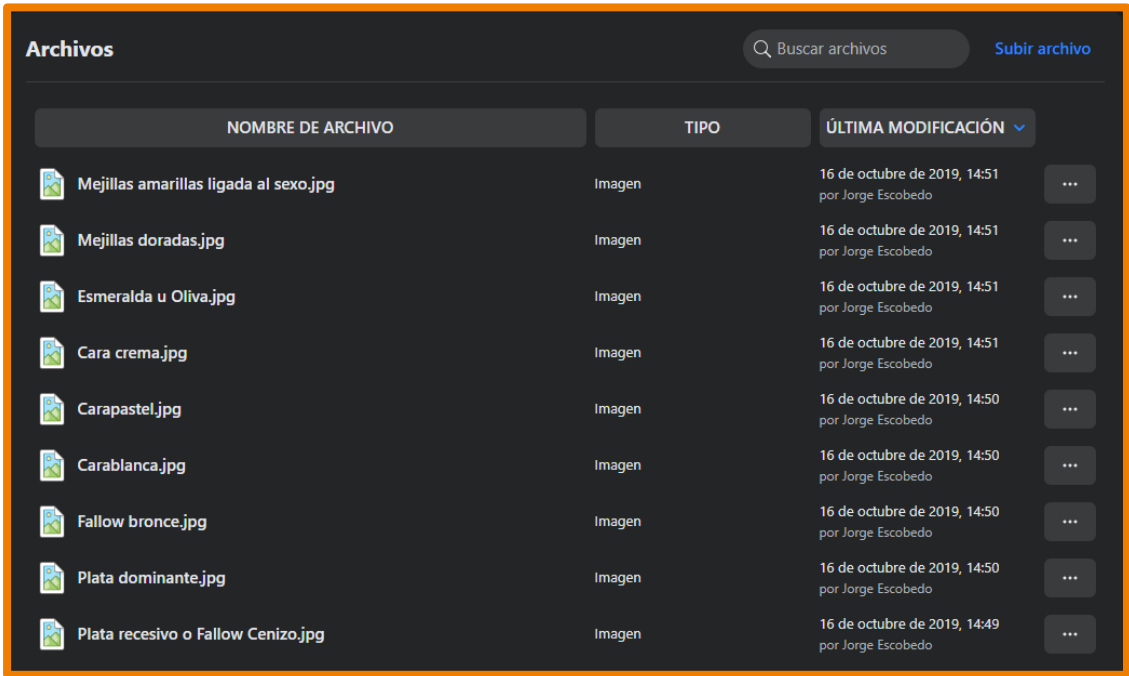


Nota. Las aves son del criador Jorge Escobedo. **Fuente:** Escobedo (2019)

De la misma manera, en la sección de “Archivos”, él Jorge Escobedo subía documentación específica y completa sobre varias temáticas que abarca la cría, la especie y la tenencia de la misma, estos documentos fueron creados por él mismo, una colección que recopila más de 20 años de experiencia. También subía imágenes pertenecientes a otros criadores como complemento a la información que compartía (ver Figura 40 y 41).

Figura 40.

Sección “Archivos” del Club Ninfero.



NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO	ÚLTIMA MODIFICACIÓN
Mejillas amarillas ligada al sexo.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:51 por Jorge Escobedo
Mejillas doradas.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:51 por Jorge Escobedo
Esmeralda u Oliva.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:51 por Jorge Escobedo
Cara crema.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:51 por Jorge Escobedo
Carapastel.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:50 por Jorge Escobedo
Carablanca.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:50 por Jorge Escobedo
Fallow bronce.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:50 por Jorge Escobedo
Plata dominante.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:50 por Jorge Escobedo
Plata recesivo o Fallow Cenizo.jpg	Imagen	16 de octubre de 2019, 14:49 por Jorge Escobedo

Nota. La mayoría de esta información no se encuentra publicada en otras plataformas ni redes. **Fuente:** Escobedo (2019)

Figura 41.

Recolección de documentación realizada por Jorge Escobedo.



Nota. Integración de PDFs e imágenes infográficas. **Fuente:** Escobedo (2019)

Paralelamente, recopilé revistas como: “Medicina de urgencia en aves ornamentales” y “Valoración sanitaria de los criaderos de aves ornamentales” por el Dr. Carlos J. Soto Piñeiro. Asoc. Nacional Ornitológica, La Habana, Cuba y la Dra. Elena Bert. Clínica Veterinaria Monviso, Torino. Italia. También proyectos de grado como: “Nutrición En Aves Ornamentales” por la profesional en veterinaria Cristina González Molina egresada de la Universidad De Lleida y artículos como: “Recomendaciones Para El Cuidado Y Manejo Responsable De Mascotas Y Su Impacto En Salud Humana” por las profesionales Marisa Torres Hidalgo y Katia Abarda de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

A partir de todo este proceso, analicé la información documentada y la clasifiqué acorde a criterios específicos que facilitaran su comprensión desde insumos enfocados en los cuidados y condiciones que requieren las Cacatúas Ninfas para su tenencia, también de datos importantes que requieren la crianza e información curiosa que llamara la atención de los usuarios, ya que esta información suele ser expuesta en grupos como el Club Ninfero y esto puede generar empatía en los tenedores al reconocer que no son los únicos a los que les pasa ciertas situaciones (ver Tabla 6).

Tabla 6.

Recopilación y clasificación de temas sobre la especie Cacatúa Ninfa.

Tema	Subtemas
Creación del redes sociales	Nymphicus Cali
Introducción sobre la especie Ninfa Cacatúa	1. Especie Psitaciformes y familia Cacatúa. 2. Mutaciones. 3. Dimorfismo sexual. 4. Personalidad 5. Productos para aves. 6. Uno o dos ejemplares.
Las condiciones que deben tener las jaulas	1. Medidas. 2. Material. 3. Tipos de jaula, con rejilla y sin rejilla. 4. Manejo de aserrín, cascarilla de arroz, sustrato o papel como base. 5. Perchas naturales. 6. Accesorios para aves.
El enriquecimiento ambiental	1. Importancia del enriquecimiento ambiental. 2. Juguetes para enriquecimiento ambiental. 3. Materiales aptos para el enriquecimiento ambiental. 4. Materiales tóxicos para nuestras aves. 5. Alimentos para premio.
La alimentación	1. Frutas y verduras. 2. Variedad de semillas. 3. El huevo como proteína. 4. Harinas aptas como el tostado y galletas integrales. 5. La pasta cocida y el arroz. 6. Los germinados. 7. Tener cuidado con alimentos de sospecha procedencia informativa como la miel, la papa, el pan, los lácteos, entre otros. 8. Suplementos alimenticios y los prebióticos. 9. Ensaladas creativas y cantidades.
El calcio	1. Qué es el hueso de jibia. 2. La descalcificación en aves y cómo prevenirlo. 3. Calcio en gotas, cascara de huevo o calcio casero.
El emparejamiento	1. Aspectos a tener en cuenta antes de criar. 2. Edades de reproducción. 3. Cómo prevenir la reproducción. 4. No hay que romantizar el emparejamiento.
Las hembras	1. Edad de reproducción y huevo atascado. 2. Limitaciones en la reproducción 3. Temporada de apareamiento. 4. La puesta de huevos.
Atención veterinaria	1. Lugares de atención veterinaria de aves a nivel municipal y nacional.
La reproducción	1. Medidas de los nidos. 2. Relleno de los nidos. 3. La paciencia con tus ejemplares. 4. Esterilidad en nuestras aves. 5. Alimentación en temporada de cría. 6. Suministro de vitaminas. 7. Huevos fértiles y no fértiles. 8. Cruzas no recomendadas y deformaciones. 9. Tiempos de descanso. 10. Condiciones climáticas.



	11. Baños para hidratar los huevos. 12. Aves mansas vs aves agresivas, 13. Cambios de humor en mis aves cuando hay reproducción. 14. La masturbación como obstáculo en la reproducción. 15. La adopción de crías en nuestras parejas. 16. Cambio en las heces durante la puesta de huevos. 17. Edad reproductiva.
La cría	1. Edad de empapillado. 2. Papilla diseñada para aves. 3. Forma de alimentar con jeringa o con cuchara. 4. La temperatura, nuestra mejor aliada 5. Casos de emergencia, cuando los padres no alimentan parejo a las crías. 6. El picaje. 7. Las patas de rana. 8. Las anillas. 9. El Fauna Box. 10. La Fermentación del buche. 11. El proceso de independencia y referentes con aves adultas. 12. Los problemas de digestión. 13. Las primeras mudas y la definición del sexo a través de las plumas.
La desparasitación	1. Tratamiento de desparasitación externo e interno de forma casera. 2. Asesoría con veterinarios especializados en exóticos para la desparasitación a través de la medicina.
Loa baños en nuestras aves	1. Cómo bañar a nuestras aves. 2. Qué hacer si mi ave no quiere bañarse. 3. Los baños de sol.
Aves enfermas y tenedores enfermos	1. Las señales de alerta que pueden expresar las aves. 2. El sobrepeso en aves. 3. La neumonitis por hipersensibilidad como reacción alérgica por parte de los tenedores. 4. Las condiciones que se requieren para prevenir alergias causadas por las aves. 5. Enfermedades que pueden portar las aves.
Datos curiosos	1. El placer sexual más que la reproducción. 2. La homosexualidad en nuestras aves. 3. Las hembras también pueden cantar. 4. Cómo hacer que mi ave confíe en mí. 5. La importancia de que mis aves no se relacionen con aves silvestres. 6. La adaptabilidad de mi ave en nuevo entorno. 7. Interacción de varias especies y personalidades. 8. Las cacatúas pueden aprender algunas palabras. 9. Las mutaciones más difíciles de adquirir. 10. Comportamiento de selección natural en nuestras aves. 11. Dependencia emocional de aves a humanos. 12. Tener cuidado en donde tocas a tu ave. 13. Las aves de criadero vs las aves de tiendas de mascotas en Colombia. 14. Consumo de heces en nuestras aves. 15. Por qué no podemos liberar a nuestras aves. 16. Las aves no necesitan lugares para dormir. 17. La cantidad de horas de sueño que tienen las aves. 18. La temporada de muda. 19. Aspectos legales sobre la tenencia de aves. 20. Estudia, no te dejes engañar, no todo profesional sabe sobre la tenencia de aves, realiza tus propias conclusiones. 21. Compañía entre ejemplares.

Nota. La tabla recopila temas y subtemas que se han tratado en esta especie. **Fuente:** Escobedo (2019)

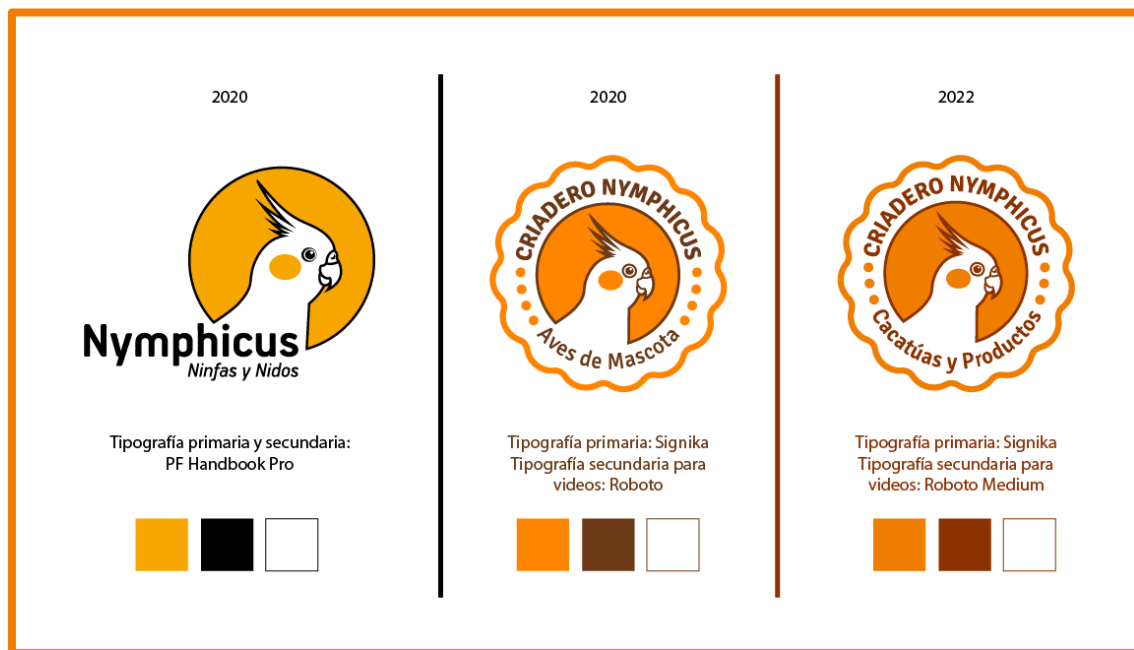


14.3 Tercera Etapa: Diseño de la propuesta gráfica.

Para empezar, a mediados del 2020 (ver Figura 5) se crearon las redes sociales del emprendimiento “Criadero Nymphicus” y con ello una primera identidad gráfica que ha ido evolucionando hasta ahora (ver Figura 42).

Figura 42.

Evolución del Isologo Nymphicus Cali.



Nota. Intenciones de formar un sello. **Fuente:** Vera, N (2022)

En el mundo de la cría y comercio de aves, se puede encontrar diversidad de imágenes que son utilizadas como “logotipo” (ver Figura 43), esto es a causa del desconocimiento de un trabajo gráfico profesional; es por esto que, a través de mi profesión desarrollé un isologo que cumpliera con parámetros de funcionalidad y al mismo tiempo representara físicamente la imagen de una cacatúa, ya que esta es la especie en la que me especializo y es de vital importancia que explícitamente se vea la forma del ave, para que la comunidad reconozca la especie con la que me relaciono.

La tipografía es un palo seco con bordes semi redondeados para suavizar la estética sin dejar a un lado la formalidad. Finalmente, toda la composición se integra en una forma tipo sello para prevenir problemas de visibilidad con fondos de color, textura o fotografía. Igualmente sabemos, que cuando trabajamos aspectos de identidad gráfica, siempre está en constante actualización y nunca se da por finalizado este proceso. Para ver más a detalle la evolución gráfica, ingresar al siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/1iNZYwy5Uzdax8kM6zGplPIRO5QIPzfSH?usp=sharing>

Figura 43.

“Logos” dentro del mundo de los criadores y tenedores de aves.



Nota. Son pocas las organizaciones que contratan a diseñadores gráficos.

Fuente: Vera, N (2022)

Se utilizó una paleta cromática en colores cálidos, como color principal el naranja que se acerca al rojo, ya que esta tonalidad es semejante al color que podemos encontrar en las mejillas de las mutaciones clásicas de la Cacatúa Ninfa (ver Figura 44), y como color secundario, el marrón. Además, el naranja dentro de la psicología del color representa alegría y creatividad y realza dentro de los colores verde y azul que usualmente son utilizados en otros criaderos de aves.

Figura 44.

Cacatúa Ninfa Ancestral.

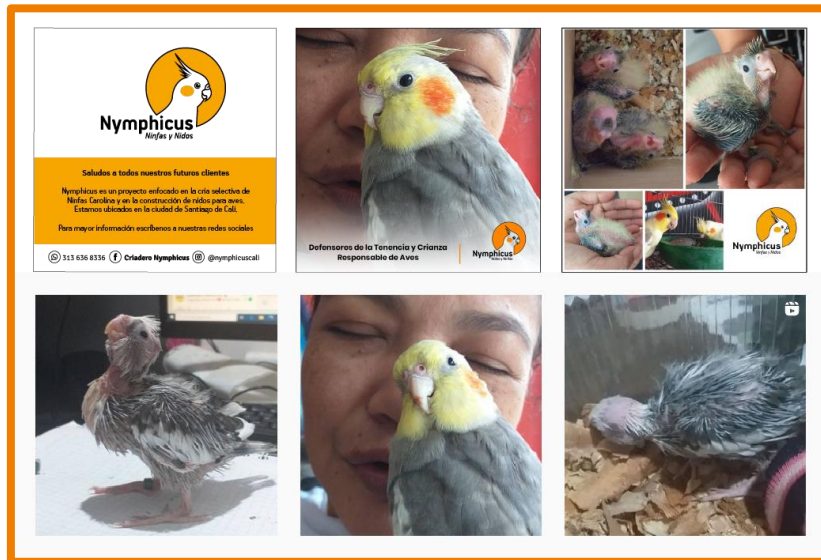


Nota. Foto de uno de mis ejemplares. **Fuente:** Vera, N (2022)

Como se mencionó en la sección de “Contexto” dentro del proyecto de grado, inicialmente estas redes funcionaban como un medio donde se exponía la interacción que tenía con mis aves y con otros tenedores que adquirirían mis ejemplares (ver Figura 45).

Figura 45.

Identidad gráfica a mediados del 2020.



Nota. Se evidenciaba el proceso de crecimiento de cada cacatúa. **Fuente:** Vera, N (2022)

Por aspectos funcionales, el primer isologo fue modificado en noviembre de 2020 hasta obtener la forma del sello (ver Figura 46), a partir del 2021 el sello fue utilizado para marcar las fotografías y videos que se fueron publicando y a finales de ese mismo año, fue donde se empezó a desarrollar contenidos con videos caseros e informales sobre la tenencia de aves, específicamente, sobre su alimentación.

Figura 46.

Identidad gráfica implementada en el 2021.



Nota. El isologo siempre tenía que estar presente para evitar plagio por otras personas.

Fuente: Vera, N (2022)

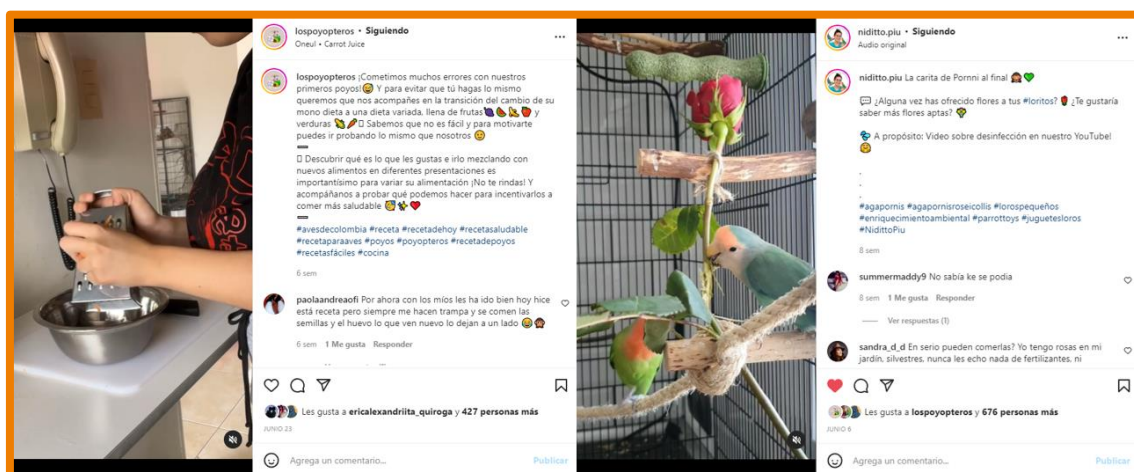
En el mes de enero de 2022, se realizó la encuesta a tenedores y criadores de aves y aquí se definió y se formalizó la utilización del video como formato para la creación de contenido educativo (ver Figura 35) y al estar a la vanguardia del manejo de redes sociales y tendencias, definí a Instagram como plataforma principal para la publicación del material audiovisual creado en este proyecto, por otro lado, seleccioné referentes gráficos de cuentas pertenecientes a ésta red social, que trabajaran de forma similar a lo que yo estaba desarrollando (ver Figuras de la 17 a la 22).

Dentro de la selección de los referentes, tuve en cuenta los siguientes aspectos para la modificación de lo que venía trabajando en términos de identidad gráfica y así poder crear el patrón estético en la creación de los contenidos y el discurso que iba a utilizar dentro de los mismos:

Primero, los videos deben ser grabados en un contexto de “hogar” donde la comunidad pueda empatizar y sienta que es posible replicar lo que ve en el video, a la vez, ambientan el video con música instrumental y utilizan su propia voz para narrar el contenido, prácticamente, el video tiene un estilo tutorial (ver Figura 47) que cuenta con: introducción, acción y resultado, el resultado viene siendo el ave realizando la acción sea comiendo, jugando, cantando, bañándose, etc. Todo depende del tema a tratar.

Figura 47.

Reels de @lospoyopteros y @niddito.piu.

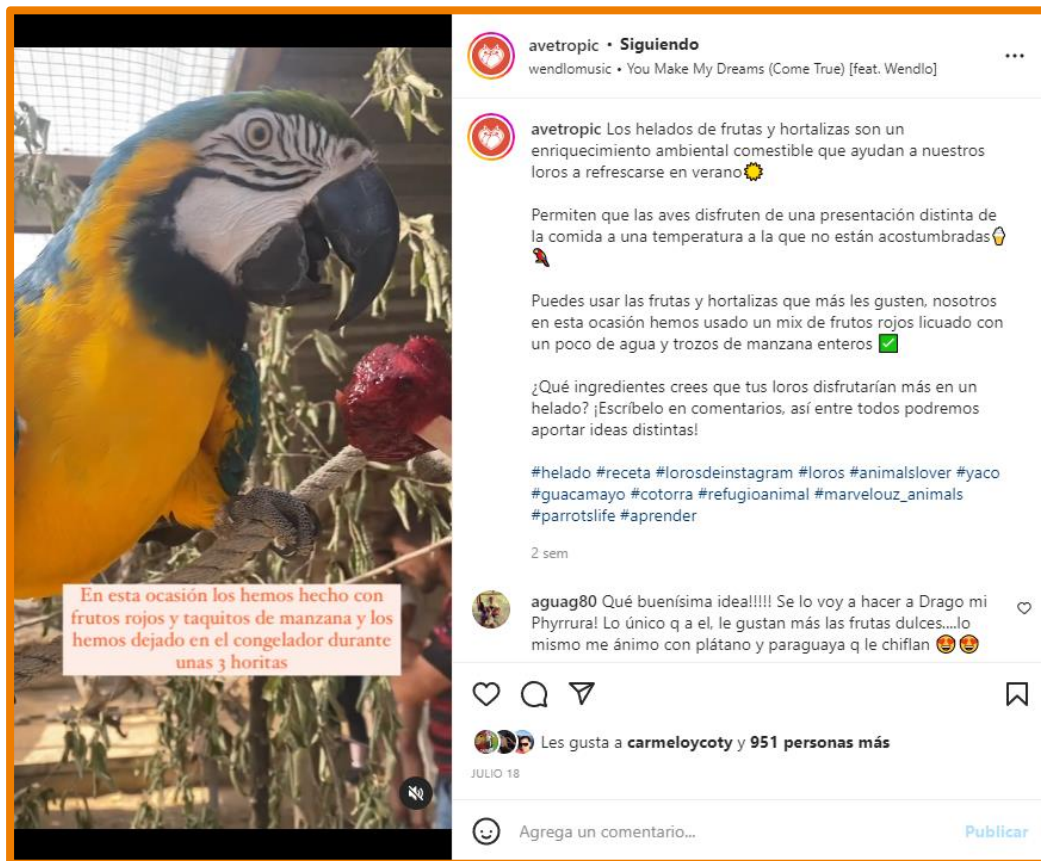


Nota. Los poyopteros realizando una receta y Niddito mostrando que las flores son comestibles para las aves. **Fuente:** Mar (2022) y Sofia (2022)

Segundo, en algunos casos, suelen complementar sus videos con pequeños textos que describen lo que sucede en la secuencia fotográfica o audiovisual, casi siempre cuenta con música de ambientación, no hay voz y el personaje principal es el ave o el tenedor interactuando con el ave (ver Figura 48).

Figura 48.

Reels de @avetropic.



Nota. Avetropic mostrando como hacer helados para aves. **Fuente:** Avetropic (2022)

Tercero, el guión que utilizan en su mayoría dentro del pie de la foto, es narrativo y personal, escriben como si hablaran contigo, generando compañerismo y empatía; luego exponen un poco sobre la importancia del tema que tratan e invitan finalmente a la comunidad a que comenten sus experiencias personales u opiniones respecto al tema. También hacen más amigable la redacción al utilizar emoticones y clasifican el contenido dentro de la red social a través de etiquetas (ver Figura 48).

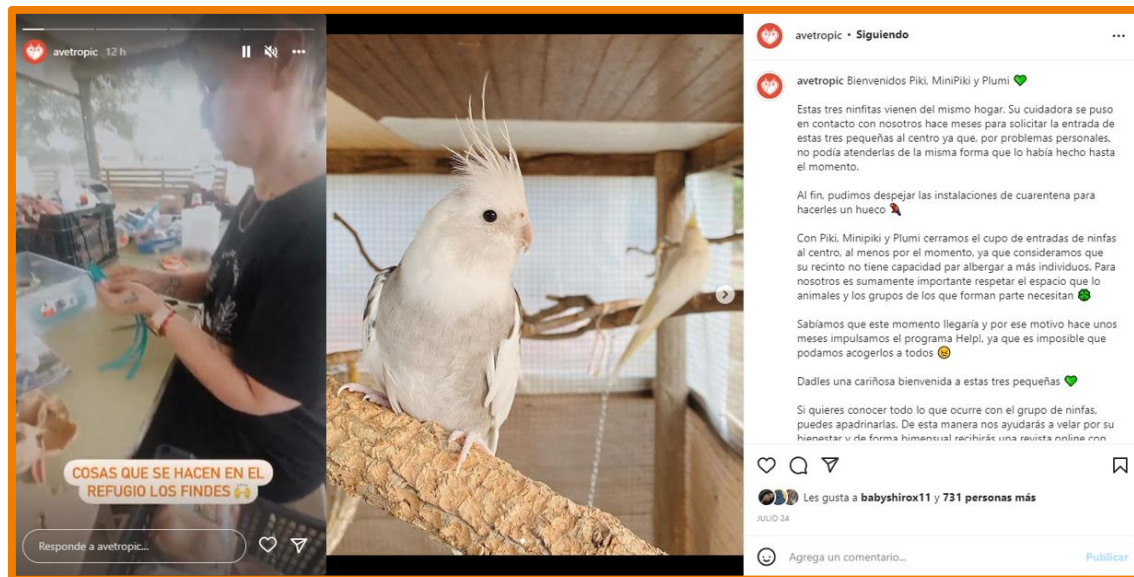
Cuarto, el enfoque visual hacia el ave es esencial en momentos de interacción con el tenedor, así como cuando el ave tiene la libertad de movilizarse en el espacio y es evidente su estado de salud físico y psicológico, esto genera seguridad en el usuario y fideliza con la cuenta y sus contenidos.

Quinto, los videos son el objetivo principal dentro de las cuentas, pero también se implementan otros métodos para lograr interacción con el usuario, como, por ejemplo: la publicación de estados que narran el día a día o que informan sobre una nueva

publicación, en algunos casos, complementan sus redes con infografía, fotografía o ilustración (ver Figura 49).

Figura 49.

Estados y publicaciones de @avetropic.



Nota. Los estados son diarios y las publicaciones son intercaladas.

Fuente: Avetropic (2022)

Es por todo esto que, llegué a la conclusión de crear el material audiovisual educativo de la siguiente forma:

Para empezar, al escoger la red social Instagram como plataforma principal para la publicación de mis contenidos, primero, tuve que adaptarme al formato que esta establece, donde los videos son verticales de medidas 1080x1920, resolución de 72 ppp para que el sistema no disminuya la calidad y el tiempo estimado seria entre 1 minuto a 1 minuto y medio; esencial no poner información en la parte inferior, ya que en esta se encuentra la descripción e información de la cuenta y no podría ser legible, también esta norma aplicaría con la parte lateral derecha, donde se encuentran las opciones de like, comentar, compartir, entre otras (ver Figura 50).

Por otro lado, el celular entra a ser un elemento importante de edición y creación de material, es por esto que debe cumplir con unas características básicas para mayor efectividad en edición y calidad de imagen, como por ejemplo tener una memoria externa superior a 32GB e interna de 128GB o más, una RAM superior a 4GB, un procesador que soporte la instalación de aplicaciones para la edición de videos y una cámara trasera y frontal que superen los 16 megapíxeles.



Segundo, esencial la implementación de fotografía y videos de los ejemplares realizando actividades o interactuando con el tenedor, esto es para generar confianza y seguridad de que lo que promueve en los contenidos es aplicable y verídico; seguidamente, utilizar ciertos encuadres como: primer plano, plano medio corto y medio largo, plano americano y si es posible, plano entero y primerísimo primer plano (ver Figura 51), ya que lo que es plano general y gran plano no es posible por las condiciones físicas en las que me encontraba y plano detalle era difícil de obtener por la resolución de la cámara del celular. Como conclusión, encontrar el mejor encuadre posible para minimizar detalles poco estéticos.

Figura 50.

Reels (videos) de la cuenta @nymphicuscali.



Nota. Descripción gráfica de los elementos que componen un Reels.

Fuente: Vera, N (2022)

Figura 51.

Fotografía y video desde diferentes encuadres.



Nota. El personaje principal dentro de los contenidos son las aves más que mi imagen.

Fuente: Vera, N (2022)

Tercero, la estética se fue modificando gradualmente por medio de una exploración gráfica, pero se estableció un patrón visual:

- El video iniciara con una pequeña animación del isologo.
- Después de la aparición del isologo, se da continuidad al título del tema a tratar, esto para generar una marca de agua.
- Al final del video se hace un llamado a acción invitando a los usuarios a seguir las redes sociales o a escribir sus inquietudes en la sección de comentarios.

Dentro de la exploración, se inició con una línea gráfica más estilizada, compleja, con animaciones de elementos y variedad de colores con el fin de llamar la atención y verse visualmente más “formal” (ver Figura 52). Para una mejor experiencia, link del video: <https://www.instagram.com/p/CZfxnw3lcfM/?hl=es>

Figura 52.

Pantallazos de la secuencia de la gráfica del primer video “Introducción sobre las Ninfa Cacatúa”.



Nota. Se da cumplimiento de los tres patrones visuales antes mencionados.

Fuente: Vera, N (2022)

Pero, como fueron las primeras veces en crear contenido, se presentaron muchos errores como el manejo de los tiempos y transiciones innecesarias de una red social a otra, un ejemplo de esto fue con la creación del segundo video “Mutaciones en Ninfas Cacatúa” donde se intentó movilizar a los usuarios de Instagram a que vieran los contenidos publicados en el canal de YouTube (ver Figura 53). Link del video: <https://www.instagram.com/p/CaIy4i3FUdE/?hl=es>

Figura 53.

Pantallazos de la secuencia del video “Mutaciones en Ninfas Cacatúa”.



Nota. El video contiene información aprobada por el criador profesional Jorge

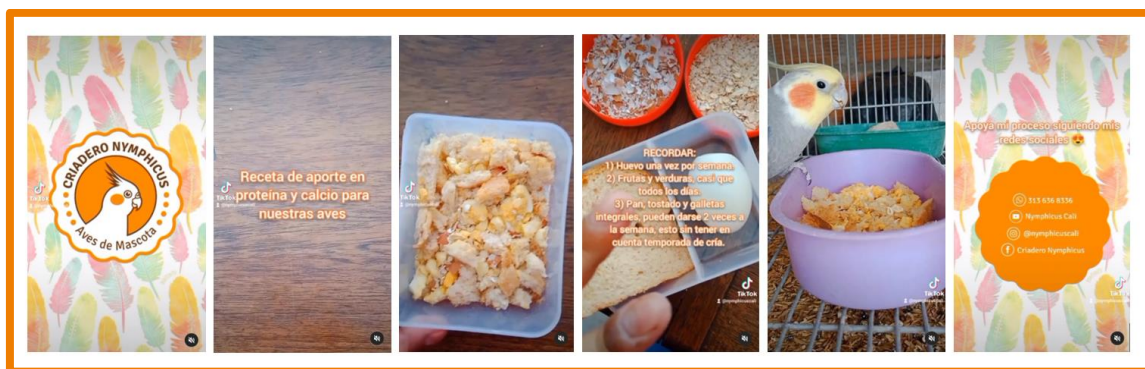
Escobedo. Fuente: Vera, N (2022)

Este ejercicio demostró que cada red social tiene un tipo de público y que movilizar dichos públicos de un lado a otro no es eficiente y puede generar que los seguidores deserten al momento de ver el contenido, por tanto, se minimizan visualizaciones y seguidores.

Al retomar el análisis que se realizó con los referentes, se hizo una nueva modificación donde se minimizaron los elementos visuales; ya no había tantas transiciones ni animaciones, los videos que se hicieron como material fueron más caseros, se tuvo como referencia el estilo tutorial para generar el ambiente informal y didáctico y finalmente se anexaron pequeños textos con información extra (ver Figura 54). Link del video: <https://www.instagram.com/p/CbgnVFQAqVg/?hl=es>

Figura 54.

Pantallazos de la secuencia del video “Receta de aporte en proteína y calcio para nuestras aves”.



Nota. Se conserva la secuencia de los tres patrones visuales antes definidos y los textos complementan lo tratado en el video. **Fuente:** Vera, N (2022)

A partir de este momento, se realizaron modificaciones que actualizaron la identidad gráfica y con ello la estética de los siguientes videos (ver Figura 55), las modificaciones fueron las siguientes:

- El eslogan del isologo “Aves de Mascota” fue cambiado por “Cacatúas y Productos” ya que dentro del emprendimiento se empezó a diseñar productos exclusivos para aves y se presentaron muchas confusiones con el anterior eslogan, ya que, al hablar en términos generales, los usuarios asumían que se criaban todo tipo de especies de aves, cuando realmente solo se centraba en Cacatúas Ninfa.
- Se creó un motivo ilustrado y personalizado para ser utilizado como fondo para futuros formatos y diseños, con posiciones diferentes de la Cacatúa Ninfa.
- Se diseñó unos estados destacados con la nueva estética de la identidad gráfica, clasificados en: Productos, Servicios y Mascotas, con el propósito de orientar a los usuarios que acceden por primera vez a la cuenta. Link de la página principal

de la cuenta @nymphicuscali, donde se encuentran los estados destacados:
<https://www.instagram.com/nymphicuscali/?hl=es>

Figura 55.

Pantallazos de la nueva identidad gráfica.



Nota. Esta nueva actualización formaliza estéticamente el emprendimiento.

Fuente: Vera, N (2022)

También se tiene en cuenta la adaptación de los colores para los formatos de impresión para futuras exposiciones de emprendedores en la ciudad y para las portadas de los videos (ver Figura 56).

Figura 56.

Pantallazos de la nueva identidad gráfica.

Portada de introducción
de los videos



Foto de perfil



Pendón para impresión



Publicidad



Tarjetas de
presentación



Nota. Este material fue impreso para un evento de emprendedores juveniles.

Fuente: Vera, N (2022)

Como resultado de esta modificación estética, nuevamente se quitaron elementos dentro de los videos para hacerlos menos saturados y los textos fueron cambiados de color y con ello contrastados con un fondo de color sólido para mayor legibilidad (ver Figura 57). Link del video “Cómo empapillar a nuestros pichones” donde se evidencian estos cambios: <https://www.instagram.com/p/CgF2xzqIJ1M/?hl=es>

Figura 57.

Pantallazos del video “¿Cómo empapillar a nuestros pichones?”.



Nota. Modificación en la presentación de los textos texto y de la estética de la introducción. Fuente: Vera, N (2022)

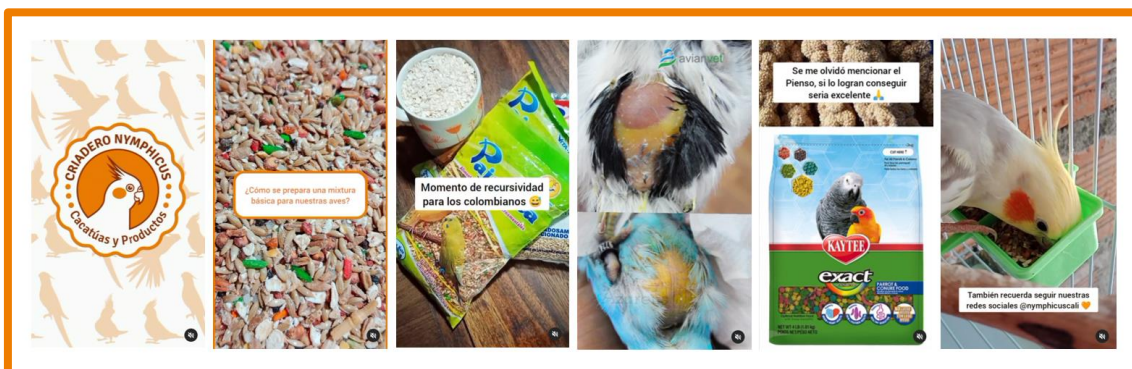
Como se había mencionado antes, al final de los videos había un fragmento donde se le invitaba al usuario a seguir las redes sociales, esta invitación fue cambiada por: “si necesitas ayuda, no dudes en comunicarte conmigo”; esto para generar un ambiente más amigable y empático con el usuario que ve el contenido.

A causa de las actuales modificaciones, dentro de la creación de los videos se implementa un intercalado entre imágenes descargadas de internet, para momentos de ejemplificar algo al que no tengo acceso; fotografías propias, sea de las aves, su alimento, accesorios, entre otros y videos de los ejemplares realizando acciones naturales de su comportamiento como comer, dormir, bañarse, etc.

Un ejemplo de esta composición, es el video: “¿Cómo se prepara una mixtura básica para nuestras aves?”, donde uno todos los elementos antes mencionados (ver Figura 58). Link del video: <https://www.instagram.com/p/Cg4gbCbFbcP/?hl=es>

Figura 58.

Pantallazos del video “¿Cómo se prepara una mixtura básica para nuestras aves?”.



Nota. Integración de todos los elementos como imágenes externas, videos y fotografías propias, transiciones, etc. **Fuente:** Vera, N (2022)

Por otro lado, el orden del guión técnico del discurso utilizado en los videos fue el siguiente:

- Primero, iniciamos con: “saludos desde Nymphicus Cali”.
- Segundo, mencionamos el tema: “hoy hablaremos sobre...”.
- Tercero, brindo el contenido como tal del tema, realizo advertencias en caso de ser necesario, complemento con imágenes externas cuando no tenga material propio para exponer, entre otros.
- Cuarto, anexo videos de mis aves realizando la acción, sea comiendo, bañándose, desplumándose, cantando, etc.
- Quinto, finalizo el discurso con un llamado a la acción “si necesitas ayuda, no dudes en comunicarte conmigo...”, “no olvides en escribir tus dudas en la sección de comentarios” o “no olvides seguir nuestras redes sociales.

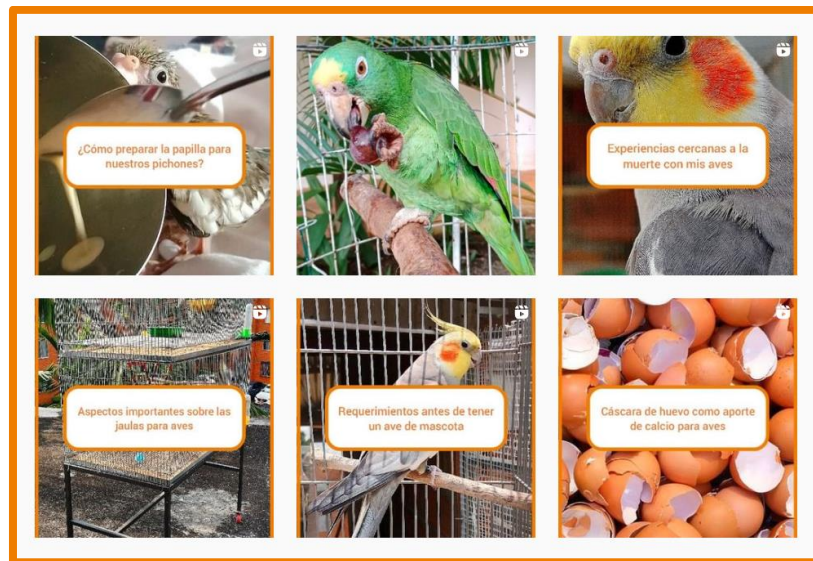
Para lograr una mayor organización visual dentro de las publicaciones, se propone la creación de portadas personalizadas según el tema que se vaya a tratar, estas portadas cuentan con un título sobre una base en color sólido para su legibilidad y como fondo la fotografía (ver Figura 59). En términos estéticos, la presentación de la red social mejora y puede beneficiar positivamente la experiencia en el usuario al momento de querer retomar un video a través de las portadas. Para una mejor visualización, link de la cuenta de Instagram: <https://www.instagram.com/nymphicuscali/?hl=es>

La tipografía que ha sido utilizada en algunos segmentos de los videos y portadas de es la Roboto Medium (ver Figura 60 y 61). El programa de edición que se utilizaba inicialmente era Filmora, pero para mayor inmediatez y eficiencia, se utilizó la aplicación YouCut que permite editar directamente desde el celular y conservar la resolución del material grabado, también dio uso de la aplicación Polish, para la edición de fotografías. Finalmente, como complemento de la creación de los contenidos, se anexó música

instrumental de fondo cuyos derechos de autor son permitidos en la aplicación YouCut a cambio de visualizaciones publicitarias.

Figura 59.

Portadas de los Reels del Instagram @nymphicuscali.

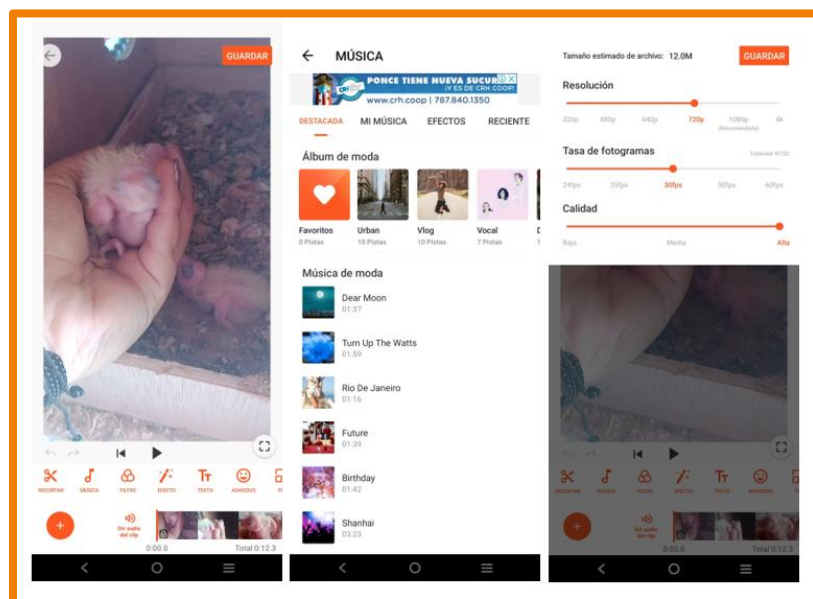


Nota. Las portadas brindan contexto y clasificación de los temas.

Fuente: Vera, N (2022)

Figura 60.

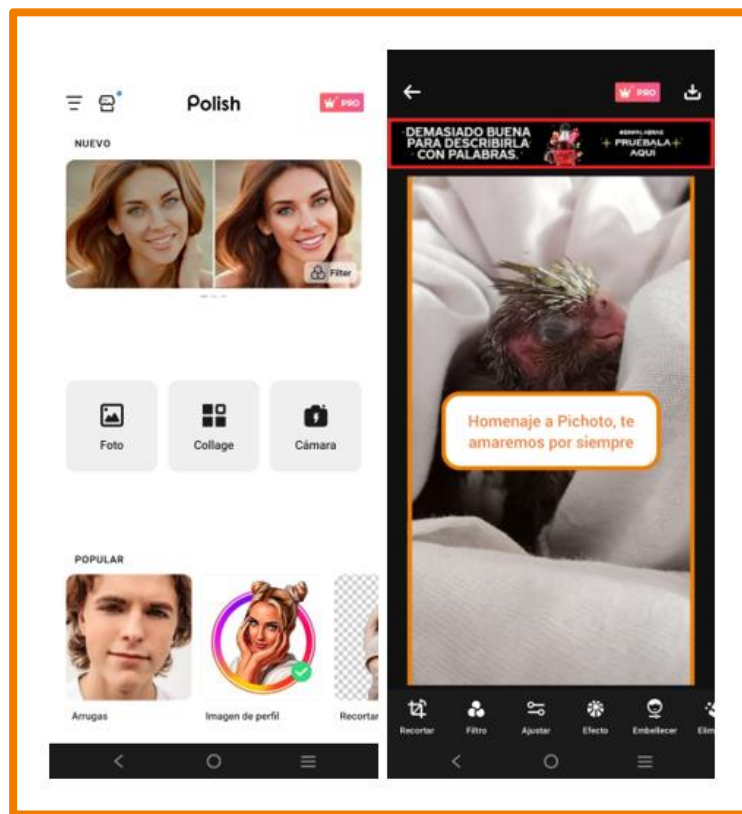
Aplicación YouCut.



Nota. Se puede exportar desde diferentes formatos y resoluciones.

Fuente: YouCut (2022)

Figura 61.
Aplicación Polish.



Nota. Dinámico, sencillo y en buena resolución. **Fuente:** Polish (2022)

De modo similar a como se lleva a cabo el discurso en los videos, así se aplica dentro del pie de foto “descripciones” de las publicaciones, donde se procura utilizar un lenguaje no tan técnico sino más narrativo, también se hace mención de recomendaciones u advertencias que no hayan sido comentadas directamente en el video, los textos pueden ser acompañados con emoticones (ver Figura 62) y finalmente se ponen etiquetas relacionadas con el tema (#comida, #educación, #información, #cuidados), lugar en donde se crea el contenido (#cali y #colombia), clasificación (#mascota, #mascotascali, #aves, #avescali, #cacatuaninfa), entre otros y siempre antes de publicar, se señala la ubicación, para que así se establezcan las conexiones de patrón y con ello, el contenido pueda llegar a más personas.

Una recomendación al momento de utilizar etiquetas es no saturar la descripción con ellas, esto es porque entre más etiquetas uses, más patrones se realizarán y el contenido se perderá entre la multitud.

Figura 62.

Descripción o pie de foto.

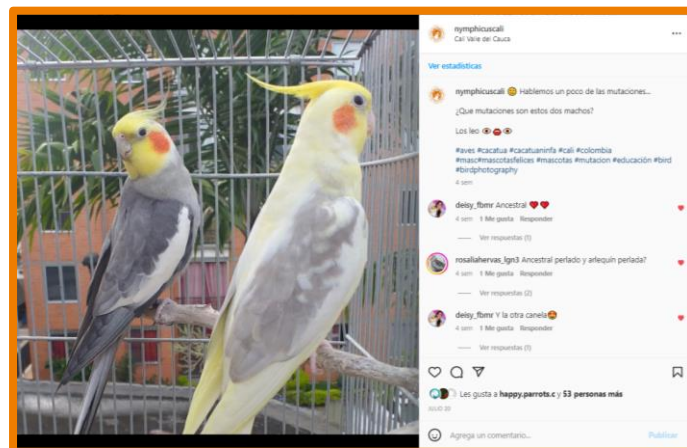


Nota. Intercalar contenido. **Fuente:** Vera, N (2022)

Las redes sociales no pueden quedar inactivas por mucho tiempo, porque se corre el riesgo de disminuir los seguidores y con ello visualizaciones y aunque la creación del material audiovisual requiere de tiempo y edición, se llevó a cabo la publicación fotográfica interactiva o de exposición, esto quiere decir que no siempre se subirán contenidos audiovisuales semanales, pero si fotografías con descripciones narrativas o interactivas; se pueden realizar publicaciones donde se pone a prueba los conocimientos adquiridos durante estos meses o se pueden exponer vivencias llamativas que se encuentren directamente relacionadas con la tenencia de aves (ver Figura 63).

Figura 63.

Publicación interactiva donde se pone en práctica los conocimientos.

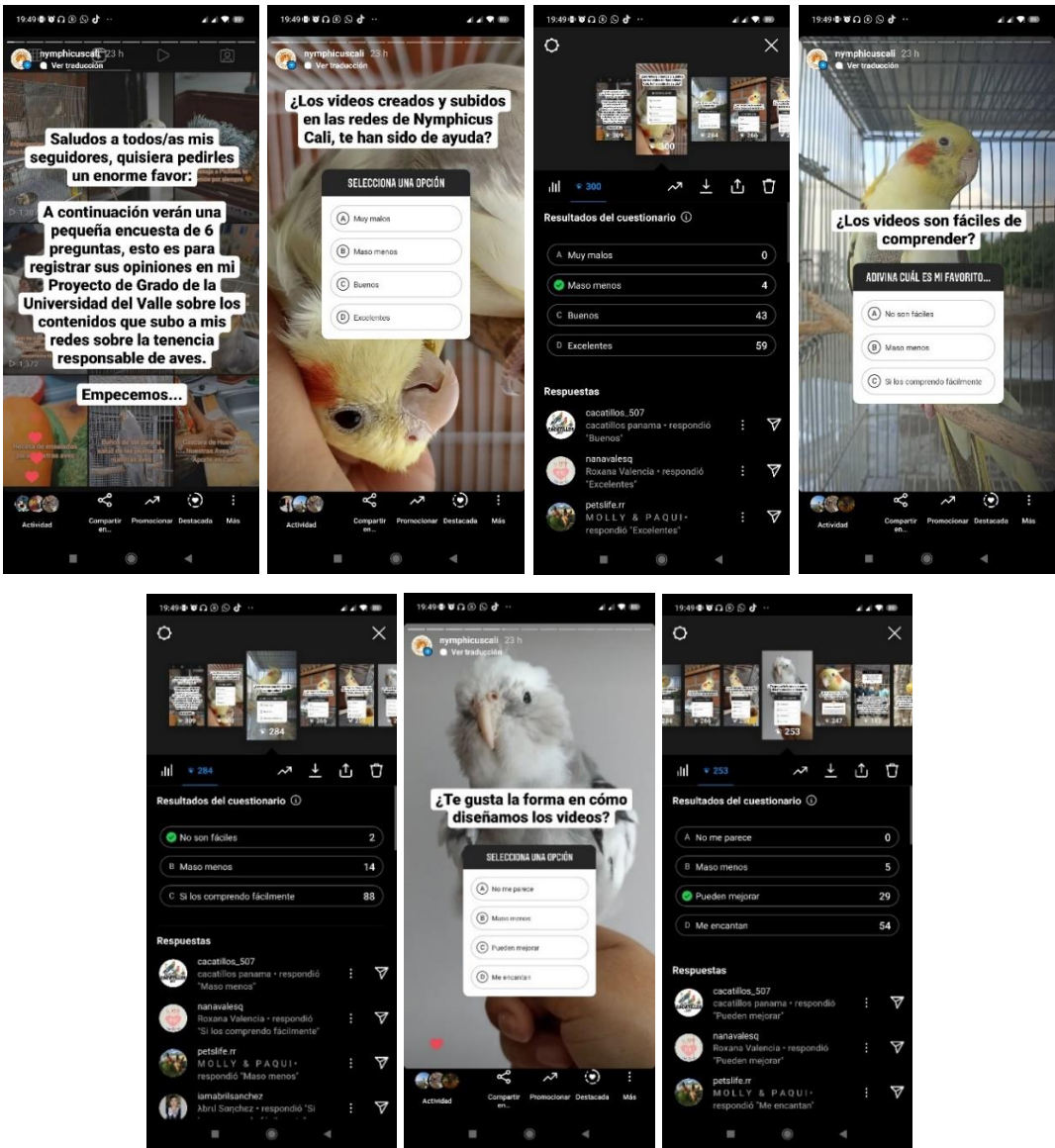


Nota. Estas publicaciones no deben primar más que los videos. **Fuente:** Vera, N (2022)

De forma alterna al proceso gráfico y de creación, se ha estado realizando constantemente pruebas de experiencia en usuarios, con el fin de entender la posición en la que se encuentran al momento de consumir los videos que se desarrollan (ver Figura 65); es gracias a estas observaciones que se fueron realizando modificaciones tanto estéticas como de desarrollo del discurso y organización del material audiovisual (ver Figuras desde la 52 a la 57), también se hizo evaluación de si el material cumplía con su propósito y los resultados fueron satisfactorios (ver Figura 64). La prueba de usuario se llevó a cabo por medio de una encuesta publicada de forma interactiva en los estados de Instagram.

Figura 64.

Prueba que evalúa el cumplimiento del objetivo de la creación de los videos.

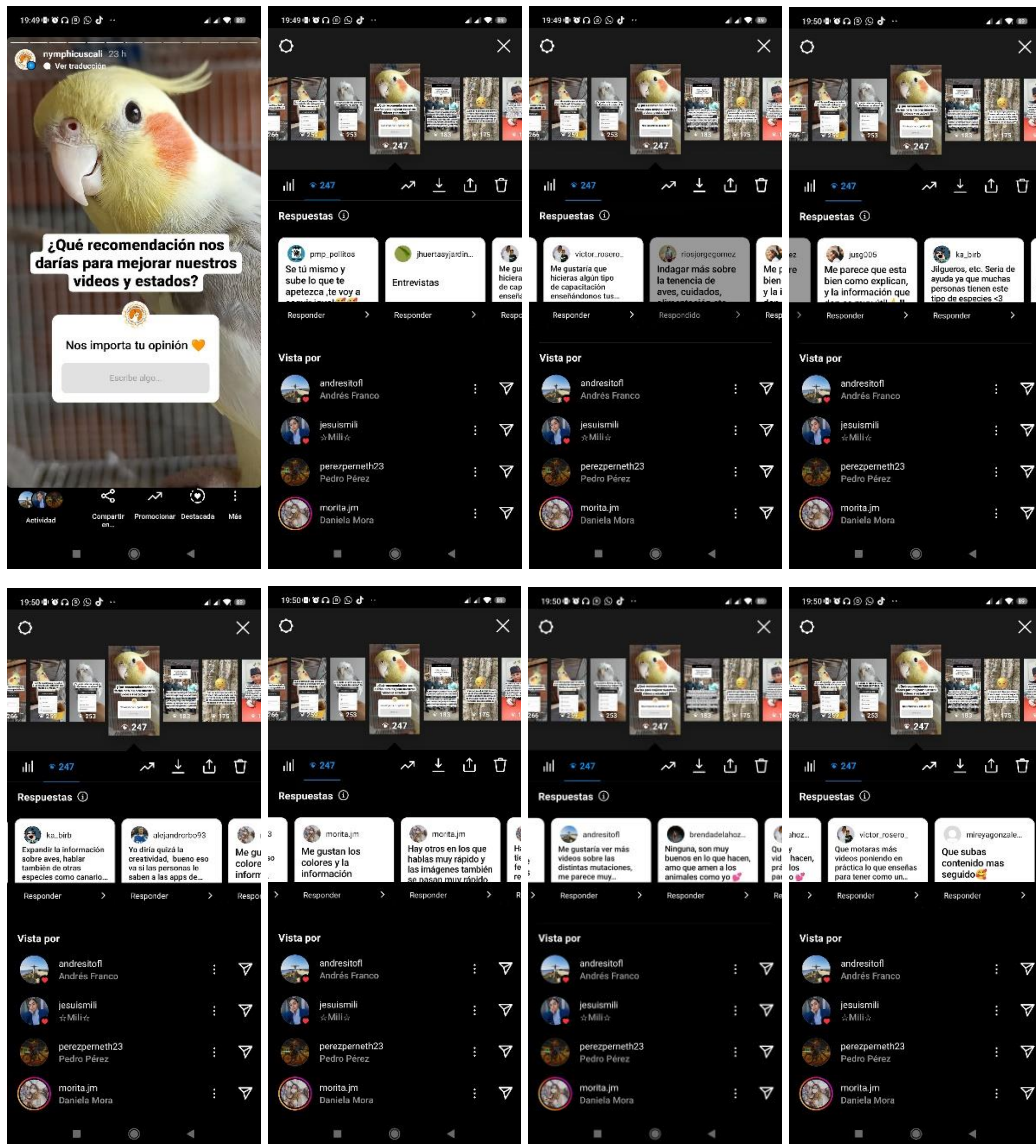


Nota. Los resultados fueron positivos, pero es necesario seguir mejorando.

Fuente: Vera, N (2022)

Figura 65.

Prueba abierta a recomendaciones por parte de los usuarios.



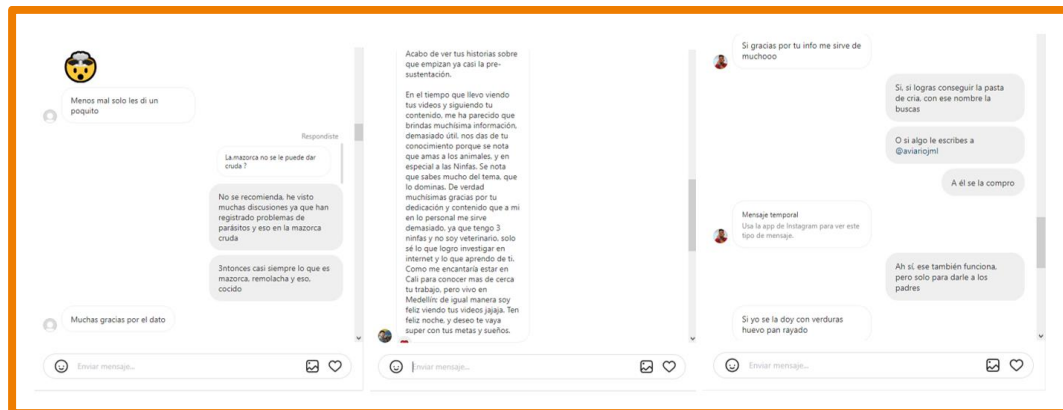
Nota. Poco a poco se fueron aplicando las recomendaciones. **Fuente:** Vera, N (2022)

Para crear una mejor experiencia en los usuarios con las redes, siempre se hace acompañamiento por medio de orientación personalizada ante las inquietudes que estos tengan respecto a sus aves. Es muy importante entablar estos espacios de comunicación, puesto que en los videos no se puede recopilar todo y cada persona presenta una situación en particular; esto ha permitido que los usuarios fidelicen con los contenidos y con ello he generado una mejora significativa dentro de la tenencia de sus ejemplares (ver Figura 9 y 66). Este ejercicio también ha permitido empatizar y entender las dificultades a las que acceden los usuarios al momento de buscar orientación, como en mi caso personal, vine a entender mucho más cuando los criadores aclaraban mis dudas de forma directa. Para conocer la opinión de algunos usuarios sobre este proceso, acceder al siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/17aGNtIMQlQR43_KVdBWAGP8XrCeul-29?usp=sharing

Figura 66.

Orientación personalizada en el chat de Instagram.



Nota. Un pequeño fragmento de los acompañamientos que he realizado con mis usuarios. Fuente: Vera, N (2022)

También se implementaron varias estrategias que aumentaran las posibilidades de visibilidad a nuevos usuarios y teniendo en cuenta todo el proceso que he venido describiendo, estas estrategias son las siguientes:

- Existencia en Google Maps (ver Figura 67), ya que es el principal buscador al que acceden los usuarios sin edades específicas.

Figura 67.

Nymphicus Cali en Google Maps.



Nota. Se puede encontrar utilizando palabras como: aves Cali, cacatúas Cali, etc.

Fuente: Google Maps (2022)



- Existencia en Facebook (ver Figura 68) para sector poblacional de 31 a 45 años.

Figura 68.

Facebook de Nymphicus Cali.

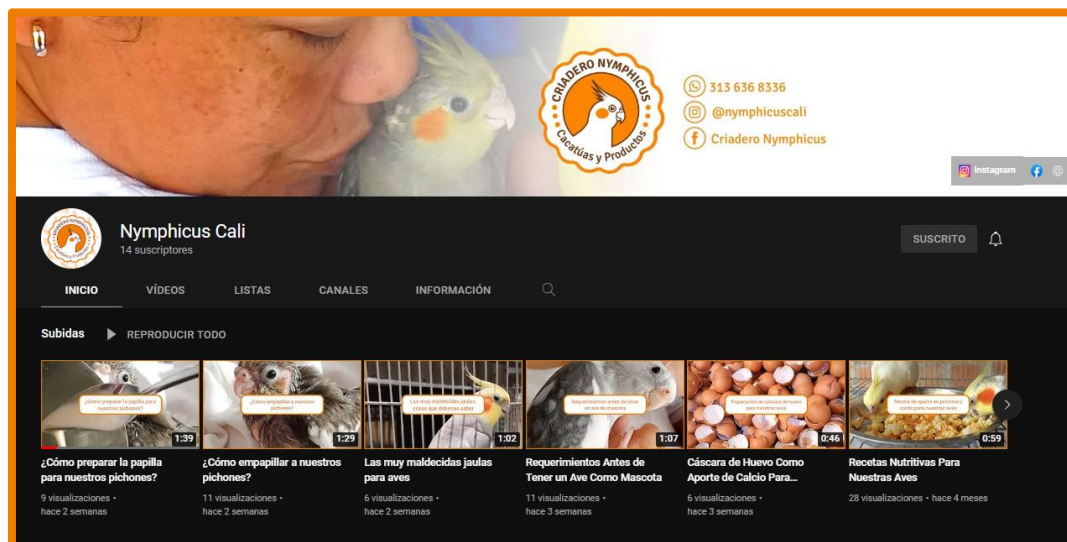


Nota. Tiene la misma antigüedad que la cuenta de Instagram. Fuente: Vera, N (2022)

- Existencia en YouTube (ver Figura 56) para el sector poblacional de 25 a 40 años.

Figura 69.

YouTube de Nymphicus Cali.

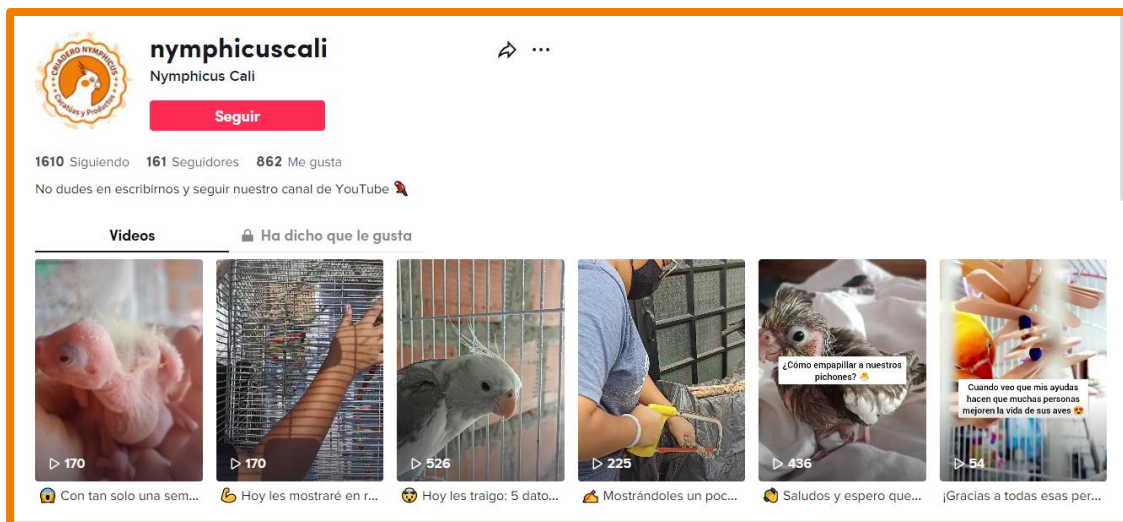


Nota. Cree el canal a mediados de abril de 2022. Fuente: Vera, N (2022)

- Existencia en Tiktok (ver Figura 70) para el sector poblacional de 16 años en adelante.

Figura 70.

YouTube de Nymphicus Cali.



Nota. Esta cuenta empezó un año después de crear el Instagram. **Fuente:** Vera, N (2022)

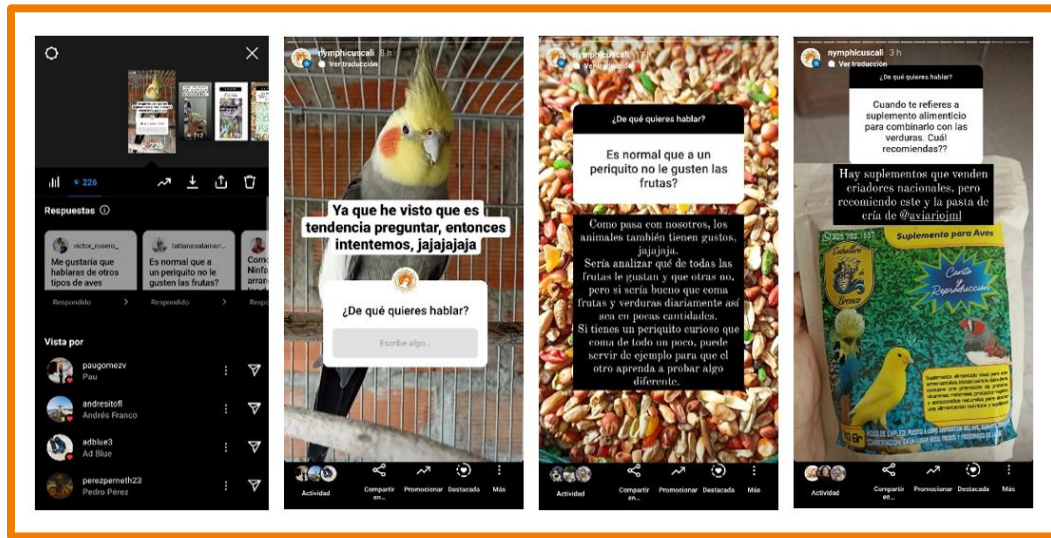
Reconociendo que pertenecer a muchas plataformas no es lo más recomendable, hice una exploración para entender cómo se está comportando la comunidad con las tecnologías y medios de comunicación y gracias a esto, he podido comprender a fondo el trabajo que se requiere para la adaptabilidad a las condiciones que exige cada una y las semejanzas que estas tienen al pertenecer a la misma empresa que los administra.

Un ejemplo de cómo se lleva a cabo esta dinámica, es que en términos de tendencia y composición, con TikTok se está a la vanguardia; YouTube funciona como orientador para entender el manejo más formalizado de los temas sobre la tenencia de aves y permite publicar contenidos con mayor durabilidad; Instagram, ayuda a tener mayor visibilidad e interacción a través de los estados y Facebook me permite acceder al sector poblacional adulto, que son el público que generalmente cuenta con los recursos para garantizar las condiciones de vida que necesitan las mascotas que adquieren.

Otra estrategia que se lleva a cabo, es utilizar los estados para generar interacciones y ejercicios donde pueda brindarle atención a los usuarios que siguen la cuenta (ver Figura 71), así mismo, es un espacio donde se pueden aclarar inquietudes reutilizando fotografías o videos realizados con las aves, esto también me ayuda a generar alianzas con otras cuentas que promueven la misma temática y propósito que yo y mantiene las redes activas. Para conocer la variedad de estados realizados, ingresar al siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/1WJ2qlpoOFBHTdZuRnLnKg-9mmcz2yCi5?usp=sharing>

Figura 71.

Estados en Instagram.



Nota. Poco a poco se ha ido mejorando la estética en estas publicaciones didácticas.

Fuente: Vera, N (2022)

A pesar de las condiciones actuales donde tengo a las aves, siempre se procura demostrar a través del desarrollo de los videos la calidad de vida que les puede ofrecer (ver Figura 72), ya que mi condición actual de salud me la limitado a relacionarme con ellas y reconozco que el entorno en que se encuentran no es atractivo visualmente y esto es una enorme desventaja frente a otros desarrolladores de contenidos.

Figura 72.

Un pequeño registro detrás de cámaras.



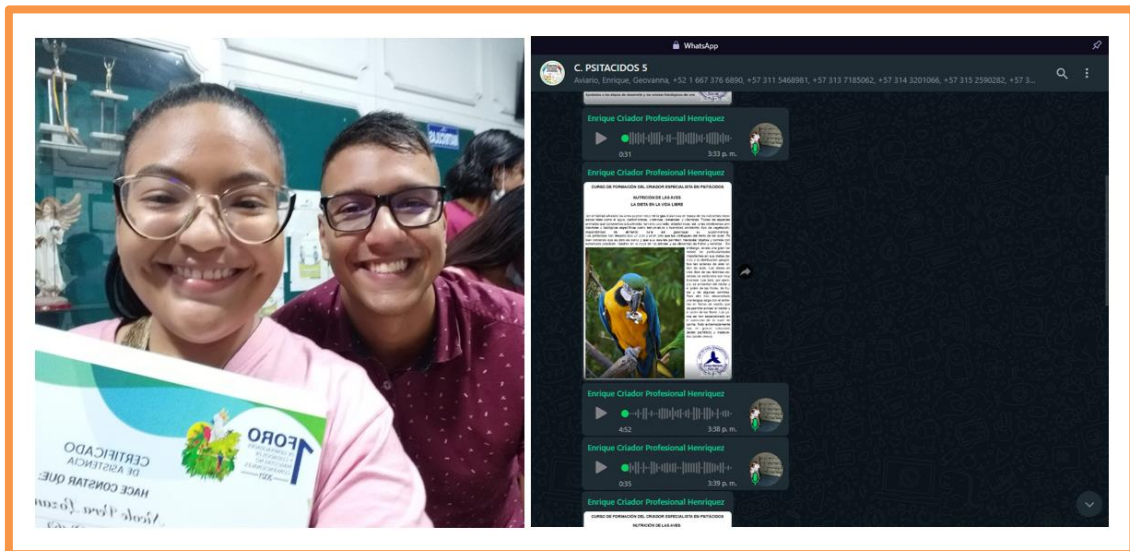
Nota. Se aprende a ser creativo con las herramientas que se tengan a la mano.

Fuente: Vera, N (2022)

Para finalizar, garantizar información de calidad y verídica, es un trabajo que requiere de formación y capacitación, es por esto que se ha procurado durante estos años acceder a cursos o certificaciones relacionados con la tenencia de animales poco convencionales, o la cría y tenencia de psitácidos, ya que cuando se trata de crear contenidos sobre una especie, es nuestra responsabilidad prevenir problemas de comunicaciones y más cuando eres diseñadora gráfica (ver Figura 73).

Figura 73.

Formación profesional.



Nota. Procesos que te brindan conocimientos de calidad. **Fuente:** Vera, N (2022)

14. Anexos

A continuación, se adjunta un enlace de drive donde alberga todos los anexos de este proyecto de grado, aquí podemos encontrar las tablas en mejor resolución, registro fotográfico de cada proceso, información sobre los procesos de investigación, etc. <https://drive.google.com/drive/folders/1NM445Yb7IhM3alkMBysPUAIU6jMxQ0te?usp=sharing>

15. Conclusiones

- El papel del diseñador gráfico va más allá de solo trabajar aspectos estéticos de un proyecto, un diseñador gráfico desarrolla a lo largo de su carrera, capacidades que lo hacen sensible ante las necesidades que puede presentar una comunidad, el hecho de clasificar la información, acceder a otras disciplinas para comprender el contexto, realizar estudios, prototipos, pruebas en usuarios, etc. Evidencia habilidades multidisciplinarias que no cualquier profesión alcanza a abarcar.
- Para trabajar con proyectos que tienen una línea de impacto social, se recomienda el acompañamiento de un equipo de trabajo para ampliar el panorama de las metodologías que se pueden llevar a cabo para el cumplimiento de los objetivos, ya que el nutrir a través de otras experiencias, fortalecen el proceso y dan mayores resultados.
- Las herramientas como el celular y aplicaciones alternativas de edición de video y fotografía, son elementos asequibles que agilizan tiempos y dan como resultado, productos semejantes a los que se puede lograr en un programa de edición convencional.
- Tratar temas que socialmente son ignorados dentro del territorio nacional, como en este caso el maltrato animal en aves, requieren de conocimientos y experiencias previas para poder desarrollar un proceso que, en muchos casos, nunca se ha hecho, por tanto, es un proceso muy experimental que necesita de pruebas constantes con los usuarios para lograr un resultado satisfactorio y benéfico para el público al que vaya direccionado el proyecto.
- Emprender como diseñadora gráfica, te permite encontrar oportunidades de negocio en necesidades que son desapercibidas por la comunidad.
- Trabajar como creador de contenido es una disciplina que requiere de estrategia y estudio constante del consumidor, así mismo es indispensable el uso de una estética llamativa, ya que todo entra por los ojos y la deserción por parte de los consumidores hacia los contenidos es muy fácil de provocar.
- Lograr interacciones y movilidad en las redes sociales, es un ejercicio donde de cada cinco intentos, uno puede ser el ganador, ya que las exigencias de los usuarios aumentan y suelen darles mayor relevancia a contenidos de entretenimiento que a contenidos educativos, es por esto que se recomienda complementar la formación profesional como diseñadores gráficos con temas relacionados en el manejo de estrategias de comunicación, experiencia de usuarios y neuromarketing.
- Desarrollar una identidad gráfica, implica que nunca se da por finalizado su proceso evolutivo desde lo estético y funcional, ya que las organizaciones con el tiempo siempre se van adaptando al movimiento que direcciona la sociedad.
- No se recomienda replicar del todo las tendencias que se crean dentro de las redes sociales, esto puede generar que tu contenido se pierda entre la multitud y las posibilidades de llegar a nuevos usuarios irán decayendo, pero, si se recomienda estar al pendiente de las tendencias que apenas empiezan a surgir o que tienen contenido llamativo más no ha logrado su tope máximo de interacción y divulgación.
- No se recomienda utilizar demasiadas etiquetas dentro del pie de foto o descripción de la publicación, esto para evitar lo que se menciona en el anterior



punto, pero si es importante especificar la ubicación de la publicación, para que esta pueda aparecerles a usuarios de tu zona geográfica.

- Es importante intercalar las publicaciones sea con fotografías interesantes o con ilustraciones que se relacionen directamente con el enfoque de la red social que se tiene, ya que es entendible que la creación de material audiovisual requiere de tiempo para grabar y editar, pero es indispensable no dejar las cuentas sin movilidad, porque pueden ser perdidas tanto en interacciones como en seguidores y hasta posibles clientes.
- Es indispensable organizar un servicio de atención al cliente personalizado dentro de nuestros emprendimientos, esto se menciona porque actualmente las redes sociales y medios de comunicación están tan sistematizados, que los usuarios desertan al no entablar una comunicación más humana y desde experiencias personales, se ha evidenciado que muchas veces se tienen inquietudes que una programación no puede resolver.
- Cuando realizas un proyecto que no cuenta con antecedentes de bases de datos estadísticos y tu empiezas a crearlos, estas abriendo una brecha de investigación que era inexistente.
- Ponerte en la posición del usuario, te permite entender sus frustraciones y con ello puedes diferenciarte con más facilidad de otros negocios y organizaciones por la forma en como atiendes y le facilitas las cosas.
- Si piensas utilizar música de ambientación para los videos, esencial que estos no tengan restricciones por derechos de autor o también se pueden conseguir por medio de la aplicación de Tiktok, solo que al final de la descarga del video sale la marca de agua o también puedes utilizar aplicaciones de edición de video donde te dan los permisos viendo publicidad y muy importante, siempre mencionar a los autores de la música en las publicaciones que realices.
- Como diseñadores gráficos tenemos casi que el deber de estar constantemente formándonos, ya que nuestras habilidades se fortalecen a medida que las sociedades vayan cambiando.



16. Referencias

- Avetropic (2021). Nuestra razón de ser. [Introducción de la fundación]. Sitio [página web]. <https://www.avetropic.org/avetropic>
- Camacho & Stegel, (2020) El compromiso del diseño, de los diseñadores, y de nosotros como docentes [Expertia grafica, documento de diseño gráfico] <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.201>
- Colombia, (2021) Política Nacional de Protección y Bienestar Animal [Gobierno de Colombia, Bogotá D.C] <https://www.minambiente.gov.co/consulta/politica-nacional-de-proteccion-y-bienestar-anim/>
- Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), 1 de julio, 1975, <https://cites.org/esp/disc/what.php>
- Decreto 2811 de 1974 (1974, 18 de diciembre). El Presidente De La República De Colombia. “Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.”. <https://up-pe.libguides.com/c.php?g=1043492&p=7615241#:~:text=Las%20leyes%2C%20decretos%2C%20entre%20otras,XXXXX%2C%20Diario%20Oficial%20El%20Peruano.>
- Distrital, (2018) El Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal [Gobierno de Colombia, Bogotá D.C] <https://www.animalesbog.gov.co/transparencia/planeacion/planes/politica-pública-distrital-protección-y-bienestar-anim-2014-2038>
- Escobedo (2022, 12 de abril). Club Ninfero, Educar a los poseedores de ninfas mediante la participación continua de los socios de este Club Ninfero. [Grupo de Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/798364483871841/about>
- Frascara, (2000) Diseño gráfico para la gente [Ediciones Infinito, Buenos Aires] https://www.academia.edu/7663147/Jorge_Frascara_Diseño_gráfico_para_la_gente Comunicaciones de masa y cambio social
- Ispring Suite (2021, 19 de febrero). Diseño instruccional: el arte de la arquitectura del eLearning. [Modelo ADDIE y diseño instruccional]. Sitio [página web]. <https://www.ispring.es/blog/disenio-instruccional>
- Ley 1774 de 2016 (2016, 6 de enero) Congreso de la Republica. Por medio de la cual se modifican el Código Civil, la Ley 84 de 1989, el Código Penal, el Código de Procedimiento Penal y se dictan otras disposiciones. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1774_2016.html



- Ley 5 de 1972 (1972, 20 de septiembre). Congreso de la Republica. Reglamentada por el Decreto Nacional 497 de 1973.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8990>
- Ley 57 de 1887 (1873, 26 mayo). Código Civil. Ley 57 de 1887, art. 4o. Con arreglo al artículo 52 de la Constitución de la República, declárase incorporado en el Código Civil el Título III (arts. 19-52) de la misma Constitución.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=39535#:~:text=Expide%20el%20Código%20Civil%20Colombiano,obligaciones%2C%20contratos%20y%20acciones%20civiles.>
- Ley 84 de 1989 (1989, 27 de diciembre). Congreso de la Republica. Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia.
<https://www.dnp.gov.co/programas/justicia-seguridad-y-gobierno/Documents/ANEXO%203 LEY%2084%20DE%201989.pdf>
- Mancipe (2016, 28 de diciembre). El Diseño Gráfico Y De Comunicación. Una Aproximación Al Objeto De Estudio Y A La Pertinencia De La Profesión En Las Pymes Manufactureras Colombianas. Revista Nexus Comunicación, 20.
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21224852010.pdf>
- Mar [@niditto.piu]. (2022, 2 de julio). Algunas flores aptas para loros [Infografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cel1AkbKFeV/>
- Niditto.Piu (2021). Sobre nosotros. [Introducción del propósito del blog]. Sitio [página web]. <https://www.nidittopiu.com/sobre-nosotros/>
- Pitre, R. C., Builes, S. E., & Hernández, H. G. (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. Revista Universidad & Empresa, 23(40), 1-20. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9114>
- Roger y Noelia [@avetropic]. (2022, 2 de julio). El picaje en loros ¿Qué hacer? [Reels]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Ce3SqBcQvQ8/?hl=es>
- Ruiz (2020, 15 de diciembre). Contenidos Educativos Digitales: Qué Son Y Por Qué Son Tendencia. [El contenido educativo]. Sitio [página web].
<https://somechat.es/contenidos-educativos-digitales-que-son/>
- Sofía [@lospoyopteros]. (2022, 2 de julio). Fuentes de Calcio [Infografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CWLtT5zMIGu/?hl=es>
- Unir. (2021, 23 de junio) Comprender qué es el diseño gráfico es fundamental para poder sacarle partido a una disciplina crucial en el marketing y la comunicación. Unir Revista, Ingeniería y Tecnología.
<https://www.unir.net/ingenieria/revista/que-es-diseno-grafico/>
- Velásquez (2012, abril - junio). Principios básicos de diseño gráfico aplicados a la preparación de ayudas visuales para presentaciones científicas y de negocios. Estudios Gerenciales Vol. 28 No. 123.
<https://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/1847>

