



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

TEMA

**“ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA EVITAR EL
ABANDONO DE PERROS”**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

LORENA ANGÉLICA VICCON ALVAREZ

ASESORA: ADELA MABARAK CELIS

Ciudad Universitaria 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A todos aquellos que me motivaron y no dejaron de creer en mí.

A los que me apoyaron y guiaron en el camino para terminar el trabajo que varios años quedó postergado.

A la UNAM por ser mi casa y a los profesores que alberga sus aulas.

A los perros por ser mi motor para la elaboración del presente trabajo.

Dedicatoria

A mi mamá por su apoyo, consejos e innumerables desvelos; por siempre cuidarme; por levantarse temprano para llevarme a la escuela sin falta; por prepararme el desayuno para que no me fuera con el estómago vacío; por su inmenso esfuerzo para brindarme una buena educación, esmero que pude entender y valorar hace algunos años.

Por hacerme saber que todas las formas de vida merecen respeto, sin subestimar, porque la vida está llena de seres increíbles.

Gracias por acompañarme y alentarme a terminar este ciclo, que sin duda es muy importante para ti y extraordinario para mí.

A mis abuelitos que han sido unos excelentes padres, que han estado sin duda en los momentos más representativos; por sus cuidados y consejos.

A mis tías quienes también han sido madres y guías; por su apoyo en diversas circunstancias, sus consejos y sus regaños, pero sobre todo, por los primeros.

A Alonso por las tardes de biblioteca, por acompañarme y apoyarme siempre que lo necesito, porque es un gran compañero de vida.

A mis amigos por sus consejos, apoyo, felicitaciones y regaños, en especial a Eugenia, ya que sin su ayuda no hubiera dormido más días de los previstos.

A mis jefes por brindarme las facilidades para titularme.

A mi asesora la maestra Adela Mabarak Celis, por se guía y consejera.

A mis cuatro sinodales, los profesores: María del Rocío Avendaño Sandoval, José Ángel Garfías Frías, Martín Fernando Martínez Elorriaga y José de la Luz Rivera Galaviz, por tomarse el tiempo para hacer sus observaciones.

Gracias a todos pero sobre todo quiero agradecer a aquellos seres divinos, a mis amigos de cuatro patas, quienes me alentaron a realizar el presente trabajo. A todos aquellos perros que se han atravesado en mi camino, a los que han llegado a ser parte de mi hogar por mucho o poco tiempo, y a aquellos que aún no conozco pero sé que están en diversos lugares en busca de alguien que les brinde un hogar, una caricia y amor sincero.

A ellos todo mi respeto porque son seres increíbles y luchadores de vida.

“La grandeza de una nación y su progreso moral pueden ser juzgados por la manera en que trata a sus animales”

Mahatma Gandhi

ÍNDICE

	Páginas
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I. Estrategias de Comunicación	12
1.1. Comunicación Persuasiva.....	16
1.2. La Influencia de la Imagen.....	22
1.3. La Sensibilización como Factor Estratégico de Convencimiento.....	26
1.4. Sobre la Sensibilización.....	28
CAPÍTULO II. Clínica Veterinaria Delegacional, Magdalena Contreras (antes control canino)	32
2.1 Instalaciones.....	34
2.1.1 Servicios.....	36
2.1.2 Programa de Adopciones.....	40
2.2 La Magdalena Contreras en Cifras.....	42
2.3 Cuestión de Salud Pública.....	52
2.3.1 Los Perros en Cifras.....	54
2.3.2 Enfermedades de Transmisión (Perro a Humano).....	58
2.3.3 La Esterilización.....	60
2.4 Protección a los Animales.....	62
2.4.1 Tenencia Responsable.....	65
Capítulo III Estrategias Comunicativas para Evitar el Abandono de Perros	67
3.1 Hacia una Persuasión Efectiva.....	68
3.1.1 Percepción en los niños.....	72
3.2 Un Vistazo al Problema.....	74
3.3 Justificación.....	77
3.4 Estrategias Comunicativas para Evitar el Abandono de Perros” (Jornadas Escolares).....	79

3.4.1 Calendarización.....	87
3.4.2 Presupuesto.....	87
Conclusiones.....	88
Fuentes de Consulta.....	92
Anexos.....	102

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación en la modalidad de Tesina denominado Estrategias Comunicativas para Evitar el Abandono de Perros, tiene como objetivo principal fomentar la sensibilización de la sociedad para impulsar el mejoramiento de la calidad de vida de los perros y evitar con ello, fenómenos de violencia como el abandono.

Asimismo, pretende contribuir en la disminución de diversas problemáticas que se desencadenan por tal acción, como el descontrolado número de población canina y sus resultados en la salud pública que afecta no sólo a la especie, también al ser humano.

Se trata de brindar un panorama de un problema que se agrava con mayor facilidad y de una manera descontrolada, de una dificultad en la que el ser humano contribuyó en gran medida, como resultado de la indiferencia e irresponsabilidad, de falta de educación, cultura, economía.

A toda acción corresponde una reacción y actualmente el entorno cuenta con millones de perros abandonados, maltratados, que se reproducen en gran cantidad, que recorren las calles buscando alimento y un lugar donde refugiarse, por lo que es necesario hacer conciencia del fenómeno, que no es menor, al contrario, es una situación que requiere medidas urgentes para su disminución.

Se necesita generar un cambio en el pensamiento y las acciones de las personas, por lo que la sensibilización y la persuasión serán factores preponderantes, cuestiones que el presente trabajo enfocará en niños, ya que su apertura y facilidad de entendimiento puede ayudar con resultados a corto y largo plazo, ya que lo aprendido hoy puede ser aplicado en el futuro.

Las estrategias de comunicación serán llevadas a cabo por medio de diversas actividades escolares que refuercen el conocimiento proporcionado, sin embargo, para entender a lo que se refiere tanto la estrategia como la comunicación, se

proporciona un panorama general del papel de cada uno, con el fin de entender su proceso y cómo éste podría influir en la disminución del índice de abandono.

El estudio se centra particularmente en la Delegación Magdalena Contreras por ser un foco rojo de atención del tema en cuestión, de acuerdo a porcentajes de desarrollo poblacional que se presentan. Asimismo, se hará referencia a la labor de la Clínica Veterinaria ubicada en la citada delegación, lugar donde se lleva a cabo la labor de alojamiento y la toma de decisión del destino de los perros.

Para brindar mayor detalle de la estructura del trabajo de investigación, a continuación se brinda una descripción. El trabajo se divide en tres capítulos, los cuales se denominan:

Capítulo I “Estrategias de Comunicación”, donde se aborda la definición de estrategia, los elementos que la conforman, su aplicación social y cuál es su objetivo.

Asimismo, el capítulo está integrado por tres subtemas:

- Primero (1.1) “Comunicación Persuasiva”, se expone a qué se refiere la comunicación y la persuasión, sus antecedentes, el objetivo que persigue, los modelos de comunicación y cómo se debe aplicar para ser efectiva.
- Segundo (1.2) “La Influencia de la Imagen”, donde se expone el concepto, elementos que la integran y ejemplos de cómo se puede interpretar una imagen.
- Tercero (1.3) “La Sensibilización como Factor Estratégico de Convencimiento”, retomando el aspecto emocional para explicar la actuación y toma de decisiones del público meta, de acuerdo a los intereses del emisor.

1.3.1 “Sobre la Sensibilización”, donde se aborda el significado y los aspectos para provocarla.

CAPÍTULO II “Clínica Veterinaria Delegacional, Magdalena Contreras (antes control canino)”, donde se expone la situación que prevalece en la

infraestructura de la instancia; la problemática que enfrenta la Delegación por su nivel socioeconómico y de educación, así como las cuestiones de salud pública que aquejan.

El capítulo está dividido en cuatro subtemas:

- Primero (2.1) “Instalaciones”, donde se aborda un panorama sobre la infraestructura y su corazón ideológico.
 - 2.1.1 “Servicios”, se desarrollan las actividades que llevan a cabo en la Clínica Veterinaria; las normas por la que se rigen, así como algunos gráficos.
 - 2.1.2 “Programa de Adopciones”, se expone su significado; cómo se ha implementado en la Clínica Veterinaria; las asociaciones que apoyan para que se lleve a cabo y las actividades para promoverla.
- Segundo (2.2) “La Magdalena Contreras en Cifras”, se abordan cuestiones demográficas y sociodemográficas para explicar la situación que vive la población de la Delegación. Asimismo, se integran gráficos de diversas dependencias.
- Tercero “Cuestión de Salud Pública”, donde se explica la definición, los factores que la integran y las consecuencias que conlleva no emplearla de forma adecuada.
 - 2.3.1 “Los Perros en Cifras” se integra un panorama sobre el inicio de la problemática de los perros callejeros; estadísticas de mordedura; cifras de perros que habitan las calles; así como la falta de control estadístico de las dependencias.
 - 2.3.2 “Enfermedades de Transmisión (Perro a Humano)”, se enfatiza en la problemática de salud ocasionada por los desechos generados por los perros; la rabia; el significado de zoonosis y enfermedades en cifras.
 - 2.3.3 “La Esterilización” como método de contención, su significado, su historia y las ventajas de llevarla a cabo.

- Cuarto (2.4) “Protección a los Animales”, se abordan temas como cultura y educación; se dan a conocer algunos extractos de la Ley de Protección Animal y la Ley General de Bienestar y Protección Animal.

2.4.1 “Tenencia Responsable”, su significado y cómo ejercerla efectivamente para el mejoramiento de la calidad de vida de los perros.

Capítulo III “Estrategias Comunicativas para Evitar el Abandono de Perros”, en este capítulo se proponen algunas estrategias para evitar que se siga expandiendo el fenómeno de manera indiscriminada en la Delegación Magdalena Contreras.

El capítulo está dividido en cuatro subtemas:

- Primero (3.1) “Hacia una Persuasión Efectiva”, se refiere su significado, los factores que la integran, cómo llevarla a cabo para el cumplimiento de objetivos; el uso de los sentidos y sentimientos.
 - 3.1.1 “Percepción en los niños”, ¿cómo influye la persuasión en los niños?
- Segundo (3.2) “Un Vistazo al Problema”, se aborda la problemática que conlleva el abandono de perros; las cuestiones culturales y de educación; así como la responsabilidad compartida.
- Tercero (3.3) “Justificación”, se aborda el papel del perro en la sociedad; la sensibilización faltante del ser humano. Así como el objetivo general y los objetivos específicos.
- Cuarto (3.4) “Estrategias Comunicativas para Evitar el Abandono de Perros” (Jornadas Escolares), punto en donde se propone llevar a cabo diversas actividades recreativas en donde se explique a los niños la problemática de una manera amena para su fácil comprensión; Copy; juego Correcto Incorrecto. Se muestra una propuesta de página Web para que la puedan visitar; lectura grupal del libro “Juan Oveja: También quiere una persona”, interacción con perros; elaboración de dibujos.

3.4.1 “Calendarización”. Fechas previstas (indicadas en la página).

3.4.2 “Presupuesto”, se detalla la cantidad monetaria necesaria para llevar a cabo las Jornadas Escolares.

El capítulo tres se enfoca en algunas propuestas de estrategias de comunicación, que como ya se había mencionado, van dirigidas a niños, ya que se considera un sector adecuado, en el que por medio de diversas actividades recreativas podrán adquirir y facilitar la retención de conocimiento de manera inmediata, aunado a la guía apropiada para entender el fenómeno.

Para pasar al primer capítulo, se debe hacer hincapié que el trabajo no presenta un método de recolección de resultados, se quedó en la fase propuesta, sin embargo, posteriormente se podría realizar la medición.

Es así como la presente investigación pretende apoyar en el tema para evitar el abandono de perros y mejorar la calidad de vida de la especie.

CAPÍTULO I. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Una **estrategia de comunicación** se puede definir como “el conjunto de decisiones sobre comunicación (tácticas) preparadas de antemano por el comunicador y su equipo para el logro de los objetivos asignados, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones de los otros jugadores (competidores, cooperadores), de sus audiencias (Público-objetivo) y/o de la naturaleza (cambio de las tendencias del entorno)”¹

Si se refiere por separado la **estrategia** y la **comunicación**, la primera tiene sus antecedentes en el ámbito militar, definida por la Real Academia de la Lengua como *el arte de dirigir las operaciones militares*, sin embargo, con el paso de los años y con los constantes cambios políticos, económicos y sociales, se volvió aplicable a otras áreas, sin perder la finalidad de definir lo que se hará y cómo se ejecutará para alcanzar determinado objetivo.

La **estrategia** visualiza hacia el futuro, y puede tener diversas vertientes. Toma en cuenta la misión, visión y objetivos del fenómeno que se quiere abarcar, para así, poder influir en el público meta mediante la adaptación a su entorno “Se asume que los objetivos son previos a la estrategia y que ésta se formula precisamente para definir el cómo: el método, el camino”².

Se requiere predecir; analizar los posibles escenarios para evitar, en medida de lo posible, los conflictos que aparezcan en el camino, y con ello incrementar las posibilidades de éxito; sin embargo, también es necesario atender el presente y en muchas ocasiones el pasado, ya que son puntos de partida hacia el futuro.

“Gestionar el cambio implica auscultar el entorno para detectar las tendencias emergentes y así tomar hoy medidas que permitan aminorar los problemas y maximizar las oportunidades que, presumiblemente, se van a presentar mañana”³

¹ Pérez, Rafael Alberto. “Estrategias de Comunicación”. Editorial Planeta. Barcelona, 4ta edición, 2008. página. 554, 721 páginas.

² *Ibíd.* página.149.

³ *Ibíd.* Página 138.

La **comunicación** según la Real Academia de la Lengua es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor; asimismo, se puede entender como “una interacción social por medio de mensajes simbólicos que pueden codificarse fácilmente, o sucesos que presentan algún aspecto compartido de una cultura”⁴

Francisco Javier Garrido en su libro *Comunicación Estratégica* expone seis puntos para la implementación de una estrategia de comunicación corporativa como motor de cambios, los cuales también pueden ser aplicados en un grupo social para alcanzar el logro de objetivos:

1. Estará centrada en el objetivo.
2. Hará coherentes e integradas las decisiones de la empresa en la búsqueda de soluciones de comunicación.
3. Definirá objetivos, responsabilidades y plazos.
4. Normalizará acciones, tácticas y campañas que abordar, en búsqueda del logro de objetivos de largo plazo.
5. Buscará optimizar recursos y tenderá hacia el logro de utilidades.
6. Tenderá a la creatividad e innovación.

Para ser aplicados en un grupo externo (grupo social en particular), se pueden adecuar los puntos anteriores de la siguiente manera:

1. Es conveniente tener claro el objetivo en el que se aplicará la estrategia de comunicación. Se debe tener un panorama sobre el tipo de público al que se dirige; su estilo para comunicarse, sus intereses.
2. La coherencia y la integración son elementos básicos para el logro óptimo de la estrategia de comunicación, ya que lo que se dice, cómo se presenta y cómo se aborda, deben tener sintonía para evitar desviaciones y no perder credibilidad o cambiar el rumbo.
3. Definir los objetivos, responsabilidades y plazos, ya que ofrecen un marco delimitado sobre lo que se quiere lograr; de qué manera; con el tiempo

⁴ Baena Paz, Guillermina y Montero Olivares Sergio “Ciencias de la Comunicación 1. Serie Integral por Competencias”. Editorial Patria, Segunda Reimpresión. México, 2012, página.5, 122 páginas.

requerido desde su inicio hasta su conclusión, así como su posterior monitoreo para vigilar el cumplimiento de objetivos a largo plazo.

4. Dar validez a las acciones que se ejecutarán.
5. Lograr una ganancia, no precisamente económica; sin embargo, deberá lograr el objetivo planteado, no sólo a corto sino a largo plazo.
6. La creatividad y la innovación son dos características que se deben aplicar de forma constante para que siga vigente en la mente de las personas “renovarse o morir”, de acuerdo al contexto en el que se desarrolle (Mejora Continua).

Estos elementos pueden ser de gran ayuda para lograr un fin determinado. Se trata de “Conceptos o entidades que actúan como estímulos que suscitan determinados sentimientos que hacen que las personas piensen y en ocasiones actúen de manera concreta”⁵

Sin embargo, hay que tener presente que no todas las personas responden a los mismos estímulos y las reacciones pueden ser diversas; asimismo, la estrategia puede no resultar adecuada para los fines perseguidos. Para evitar lo anterior, se requiere un amplio conocimiento del público al que se va a dirigir, el cómo se transmitirá y qué se hará para mantenerlo vigente.

Se deben tener ideas y argumentos sólidos que validen lo que se transmite, de forma planificada, sistematizada y metódica, tomando en cuenta las necesidades del público meta, no sólo en presente sino a futuro “toda estrategia de comunicación, cualquiera que sea, el enfoque desde el que la concebamos, ha de ser, por definición, anticipativa, y ha de establecer un marco de referencia sobre el construir un discurso y una lógica de acción”⁶

Para su ejecución adecuada se puede hacer uso de ciertas condiciones como:

⁵ Brown, Jack. “Técnicas de Persuasión”. Alianza Editorial, España, 2004, página. 37, 408 páginas.

⁶ Pérez, Rafael Alberto. “Estrategias de Comunicación”. Editorial Planeta. Barcelona, 4ta edición, 2008. página. 551.

- Las tácticas, que son “Conjunto de medios, acciones, instrumentos o técnicas para el logro de un fin dado”⁷ las cuales se emplean a corto plazo.
- Tomar decisiones y realizar prospectiva, que es una herramienta que anticipa el futuro por medio de diferentes escenarios: posible, deseable y catastrófico, ya que podría resultar o no benéfico nuestro objetivo y traer con ello ganancias o consecuencias.
- Consistencia en lo que se transmite; ser fiel al estilo por medio de la repetición, siempre y cuando no se vuelva monótono o aburrido, ya que perdería su efectividad; más bien se debe de adecuar al contexto y ser dinámico.

Para finalizar el capítulo es necesario reiterar que las sociedades no son estáticas, cambian, y aunque suelen preservar elementos similares a los primarios pueden transformarse para adecuarse al contexto, por lo que podemos concluir de manera general que las “estrategias de comunicación es el de hacer de pegamento de las fracturas sociales y el de tender puentes entre las distintas partes de los conflictos/oportunidades”⁸

Sin embargo, para lograr lo anterior de manera óptima, se debe de hacer uso de uno de los elementos principales *la Comunicación Persuasiva*, tema que se abordará en el siguiente punto.

⁷ Pérez, Rafael Alberto. “Estrategias de Comunicación”. Editorial Planeta. Barcelona, 4ta edición, 2008. página 151.

⁸ *Ibíd.* página. 613.

1.1 COMUNIACIÓN PERSUASIVA

La comunicación “la llevamos a cabo de muchas maneras a través de diferentes medios y con distintos niveles de profundidad, pero que nos permiten relacionarnos con los demás, con nosotros mismos, con nuestro medio y con el mundo”⁹; sin embargo, para definirla de otra manera, es la acción mediante la cual se transmite un mensaje por diferentes medios (oral, escrito, no verbal) para lograr ciertos fines; por un lado, puede delimitarse sólo a informar, sin la intención de provocar una respuesta específica o por el otro, transmitir información para influir y estimular.

La comunicación no se lleva a cabo únicamente entre humanos, también genera entre los animales “Se entiende por comunicación a la relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común. Todas las especies animales se comunican, siendo la más sofisticada la comunicación humana, pues los animales utilizan signos instintivos invariables en su significación, alertan la presencia de peligro, la existencia de alimentos, por ejemplo, mientras los humanos usan los signos con distintas significaciones, pues tienen la capacidad de crear”¹⁰.

Sin embargo, para que se logre de manera efectiva requiere de ciertos elementos, uno de ellos la *persuasión*.

Pero ¿qué es la persuasión? Sus antecedentes se remontan desde Aristóteles, quien la planteaba como “El arte de conseguir que la gente haga algo que normalmente no haría si no se lo pidieras”¹¹. Asimismo, usa tres tipos de evidencias que los oradores emplean:

- **Ethos.** (Lo ético, carácter y reputación), llevado a cabo por el orador o emisor.

⁹ Baena Paz, Guillermina y Montero Olivares Sergio “Ciencias de la Comunicación 1. Serie Integral por Competencias”. Editorial Patria, Segunda Reimpresión. México, 2012, página.5.

¹⁰ Concepto de Comunicación.deconceptos.com/ciencias-sociales/comunicacion. 25 de septiembre de 2015, 17:30 horas.

¹¹ Borg, James. “La Persuasión: El Arte de Influir en las Personas”. Editorial Pirámide, Madrid, 2007, página.24, 279 páginas.

- **Pathos** (Apelar a las emociones) lo que el público siente/receptor.
- **Logos** (Lo lógico) usado por el orador/ el emisor.

En la Segunda Guerra Mundial la persuasión se utilizó en la propaganda para un presunto “Lavado de Cerebro”, lo que resultaba lamentable para la raza humana al ser considerada incapaz de tomar decisiones, como entes lineales.

Posteriormente, Pablo Briñol, Luis de la Corte y Alberto Becerra, autores del libro ¿Qué es la persuasión? retoman los dos enfoques teóricos que explican el estado actual de la investigación experimental de la persuasión: la *Teoría del aprendizaje* (Carl Hovland) y el *Enfoque de la Respuesta Cognitiva* (Greenwald 1968; Petty, Ostrom y Brock, 1981).

En la *Teoría del aprendizaje* sigue el modelo *Estímulo-Respuesta*, en donde los receptores tienen un rol pasivo, mientras que el *Enfoque de la Respuesta Cognitiva*, no toma a la audiencia como un ente pasivo, sino como personas activas que generan juicios, pensamientos y sentimientos; hay interpretación y respuesta.

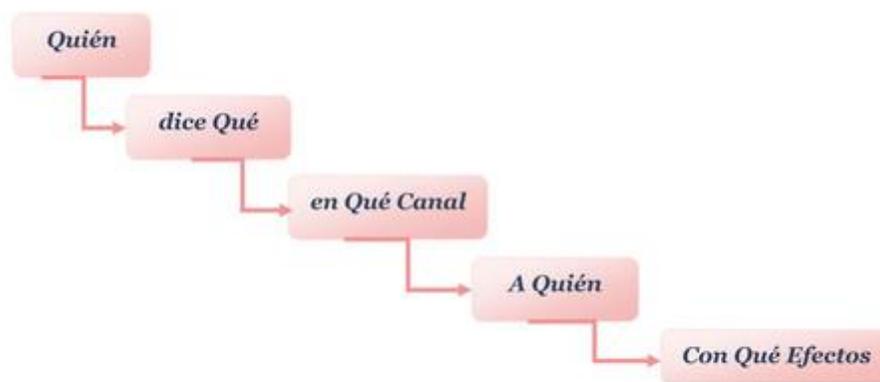
La última postura se acerca más a lo que se vive en la actualidad (2015), donde las personas responden a diversos estímulos de diferentes maneras; sin embargo, no todas tienen intereses similares, no manejan el mismo grado de lenguaje; pueden o no compartir el nivel cultural y educativo. Se trata de una sociedad heterogénea, no de seres alineados sin capacidad de pensar y tomar decisiones.

Con el paso de los años, la persuasión tomó diferente connotación hasta considerarla como un conjunto de técnicas que podrán ser aplicadas para que el mensaje provoque una reacción específica para el cumplimiento de un objetivo.

Sin embargo, hay elementos específicos para conceptualizarla y alejarla de las especulaciones que aún pudiese presentar; persuadir es utilizar un conjunto de tácticas para transmitir el mensaje de cierta forma, con ayuda de ciertos elementos, para lograr cierto fin “Persuasión no es otra cosa que el proceso

comunicativo cuya clave está en la respuesta del receptor, es decir, aquél que pretende promover una dependencia interactiva entre emisor y receptor mediante la formación, reforzamiento o modificación de la respuesta del receptor. Es, pues, un proceso comunicativo cuya finalidad u objetivo es la influencia. Un mensaje persuasivo se conforma según una conducta deseada por el emisor para que sea adoptada voluntariamente por el receptor”¹².

El objetivo principal es tratar de influir en el receptor, por lo que será necesario hacer uso de ciertos elementos para comunicar y provocar una reacción. Esto se puede llevar a cabo mediante las cinco preguntas básicas del modelo de Laswell¹³.



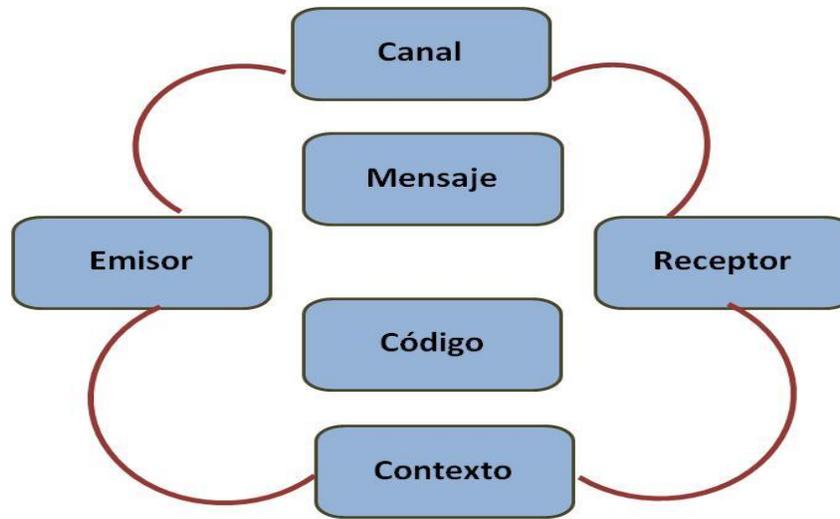
¿Quién? Emisor; dice ¿Qué? Mensaje; en ¿Qué canal? Medio; a ¿Quién? Receptor; con ¿Qué efectos? Respuesta. Asimismo, se retoma otro de los modelos de comunicación para explicar la generación del fenómeno.

Roman Jakobson maneja en su modelo de comunicación: el emisor, quien transmite un mensaje al receptor, por un canal determinado, mediante un código

¹² Pizarroso Quintero, Alejandro. “La historia de la Propaganda: Una Aproximación Metodológica”. Universidad Complutense de Madrid, 1999, página. 146, 171 páginas. revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/HICS9999110145A/19646, 28 de agosto de 2015, 13:30 horas

¹³ Modelo de Laswell. www.comunicologos.com/teor%C3%ADas/modelo-de-laswell/, 23 de agosto de 2015 12:30 horas.

que pueda ser entendido fielmente de acuerdo al contexto en que estén inmersos, con un marco de referencia para poder interpretar lo que se dice.



Marco de Referencia

Para ejemplificar lo anterior se puede retomar un caso actual y común. Un joven pide a su padre permiso para ir a una fiesta; el interesado como emisor (joven), pide el permiso al receptor (padre), por medio de un mensaje (elaborado para transmitir la idea, el cual puede ser directo o manipulado para cubrir la intención real); utilizando un código en común (habla); en un contexto (conjunto de circunstancias; lo conveniente es que sea un ambiente favorable, no es lo mismo pedir permiso cuando el padre por ejemplo está ocupado y estresado que cuando está relajado y tiene mayor apertura para platicar, en un lugar que le sea confortable); dependiendo de ello, el marco de referencia puede ser benéfico o no y el emisor puede o no conseguir su propósito.

En resumen “Por persuasión se entiende cualquier cambio que ocurra en las actitudes de la persona como su consecuencia de su exposición a una

comunicación (Petty y Carcioppo) a lo que hay que añadir que dicha comunicación es diseñada y ejecutada intencionalmente con ese fin”.¹⁴

Para lograrlo se necesitan óptimas condiciones para que el mensaje llegue lo más íntegro posible, evitando en la mayor medida *el ruido* (interferencia que afecta a la comunicación), para que influya de manera deseada y cumpla el objetivo.

La sociedad está inmersa en otro contexto; hay factores distintos que influyen en su cultura; hay saturación de medios para la transmisión de un sólo mensaje; el lenguaje ha cambiado. Se trata de una sociedad mediatizada con oportunidad de elección pero en ocasiones sin deseos de llevarla a cabo. Por lo que para lograr una persuasión efectiva se deben integrar ciertos elementos:

- Se debe ganar credibilidad, ser fiel a lo que se dice y se hace.
- Se debe contar con un factor de confianza (un experto) quien pueda validar lo que se dice.
- Debe entenderse, ser claro y adecuado para el receptor.
- Mantener valores y filosofía.
- Ser empático, para que el receptor pueda hacer suyo el objetivo; familiar y cercano.
- Ser atractivo a los sentidos.

Lo que se pretende es lograr un cambio de actitud, no provocar rechazo, ya que el cambio provoca resistencia; resulta complicado alejar a las personas de lo que siempre han creído y efectuado “En muchas ocasiones los investigadores encuentran que las actitudes de las personas no se ven influidas por los mensajes persuasivos que éstas reciben. Sin duda en muchos casos las personas tienen motivos de distinta naturaleza para argumentar en contra de los mensajes que reciben, lo cual facilita su resistencia a la persuasión”¹⁵

¹⁴ Briñol Turnes, Pablo; De la Corte Ibáñez, Luis; Becerra Grande, Alberto. ¿Qué es Persuasión? Biblioteca Nueva, Madrid, 2001, página. 14, 270 páginas.

¹⁵ *Ibíd.* página. 256.

Es una cuestión cultural “lo nuevo provoca miedo o desconfianza”, por lo que para provocar a actuar, se requiere aplicar incentivos o recompensas para aligerar la tensión y abrir posibilidad a una reacción favorable.

La imagen es una herramienta que puede ser de gran ayuda, ya que lo gráfico facilita el estímulo y por ende la respuesta; ver lo que se trata de explicar ofrece un plus; sin embargo, también puede tener diversos significados, dependerá de la perspectiva y formación del receptor, por lo que en el siguiente punto se abordará el tema.

1.2 “LA INFLUENCIA DE LA IMAGEN”

¿Una imagen vale más que mil palabras? En realidad las imágenes significan y evocan cierto momento, en determinado contexto; por medio de algunos elementos que influyen en su composición y su interpretación, la cual puede llegar a ser subjetiva.

La Real Academia de la Lengua define a la imagen como el conjunto de rasgos que caracterizan ante la sociedad a una persona o entidad. Asimismo, “La Teoría general de la imagen que propone los principios generales de sus orígenes y fundamentos, en virtud de los cuales la comprenderemos como un fenómeno de origen perceptual de información móvil, que se introduce a través de los sentidos para permitirle al sujeto interpretar su entorno y del tal forma generar para sí una representación mental”¹⁶

La imagen es un medio para transmitir un mensaje de una manera icónica, proyectando en el receptor determinada información; sin embargo, éste realizará la lectura de acuerdo a su contexto, formación y conocimiento previo “Idealmente el mensaje es el instrumento para que las ideas y los sentimientos de todo tipo se concreten en palabras o imágenes, o ambas, para que cada uno consiga de los demás aquello que en cada momento necesita”¹⁷

Al ser un elemento visual contiene diversos factores que integran su composición física para posteriormente dar paso a la interpretación, en el primer caso influye: el color, textura, profundidad, tamaño, proporción, que en conjunto escenifican cierto mensaje, el cual tiene alguna intención, ya sea social, cultural, político, deportivo.

En el segundo caso, interpretación, la imagen tiene atributos específicos para provocar un estímulo, impregnados de una carga cultural y de contexto que influirá en el receptor quien la decodificará “La imagen como el resumen de la apariencia reconstruida por parte del sujeto, respecto de un objeto cualesquiera que capte su atención dentro de su entorno corriente y que será más permanente en su mente

¹⁶ Garrido, Francisco Javier. “Comunicación Estratégica. Las Claves de la Comunicación Empresarial en el Siglo XXI”. Editorial Gestión2000, España, 2004, página. 142, 243 páginas.

¹⁷ Briñol Turnes, Pablo; De la Corte Ibañez, Luis; Becerra Grande, Alberto. “La Persuasión”, página.73.

(positiva o negativamente) con relación a su estado de coherencia o congruencia con la realidad”¹⁸

Las imágenes son figuras apegadas a la realidad o a la imaginación, utilizadas para representar cierto momento, acción, pensamiento; sujetas a ser interpretadas con base a la experiencia previa y a la carga cultural; sin embargo, se pueden valorar ciertos aspectos que a simple vista pueden ser generales para algunas personas pero que al profundizar y analizarlas llegan a variar su significado. “Para ser persuasivo se debe crear y desarrollar una imagen que respalde perfectamente su mensaje”¹⁹

Como ejemplo apegado a una cuestión social, se muestra lo siguiente, dos imágenes de perros acostados, la del lado izquierdo presenta a un can que puede ser de raza fina, mientras que el del lado derecho parece un perro mestizo (sin raza específica); si se describen sus características físicas lo más probable es que el primero tenga mayores adeptos de belleza, mientras que el segundo, posiblemente resulte sin tanta importancia, pero qué pasaría si se fuera más allá de una impresión visual.



¿Qué pasaría si los perros estuvieran siendo promovidos para ser adoptados?, ¿A quién elegiría a simple vista? Posiblemente el primero tenga mayores posibilidades para obtener el hogar, pero qué tal si se enterara que es un perro agresivo, mientras que el segundo es un ser noble y pasivo.

¹⁸ Garrido, Francisco Javier. “Comunicación Estratégica. Las Claves de la Comunicación Empresarial en el Siglo XXI”. Editorial Gestión2000, España, 2004. página.145

¹⁹ Lakhani, Dave. “Persuasión. El Arte de Influir y Obtener lo que Desea”. Editorial Alfaomega, Barcelona. página. 35, 212 páginas.

¿Su belleza física tendría igual peso? Si hay una enfermedad de por medio y el temperamento es complicado ¿Quién tendría más posibilidad de ser adoptado? Es donde la información de fondo cobra relevancia y la imagen deja de ser suficiente.

La historia de fondo podría cambiar la percepción y con ello la decisión sobre una acción. Una imagen es una representación que brinda una parte de la historia; ayuda a ejemplificar, pero puede o no presentar la realidad. Se debe tomar en cuenta el fin que se persigue, por ejemplo, si el objetivo es sensibilizar a la comunidad a actuar en pro a una causa social se debe utilizar cierto tipo de imagen.

Dependerá del objetivo; la estrategia que se desarrolle para llevarlo a cabo y que llegue al público meta, pero sobre todo, de la habilidad para mantenerlo a largo plazo.



¿Qué piensa al ver esta imagen, qué sentimiento provoca si fuera utilizada para una campaña social para la recolección de alimentos, cooperaría?

Convencer a un público podría o no resultar fácil, dependerá de la habilidad del emisor para transmitir el mensaje y que éste tenga el impacto esperado. En el caso de las causas sociales se requiere llegar a lo más profundo de la persona; se necesita apelar a sus sentimientos.

Se requiere sensibilizar para que haya un cambio de pensamiento y si es posible de actitud, por lo que en el siguiente punto se aborda el tema de la *sensibilización como factor estratégico de convencimiento*.

1.3 LA SENSIBILIZACIÓN COMO FACTOR ESTRATÉGICO DE CONVENCIMIENTO

El apartado anterior hace referencia a que la imagen es creada para provocar sentimientos, pensamientos y actitudes a partir de las vivencias, el estado de ánimo o el conocimiento previo de quien la interpreta, ya que crea una definición propia.

Los sentimientos y emociones se provocan por medio de los sentidos, en el caso anterior particularmente por medio de la vista, pero éstos también pueden ser transmitidos por los cuatro restantes: gusto, olfato, tacto, oído, todo dependerá del fin perseguido y de la forma en que se trasmite el mensaje.

“Cuando vemos una película, estamos atentos a las palabras y expresiones de los actores, pero también nos percatamos de quién está sentado a nuestro lado, así como el olor de las palomitas....todo al mismo tiempo. Estamos percibiendo una variedad de estímulos que los órganos de los sentidos van a convertir en señales neuronales. Estas señales se transmiten al cerebro, el cual las procesa dando como resultado una recreación o representación mental”.²⁰

Son cuestiones que pueden o no percibirse; se experimentan de acuerdo a la persona, en el momento y espacio en que se generen “Las emociones se experimentan en una forma muy personal de la que generalmente no somos conscientes, pero que se manifiesta en la expresión del rostro, la postura corporal y en estados mentales específicos. Las emociones influyen en nuestro estado de ánimo, en la motivación e incluso en nuestro carácter y conducta”.²¹

Sin embargo, los sentimientos o las emociones generadas pueden o no cumplir su cometido primario, podría provocar un resultado no previsto, de agrado o desagrado que no estaba en el mensaje original. Se provocan representaciones

²⁰ Guerrero Mothelet, Verónica, “¿Cómo Ves? El Camino a las Percepciones”. Número 164, 2012, página.10, 40 páginas.

²¹ Guerrero Mothelet, Verónica “¿Cómo Ves? “Cerebro y Emociones ¿Podemos Elegir Qué Sentir?”. Número 196, 2015, página. 11, 40 páginas.

mentales diversas en cada persona dependiendo de su entendimiento e intereses, a pesar de encontrarse frente a una misma situación.

Es por lo que el emisor debe conocer a su receptor para poder transmitir de manera adecuada el mensaje y pueda cumplir su cometido. Es donde la sensibilización ejecutará su papel para ser contundente y efectiva, pero para entender con mayor claridad de qué se trata, hay que pasar al siguiente tema.

1.3.1 SOBRE LA SENSIBILIZACIÓN

“*Sensibilis*, en latín significa *perceptible a los sentidos* y que *sensus*, referido también tanto a lo somático como a lo espiritual significa *sensación, sentimiento*. Así pues, con la expresión *la persona sensible* queda ya formulado, desde lo puramente verbal, que se trata de una estructura de la personalidad en la que el modo especial de la captación y la elaboración de sensaciones, percepciones y sentimientos desempeñan un importante papel”.²²

La percepción hace uso de los cinco sentidos: oído, tacto, gusto, olfato y vista, los cuales se seleccionan según el tipo de estímulo que se quiera provocar, esto se llevará a cabo con el apoyo de determinados sentimientos, que son el resultado de las emociones hacia un determinado fin.

Algunas emociones se perciben de forma general entre una y otra persona, como sentirse triste o alegre, pero no todos responden del mismo modo ante la misma situación, por ejemplo, para un sujeto el ver llorar a una persona podría resultar triste, se puede generar un sentimiento de empatía y solidaridad o por el contrario, llegar a ser placentero.

Para estimular algún sentimiento o emoción es necesario tomar en cuenta aspectos que le llamen la atención al receptor, que le sean conmovedores, que se identifique; que le provoque algo, sea: alegría, enfado, tristeza, molestia, repulsión, etc.

Dependerá de lo que se necesite transmitir y la forma de hacerlo. “Los mensajes emocionales son aquellos que utilizan sus argumentos para crear en la audiencia distintos sentimientos, produciendo respuestas instantáneas de desagrado, aceptación, rechazo, evitación en relación con las propuestas del mensaje”.²³

Para provocar un sentimiento u emoción se necesita tomar en cuenta el contexto en el que se desarrolla determinada situación para poder influir de la manera

²² Klages, Wolfgang. “La Persona Sensible”. Editorial Helder, España, 1981, página.32, 224 páginas.

²³ Briñol Turnes, Pablo; De la Corte Ibañez, Luis; Becerra Grande, Alberto. “La Persuasión”. Biblioteca Nueva. Madrid, 2001, página. 75

adecuada “A esto es lo que llamamos sensibilización, al desarrollo de la habilidad para predecir lo que el individuo sentirá o dirá acerca de sí mismo y acerca de otros”.²⁴

Provocar una reacción determinada requiere convencer al destinatario a través de un argumento sólido que le permitan trascender en tiempo y espacio, ejemplo de ello, fueron los personajes que adelantados a su época hicieron valer un estilo vanguardista que permitió romper paradigmas y formas de pensamiento.

Por ejemplo, qué emoción habrá querido transmitir Miguel Ángel al esculpir “El David”; la escultura es un desnudo considerado obra de arte por su estilo y su conformación estética, no obstante, por la época y entorno de su creación pudo ser repudiada por ir contra las costumbres prevalecientes o fue alabada y reconocida, lo que permite sostener que todo depende del contexto y la apertura emocional de aquél quien lo interprete.



“El David” de Miguel Ángel

Para convencer efectivamente se necesita lograr que el receptor actúe de acuerdo a los intereses del emisor, el mensaje debe de ser claro, conciso y adecuado para

²⁴ Grados Espinosa Jaime A. “Equipos de Trabajo”. Editorial Trillas, México, 2006, página. 153, 248 páginas.

el entorno donde se desarrolle, aunado a que debe ser elegido el canal adecuado para que llegue a la persona o sector de interés.

En el caso de un tema social se requieren los medios necesarios y apropiados para llegar al público meta y convencerlo de actuar de cierto modo al respecto, deben tomarse en cuenta los elementos necesarios que intervengan en sus sentimientos y emociones.

Para lograrlo podría resultar útil mostrar la realidad, la cual puede parecer cruel y difícil de reconocer, pero no la menos idónea para llegar y convencer al público meta, dotando de credibilidad al mensaje.

Sobre el tema que atañe el presente trabajo se tiene conocimiento sobre los perros abandonados y su elevado índice, pero pocos son los que han asumido y afrontado la situación en que viven, las carencias y maltratos de los que son objeto.

Se trata de una realidad que requiere exhibirse ante la sociedad para reducir la indiferencia ante el tema a través de un cambio de pensamiento y actitud.



¿Qué le provoca esta imagen, siente alegría o tristeza al observarla, si supiera que es un perro abandonado haría algo por ayudarlo, de qué dependería su decisión?

Los animales abandonados son un tema que con el paso de los años ha tomado fuerza y se ha presentado a la sociedad con mayor amplitud; sin embargo, no es del interés de todos, muchas personas siguen propagando animales sin hogar, ya que dejan que se multipliquen sin control o no los atienden debidamente y los

echan a la calle, por lo que además de ser un problema de cantidad, se ha tornado en un problema de Salud Pública.

Por lo que en el siguiente capítulo se desarrolla el panorama de la Magdalena Contreras, lugar donde se centra el presente trabajo. Se presenta la labor que lleva a cabo la Clínica Veterinaria Delegacional (antes Control Canino) así como los servicios que proporciona. Asimismo, se dan a conocer datos estadísticos sobre la población humana que habita la citada delegación; su nivel de educación y el nivel de marginación en que viven; así como el de la población canina.

CAPÍTULO II. CLÍNICA VETERINARIA DELEGACIONAL MAGDALENA CONTRERAS (ANTES CONTROL CANINO)

Los centros de Control Canino o también llamados antirrábico “datan de 1883, cuando se presentó la propuesta de establecer un lugar específico para confinar y eliminar a los perros que deambulaban en la vía pública”²⁵.

El Control Canino de la Magdalena Contreras instalado en la colonia Huayatla, en el Distrito Federal, cambió su denominación por Clínica Veterinaria hace dos años (2013), época en que la Diputada Leticia Quezada Contreras tomó el mando de la Delegación y estableció su Gobierno de *Cosas Buenas*, programa donde implementó las acciones a llevar a cabo durante el periodo 2012 a 2015, en materia de obras y servicios urbanos, cultura seguridad pública, fomento económico y empleo; objetivos primordiales para buscar el desarrollo social; dando prioridad a los sectores desfavorecidos.

A lo que corresponde en materia de protección animal, específicamente, plantea “Salvaguardar la salud pública en la delegación la Magdalena Contreras, en concurrencia con la vigilancia hacia el cuidado y el bienestar animal. Ofrecer servicios de índole veterinario de alta calidad para el manejo de una población de perros y gatos saludables, incluyendo las campañas de vacunación antirrábica y de esterilización gratuita”²⁶

Asimismo, durante su gobierno se estableció que la Clínica ya no sólo se encargaría de levantar a los perros que se encontraban en la calle de manera indiscriminada para su sacrificio, por lo que se implementó el *Programa de Adopciones*, también promovido por el entonces titular de la Unidad Departamental de Protección Animal, el Maestro en Veterinaria, Abel Alejandro Sánchez Reyes (quien ocupó el cargo hasta el 30 de agosto del 2015).

²⁵ Hernández Ávila, Mauricio. “Norma Oficial Mexicana NOM-042-SSA2-2006”. Diario Oficial de la Federación. 2006, página.1, 12 páginas. www.dof.gob.mx/normasOficiales/3529/salud/salud.htm, 03 de septiembre de 2015, 18:00 horas.

²⁶ Quezada Contreras, Leticia. “Gaceta Oficial del Distrito Federal”. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página. 39, 70 páginas. [hwww.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf), 02 septiembre de 2015, 11:00 horas

Programa destinado a encontrar un hogar a aquellos perros abandonados por sus dueños o que eran propiamente de la calle; brindándoles otra oportunidad de vida. Situación que dio un plus a las instalaciones de la Clínica, ya que no sólo se encargaría de recibir animales cuyo destino final inminentemente era el sacrificio.

En el siguiente tema se proporciona una descripción de las instalaciones donde se realiza la labor mencionada, así como de los servicios que ofrece.

2.1 INSTALACIONES

La Clínica Veterinaria Delegacional está ubicada en la Avenida San Jerónimo s/n, colonia Huayatlá, cerca del pueblo de San Bernabé, en el Distrito Federal.



Fachada de la Clínica Veterinaria Delegacional Magdalena Contreras

De acuerdo con información proporcionada por el Doctor Abel Alejandro Sánchez Reyes, su corazón ideológico plantea lo siguiente:

Misión

- Salvaguardar la salud pública de los contrerenses, sin dejar atrás el bienestar y la protección de los animales.

Visión

- Generar cultura de respeto en las nuevas generaciones.

Valores

- Ética profesional
- Honestidad

- Respeto

En cuanto a su personal laboran:

- 12 médicos (de base y por honorarios),
- cinco personas de captura,
- una recepcionista,
- una secretaria y
- dos personas de limpieza.

Sus instalaciones se dividen en (Ver fotografías en anexo1):

- Previo a zonas infecciosas (quedo inconcluso el proyecto),
- Almacén,
- cuarto para trabajadores (lugar donde pernoctan y se cambian de ropa),
- rejas comunitarias (con capacidad para 120 perros),
- corraletas de rejas individuales (con capacidad para 50 perros),
- quirófano,
- patio,
- sala de necropsia,
- estética o lavado,
- oficinas,
- exploración,
- consultorio 1 y 2,
- cocineta,
- baño y regadera y
- recepción.

Sobre los servicios que ofrecen en la Clínica Veterinaria Delegacional se describen en el siguiente punto.

2.1.1 SERVICIOS

La Clínica trabaja bajo los lineamientos de la *Norma Oficial Mexicana (NOM-042-SSA2-2006)* que tiene como objetivo “establecer las especificaciones sanitarias de los centros de atención canina que permitan orientar las acciones de salud pública, para prevenir enfermedades zoonóticas y lesiones a la población en general ocasionadas por los perros y gatos”²⁷

La Clínica Veterinaria de la Magdalena Contreras además de atender especies de raza pequeña (perros y gatos), atienden a animales como caballos, venados, borregos, etc. ya que se localiza en una zona semi-rural.

La Clínica desde que cambió su nomenclatura extendió sus servicios, antes sólo proporcionaba la aplicación de vacunas, desparasitación, esterilización, captura, pensión y sacrificio. Actualmente (2015), se brinda: consulta general, adopción, pensión, aplicación de vacunas, desparasitación, cirugía, captura y sacrificio.

De acuerdo con información de la Doctora Fátima Aceves Martínez, encargada de la Clínica Veterinaria, (cargo que ocupó hasta el 30 de septiembre de 2015), la captura solamente se hace por demanda ciudadana, está prohibida la redada de perros y su levantamiento indiscriminado.

Posterior al levantamiento los perros quedan en observación 72 horas reglamentarias, si no son peligrosos, están sanos, tienen buena edad y no son reclamados, entran a Programa de Adopción por lo que deberán pasar dos semanas más en la Clínica para su vigilancia y esterilización.

En caso de ser reclamados y haber pasado las horas de observación, se impone una multa y se cobran los días de estancia (por alimentación).

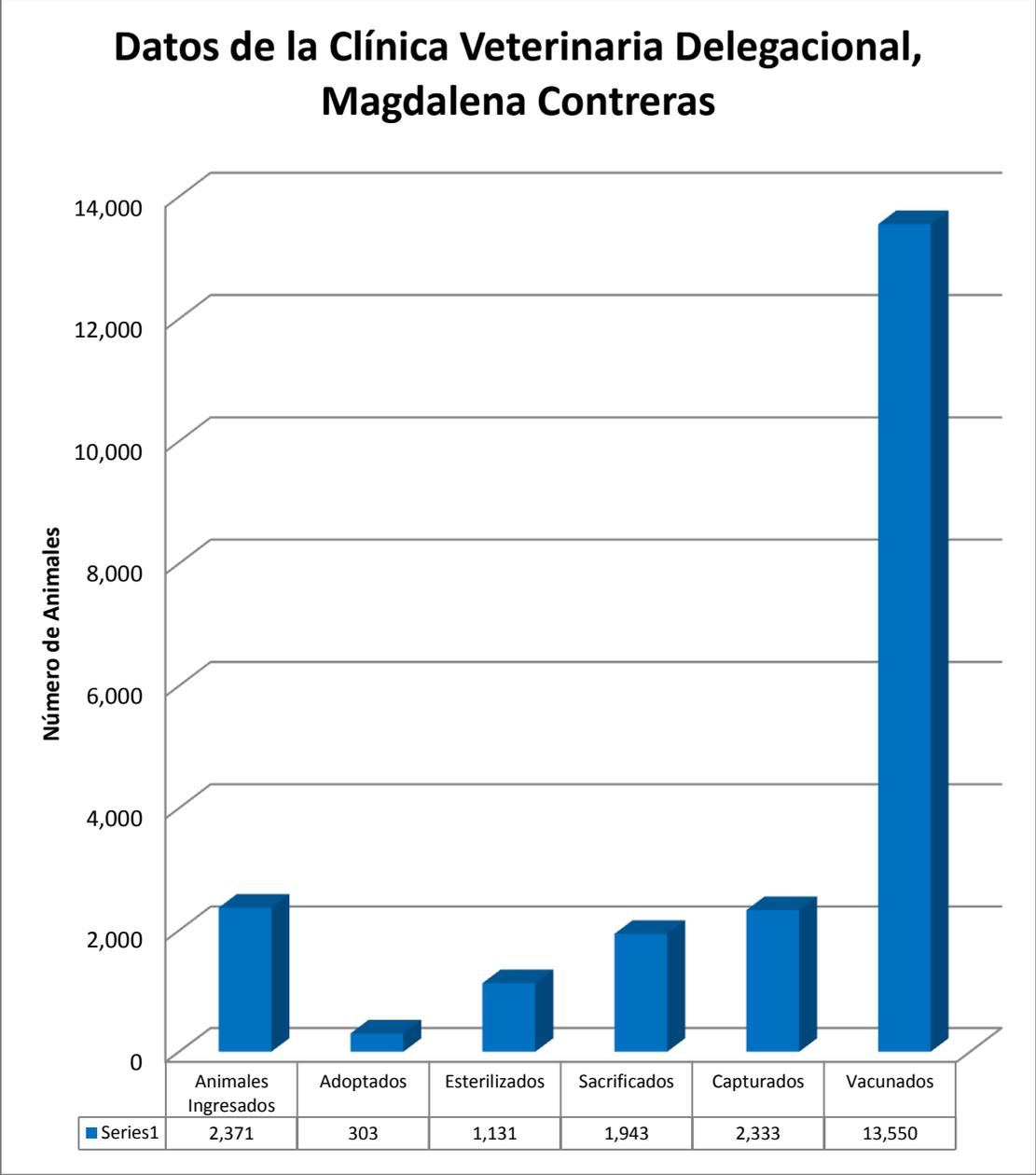
La Clínica ofrece a la población una amplitud de servicios a bajo costo; dando la oportunidad tanto al perro como a sus dueños de una mejor calidad de vida. Los

²⁷ Hernández Ávila, Mauricio. “Norma Oficial Mexicana NOM-042-SSA2-2006”. Diario Oficial de la Federación, 2006, página.4. www.dof.gob.mx/normasOficiales/3529/salud/salud.htm, 03 de septiembre de 2015, 18:00 horas.

perros pueden tener los servicios básicos y los dueños pueden generar un menor gasto de los mismos, teniendo la confianza que su perro será atendido por especialistas. Los costos que manejan en sus servicios están sujetos a *la Gaceta Oficial del Distrito Federal No. 33* del 18 de febrero de 2015.

Servicios	
Control Canino	Clínica Veterinaria
Aplicación de vacunas	Aplicación de vacunas
Desparasitación	Desparasitación
Esterilización	Esterilización
Captura	Captura
Sacrificio	Sacrificio
Pensión	Pensión
	Cirugía
	Consulta
	Programa de adopciones

A continuación se presentan algunos datos oficiales proporcionados por la Clínica Veterinaria, donde se reflejan las cifras de algunos de los servicios que ofrecieron durante el primer semestre de 2015.



Como se presenta en el gráfico el rubro más alto es vacunados (mediante la aplicación de vacunas antirrábicas), le sigue la captura (por demanda ciudadana), posterior la esterilización y al final la adopción.

Durante el periodo fueron ingresados 2,371 animales y fueron dados en adopción 303, mientras que 1,943 fueron sacrificados, por lo que la adopción representa el 12.77% y el sacrificio el 81.94%; en el caso de la adopción la cifra es baja; sin embargo, no se hubiese podido alcanzar sin su Programa de Adopciones, reflejando que aún queda mucho por hacer para poder brindar a los perros una nueva y mejor oportunidad de vida.

Desde que Leticia Quezada tomó el cargo de la Delegación se aplicó el Programa de Adopciones, el cual solamente se llevó a cabo en la Magdalena Contreras, contando con el apoyo de algunas Asociaciones Protectoras de Animales, las cuales visitan las instalaciones de la veterinaria para llevarse a los perros aptos y puedan ser promovidos para encontrar un nuevo hogar.

Los perros que exentan esa posibilidad son aquellos que tienen una enfermedad avanzada, una enfermedad grave o contagiosa, que son muy viejitos y los que son agresivos, éstos son sacrificados inmediatamente.

El método de sacrificio utilizado es por *introducción de sedantes* (se hace un coctel para dormirlos); sin embargo, la clínica no es la única encargada en llevarla a cabo, de acuerdo con información del Maestro en Veterinaria, Abel Sánchez Reyes, lo hace en cooperación de la Fundación Hagenbeck.

La Fundación proporciona un técnico y el tranquilizante, la veterinaria Delegacional pone el *barbitúrico*, los cuales provocan relajación y somnolencia, y el Grupo Pro Vida la aplica, esto con el fin que el perro pueda tener una muerte lo menos dolorosa posible y apegada a las normas que prohíben los sacrificios por métodos más agresivos.

Es importante señalar lo trascendental de la Adopción, por lo que en el siguiente punto se desarrolla el tema encaminado a tal acción.

2.1.2 PROGRAMA DE ADOPCIONES

Para empezar, ¿Qué es la adopción?

“Del latín *adoptio*, adopción es la acción de adoptar. Este verbo hace referencia a recibir como hijo al que no lo es biológicamente, con el cumplimiento de diversos requisitos y obligaciones que establece la ley”²⁸.

Por lo que en éste caso, la definición se aplica a los perros, quienes son aceptados por una o más personas para ofrecerles la atención, cuidados y amor necesarios para su sano desarrollo.

El Programa de Adopciones en la Magdalena Contreras se instrumentó el 01 de enero de 2013, con el gobierno de Leticia Quezada Contreras; únicamente se implementó en la citada delegación, ya que las personas que tomaron posesión de la institución se dieron cuenta que el sacrificio no era la opción más viable para terminar con la sobrepoblación de perros.

Asimismo, se trata de una cuestión de ética profesional y de ayuda a la especie, que brinda una nueva oportunidad de vida y evita en lo posible su sufrimiento.

Según información de la Doctora Fátima Aceves hay cuatro Asociaciones Protectoras de Animales que trabajan en conjunto con la Clínica, las cuales se encargan de recoger a los perros y ponerlos en programas de adopción, éstas son:

- **Defendiendo a la Vida**
- **Peludos Desamparados**
- **Círculo Adopta**
- **Pro Perro**

De acuerdo con el Doctor, Abel Sánchez, para poder llevárselos a sus respectivas asociaciones deben de realizar con la Clínica Veterinaria un acta notarial y un

²⁸ Definicio.DE. definicion.de/adopcion/, 06 de septiembre, 20:15 horas.

contrato de adopción, en donde se especifiquen las condiciones en que se llevan a los perros. Además, los particulares no podrán hacer la adopción directamente con la Veterinaria, deben de hacer el trámite mediante las asociaciones.

Asimismo, en apoyo a la causa durante el 2015 se realizaron dos *Festivales Caninos* en los Dinamos, en donde se llevaron a cabo actividades recreativas entre perros y dueños; demostraciones de perros entrenados y para adopción; actividades como la obra de teatro Guiñol “Amigos Inseparables” impartida por la Asociación de cuidado animal **El Muro**; stands de productos para mascotas; presentación de canciones y se aceptó donación de alimento, actividades que tuvieron gran éxito.

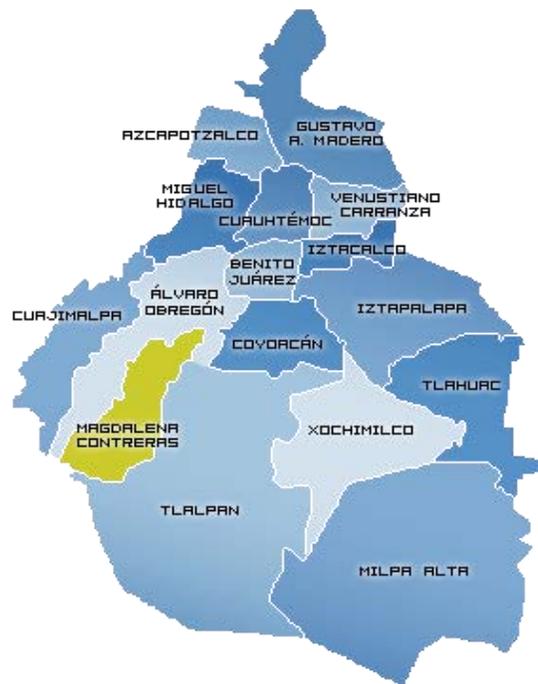
En cuanto a la adopción, es una de las formas de apoyo que resultan satisfactorias en la disminución de la cantidad de perros abandonados por sus dueños o que nacieron en la calle; sin embargo, y como se mencionó con anterioridad, la cifra aún se queda corta en comparación con la cantidad de perros que son ingresados y dejados en la Clínica Veterinaria, los cuales posteriormente son sacrificados, por lo que no sólo es un problema de perros que se reproducen sin límite, resulta ser un problema también provocado por las personas.

Se trata de un problema que incluye a la sociedad, instituciones y gobierno en diversos ámbitos: educación, cultura y economía, por lo que se puede cuestionar ¿cómo está la situación en cifras para que la adopción sea una opción viable y suficiente? En el siguiente tema se ofrece un panorama socioeconómico en la Magdalena Contreras para entender su calidad de vida y por ende, su participación en la generación de perros abandonados.

2.2 LA MAGDALENA CONTRERAS EN CIFRAS

La Magdalena Contreras es una las 16 delegaciones que integran el Distrito Federal, la cual está constituida por 52 colonias. Gran parte del su territorio es semi-rural, ya que aún cuenta con poblados donde se carece de infraestructura y servicios básicos, como agua, luz, gas “Aproximadamente el 80% de su territorio es suelo de conservación”²⁹

Mientras que en la parte urbana gozan de todos los servicios y la población crece exponencialmente “de acuerdo con información censal de 1930 al año 2000, se observa que la Delegación Magdalena Contreras presentó entre 1950 y 1980 un crecimiento poblacional explosivo que provocó el aumento de la población inicial en 7.88 veces (21,955 habitantes en 1950 a 173,105 habitantes en 1980)”³⁰.

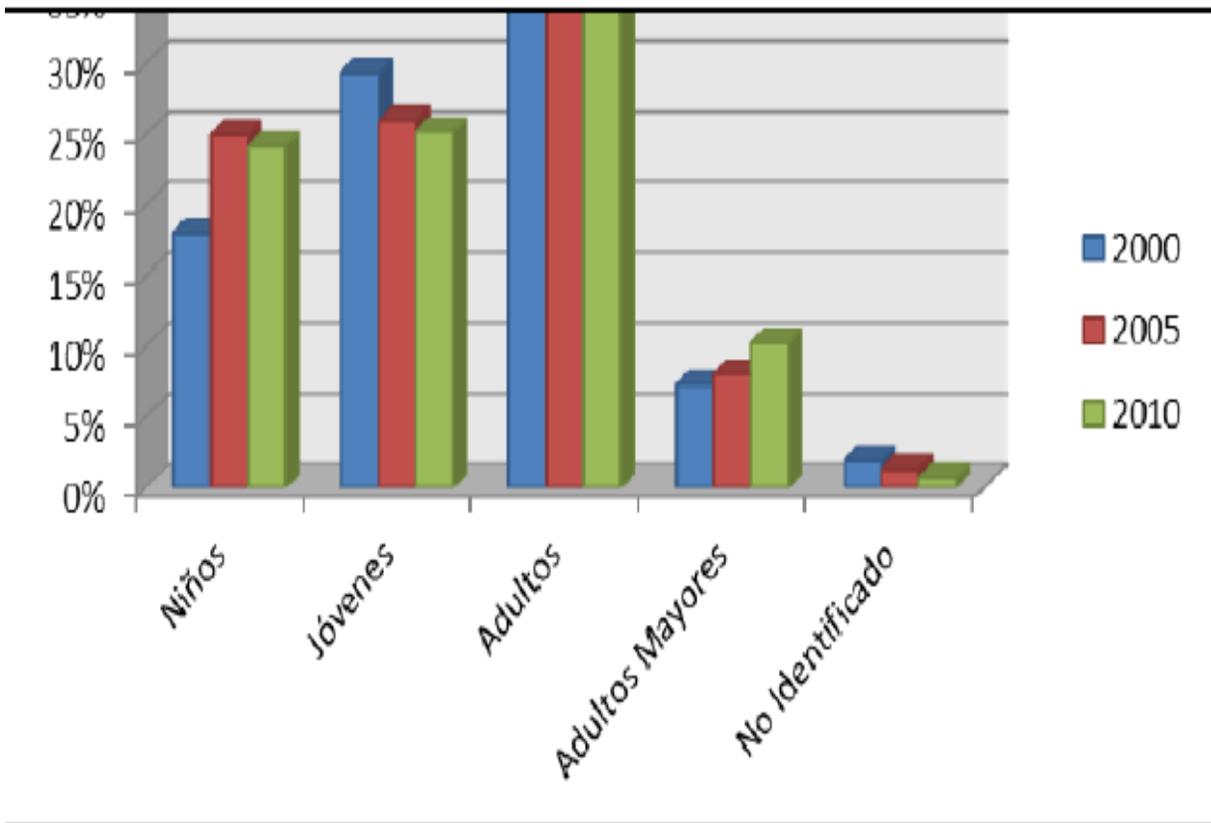


²⁹ Quezada Contreras, Leticia. “Gaceta Oficial del Distrito Federal”. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página.31. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

³⁰ Quezada Contreras, Leticia. “Gaceta Oficial del Distrito Federal”. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página. 27. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

Según información del INEGI (2000 y 2005) los adultos tienen una mayor distribución, mientras que los adultos mayores tienen una de las menores, niños y jóvenes se mantienen en la media.

Porcentaje de la distribución de la población por grupo de edad en La Magdalena Contreras, 2000 y 2005



Fuente: INEGI. Censo, 2000; Conteo, 2005.

Gráfico tomado de la Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2013 ³¹

³¹ Quezada Contreras, Leticia, Gráfico tomado de la Gaceta Oficial del Distrito Federal. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal, Número 1717, Tomo III, 2013, página.31. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

Sin embargo, a pesar de haber una buena parte de la población integrada por gente adulta en una zona urbanizada, hay un alto grado de marginación; en el siguiente gráfico se presenta información de la Coordinación de Planeación y Desarrollo del Distrito Federal (COPLADEDF) que agrupa a la Delegación Magdalena Contreras en 41 unidades territoriales con el siguiente grado de marginación:



Información de la *Coordinación de Planeación y Desarrollo del Distrito Federal* (COPLADEDF)

Se puede identificar que los niveles más altos de marginación abarcan el mayor porcentaje de la Delegación y los bajos un mínimo. Lo que hace ver que a pesar que sea una zona en donde se localicen algunas de las colonias de mayor nivel socioeconómico como San Jerónimo y el Pedregal, la mayoría de la población

cuenta con recursos precarios, con una desventaja social, económica, política y de educación importante.

Mientras que la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en su Informe Anual sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social (2010) presenta la siguiente información:

I. INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

INDICADOR	LA MAGDALENA CONTRERAS (DELEGACIÓN)	DISTRITO FEDERAL
Población total, 2010	239,086	8,851,080
Total de hogares y viviendas particulares habitadas, 2010	62,703	2,388,534
Tamaño promedio de los hogares (personas), 2010	3.8	3.6
Hogares con jefatura femenina, 2010	17,479	749,744
Grado promedio de escolaridad de la población de 15 o más años, 2010	9.9	10.5
Total de escuelas en educación básica y media superior, 2010	211	8,846
Personal médico (personas), 2010	144	25,595
Unidades médicas, 2010	18	667
Número promedio de carencias para la población en situación de pobreza, 2010	2.1	2.1
Número promedio de carencias para la población en situación de pobreza extrema, 2010	3.7	3.5

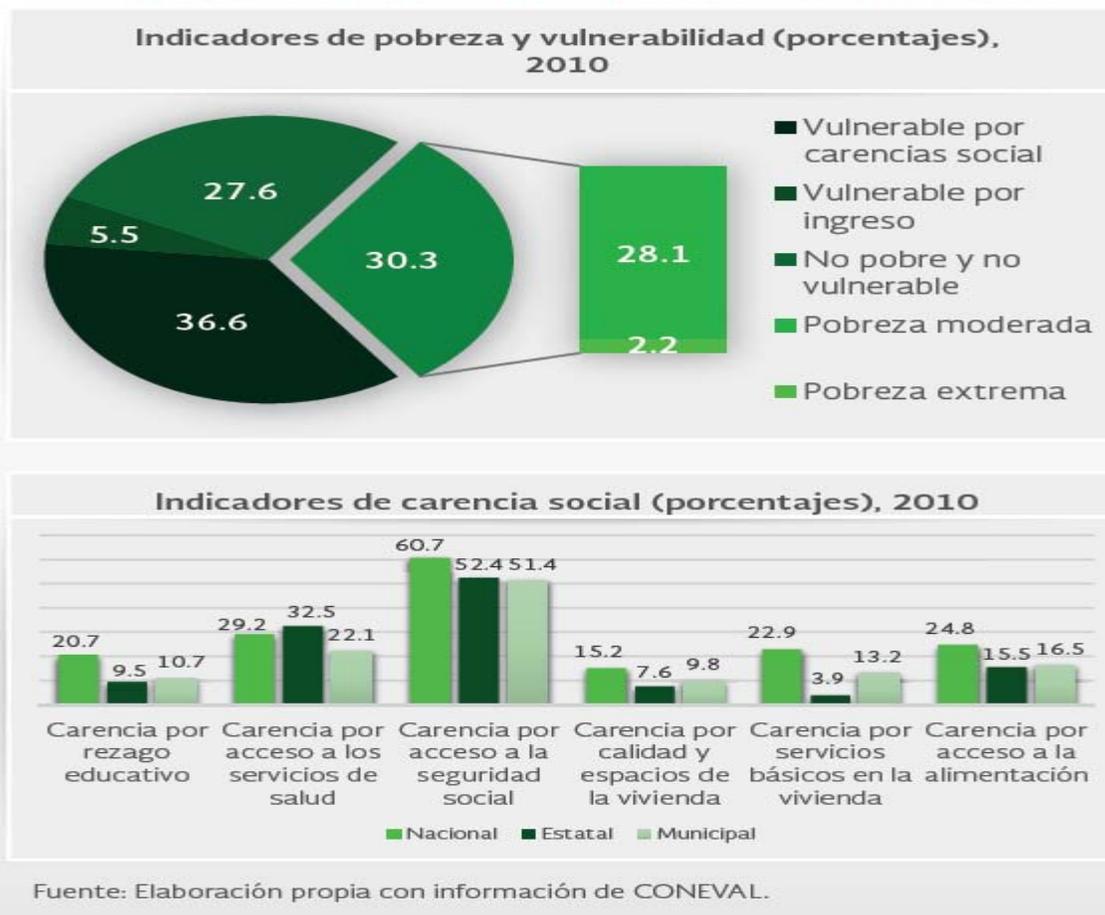
Fuentes: Elaboración propia con información del INEGI y CONEVAL.

Gráficos INEGI y CONEVAL³²

³² Informe SEDESOL y CONEVAL. "Informe Anual Sobre la Situación de la Pobreza y Rezago Social. Indicadores Sociodemográficos" 2010. www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Informes_pobreza/2014/Municipios/Distrito_Federal/Distrito_Federal_008.pdf, 18 de septiembre del 2015. 13:22 horas.

- En donde la población total en la Magdalena Contreras representa el 2.7 % en comparación con el Distrito Federal.
- Su grado de escolaridad de 15 años o más es de 9.9, no muy alejado del presentado en el Distrito Federal.
- Sus unidades médicas representan el 2.69%
- Su número de carencias en situación de pobreza extrema rebasa al Distrito Federal.

II. MEDICIÓN MULTIDIMENSIONAL DE LA POBREZA



Gráficos del CONEVAL³³

³³ Informe SEDESOL y CONEVAL. "Informe Anual Sobre la Situación de la Pobreza y Rezago Social. Pobreza y vulnerabilidad (porcentajes)" 2010. www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Informes_pobreza/2014/Municipios/Distrito_Federal/Distrito_Federal_008.pdf, 18 de septiembre del 2015. 13:22 horas.

En el en gráfico de pastel se presenta el mayor porcentaje en el rubro de vulnerable por carencia social con 36.6 % y el menor, presuntamente está en pobreza extrema con 2.2%

De acuerdo a cifras del Informe Anual Sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social 2010, indica que “En 2010 68,595 individuos (30.3% del total de la población) se encontraba en pobreza, de los cuales 63,687 (28.1%) presentaban pobreza moderada y 4, 908 (2.2% estaban en pobreza extrema)”³⁴.

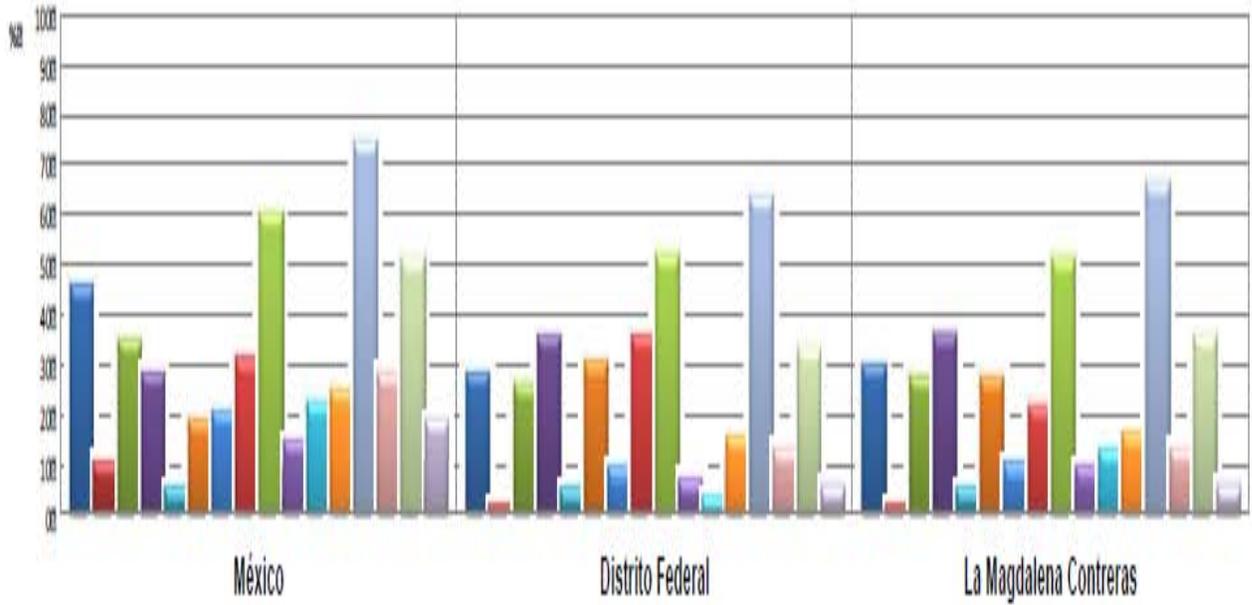
Mientras que en gráfico de barras la carencia por rezago educativo, acceso a los servicios de salud, seguridad social, calidad y espacios de vivienda, servicios básicos en la misma y acceso a la alimentación, están muy similares a los de nivel nacional, identificando que existe un importante rezago social.

En el gráfico de la siguiente página se muestra como indicador más elevado en la Delegación Magdalena Contreras la Población con al menos una carencia, le sigue carencia por acceso a la seguridad social, vulnerable por carencia social y población con ingreso inferior a la línea de bienestar.

Pobreza está en un nivel medio con pobreza moderada, no pobre y no vulnerable. En el nivel más bajo se encuentra pobreza extrema, por lo que se reafirma que la Delegación se mantiene en un nivel medio de pobreza.

³⁴ Informe SEDESOL y CONEVAL. “Informe Anual Sobre la Situación de la Pobreza y Rezago Social. Pobreza y vulnerabilidad (porcentajes)” 2010. www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Informes_pobreza/2014/Municipios/Distrito_Federal/Distrito_Federal_008.pdf, 18 de septiembre del 2015. 13:22 horas.

Indicadores seleccionados de pobreza en el Distrito Federal, México 2010



- Pobreza
- Pobreza extrema
- Pobreza moderada
- Vulnerable por carencia social
- Vulnerable por ingreso
- No pobre y no vulnerable
- Carencia por rezago educativo
- Carencia por acceso a la salud
- Carencia por acceso a la seguridad social
- Carencia por calidad y espacios de la vivienda
- Carencia por servicios básicos en la vivienda
- Carencia por acceso a la alimentación
- Población con al menos una carencia
- Población con al menos tres carencias
- Población con ingreso inferior a la línea de bienestar
- Población con ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo

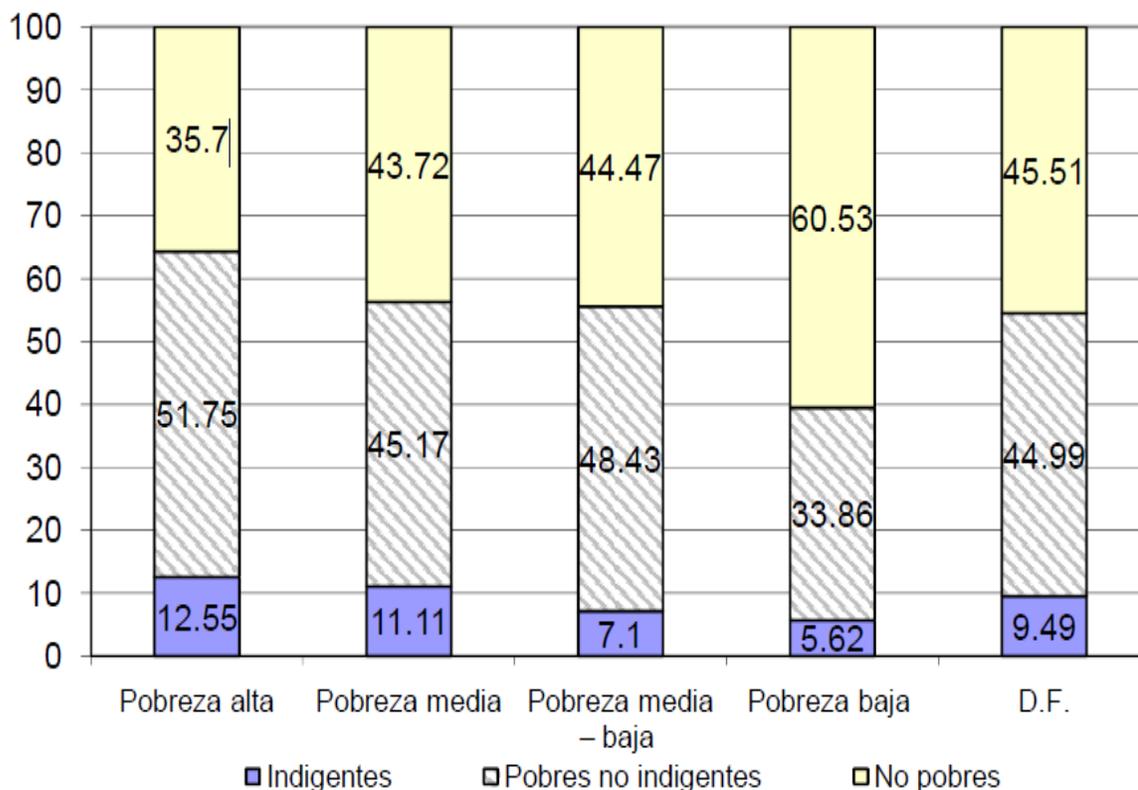
Gráfico tomado de la Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2013³⁵

³⁵ Quezada Contreras, Leticia. "Gaceta Oficial del Distrito Federal". Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página. 33. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

“Estudio La Pobreza en el Distrito Federal en 2004, ubica a la Delegación Magdalena Contreras en el estrato de pobreza media”³⁶.

Pobreza por el MMIP en las delegaciones agrupadas por estratos de pobreza. D.F. 2004

(Porcentaje)



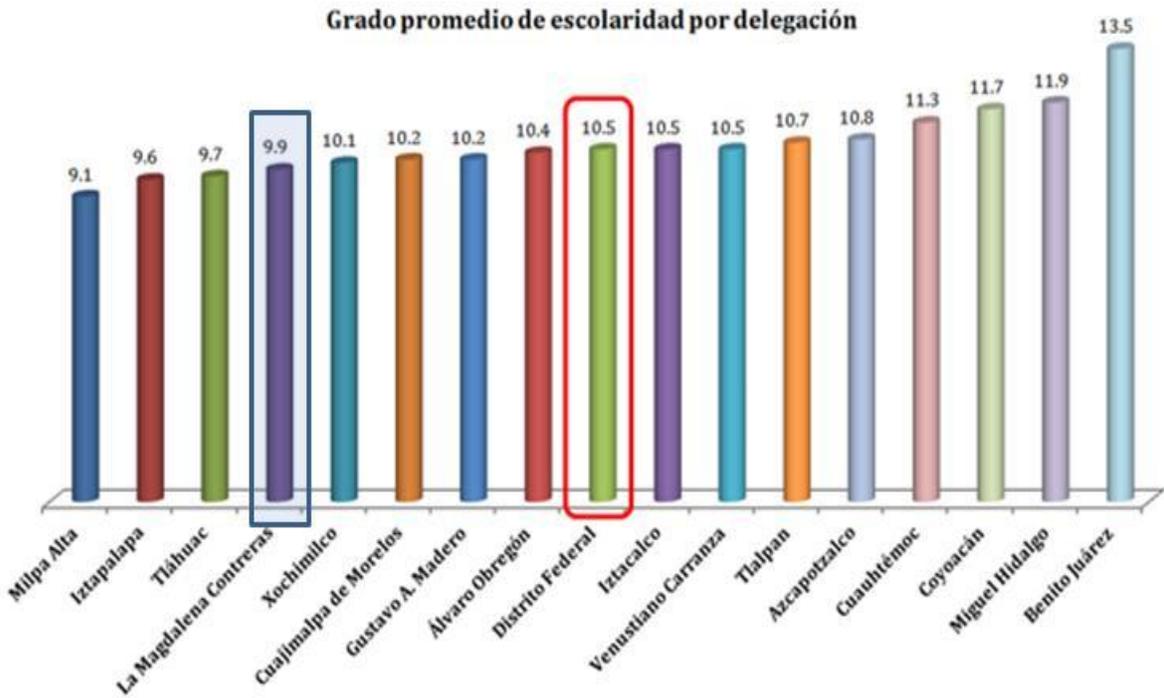
^a Pobreza Alta: Milpa Alta, Xochimilco, Tláhuac e Iztapalapa,
 Pobreza media: Magdalena Contreras, Gustavo A. Madero y Tlalpan;
 Pobreza Media Baja: Álvaro Obregón, Venustiano Carranza, Iztacalco y Cuajimalpa;
 Pobreza Baja: Cuauhtémoc, Azcapotzalco, Coyoacán, Miguel Hidalgo y Benito Juárez
 Fuente: Cuadro AE 1.2 del anexo estadístico

Gráfico tomado de la Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2013³⁷

³⁶ Quezada Contreras, Leticia. “Gaceta Oficial del Distrito Federal”. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página.34. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

³⁷ Quezada Contreras, Leticia. “Gaceta Oficial del Distrito Federal”. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página.34. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

Como se presentó al inicio del capítulo, los jóvenes ocupan la media de la población y los adultos la mayoría; sin embargo, su nivel de educación es bajo ya que “De acuerdo con estimaciones del Consejo Nacional de Población (con base en el II Censo de Población y Vivienda 2005, y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2005), el 3.10% de la población de 15 años o más que habita en la Magdalena Contreras es analfabeta, en este mismo rango de edad el 11.47% no cuenta con primaria completa”³⁸



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010. INEGI

Gráfico tomado de Grado Promedio de Escolaridad, Ciudad de México³⁹

³⁸ Quezada Contreras, Leticia. “Gaceta Oficial del Distrito Federal”. Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal. Número 1717, tomo III. México, 2013, página.33. www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 05 de septiembre del 2015. 12:15 horas.

³⁹ Secretaria de Educación. “Grado Promedio de Escolaridad”. Ciudad de México, 2010. www.educacion.df.gob.mx/index.php/publicaciones/33-numeralias/datosgenerales/138-promedioescolaridad, 06 de septiembre de 2015 15:30 horas

El Distrito Federal tiene el grado de escolaridad promedio de 10.5, mientras que la Delegación Magdalena Contreras está por debajo de la media con 9.9 y la más alta la representa la Delegación Benito Juárez con 13.5.

Con los datos de las diferentes gráficas presentadas se puede valorar que la Magdalena Contreras es una Delegación en donde el nivel de educación y las oportunidades de crecimiento presentan un rezago considerable y muestra un nivel de pobreza medio.

La educación es uno de los factores de mayor importancia para el desarrollo de la población; es la base para la construcción y el mantenimiento de una civilización con mejores oportunidades en la calidad de vida.

Si la sociedad carece de tan importante factor, se está en una fase de retroceso; acrecentando los problemas sociales, políticos, económicos y de salud, los cuales pueden ser detonante para la generación de violencia, sobre todo en el seno familiar, que es el núcleo primario de una sociedad, ya que es donde se deben de asentar las bases de los valores y la educación para un desarrollo individual y social óptimo.

De acuerdo a información presentada por el diario la Jornada en 2010, durante el primer semestre se presentaron 5 mil denuncias por violencia familiar y una de las delegaciones en donde se presentaron más denuncias fue la Magdalena Contreras, ya que presuntamente está ubicada en “franja de alta marginación”.

Es así como la educación, la cultura y la *salud* toman mayor relevancia, en caso particular, el último tópico se vuelve tema base para el desarrollo y mantenimiento de la población. En el siguiente punto se aborda su definición y la importancia de ejercerla de manera apropiada.

2.3 CUESTIÓN DE SALUD PÚBLICA

Si conjuntamos la falta de educación, cultura, de un sistema político ineficiente y de medios económicos precarios, se hace una mezcla caótica. Si no hay posibilidad de proporcionar y obtener una calidad de vida adecuada, las personas están condenadas a padecer problemáticas difíciles de superar.

Una de ellas es la enfermedad, la cual es el resultado de la poca prevención, la falta de servicios de salud adecuados, de políticas públicas precisas, de conciencia y cultura de la población.

Se trata de prevenir y no de resarcir el daño; se requiere ampliar la cultura y la educación sobre el tema de salud, por ende, la Salud Pública ha cobrado fuerza en la materia pero ¿Qué significa? “Una pregunta que no es fácil de responder. Una respuesta válida es que Salud Pública es la actividad encaminada a mejorar la salud de la población”⁴⁰

Sin embargo, va más allá que la simple definición, el autor Vicente Navarro refiere que la salud no sólo se debe interpretar como la ausencia de enfermedad, se debe de tomar en cuenta el bienestar somático (relacionado específicamente con el cuerpo o el organismo), psicológico y social.

Sobre la población, no sólo se debe de visualizar la que está enferma y se atiende en determinado sistema (servicio), sino aquella que no acude y es vulnerable a una enfermedad.

Se trata de ver más allá de lo evidente, de prevenir de la forma adecuada para evitar o en su caso contener la crisis de la mejor manera posible; sin embargo, se presentan deficiencias que son complicadas de resarcir porque se han presentado y desarrollado con el paso de los años.

⁴⁰ Navarro, Vicente. “Concepto Actual de Salud Pública”. Capítulo 3, página 1, 6 páginas. www.facmed.unam.mx/deptos/salud/censenanza/spi/fundamentos/navarro.pdf, 08 de septiembre de 2015, 19:10 horas.

La población en número ha superado la capacidad de los servicios de salud; la falta de asignación de recursos ha delimitado y perjudicado sus funciones, y no se debe de dejar atrás la ineficiente preparación de algunos de los profesionistas del sistema.

Lo anterior se convierte en una bola de nieve que trastoca diversos sectores “Los problemas de cobertura y calidad en los servicios de salud pública se derivan de un modelo que, por una parte, el subsidiar la oferta, nos da los incentivos adecuados para una asignación eficiente de recursos y por otra, no define ni protege claramente los derechos de los usuarios”⁴¹

Lo anterior va encaminado a la población humana; sin embargo, no es la única especie que necesita de los servicios; no son los únicos que habitan el territorio; que tienen necesidades, que se enferman. Los animales también necesitan atención, requieren de revisiones médicas y de sistemas de prevención, pero hasta entre ellos hay diferencias; algunos podrán gozar del servicio pero otros no tendrán acceso.

En el siguiente punto se trata el tema de los *perros en cifras*, donde se refleja el grado de atención en natalidad, esterilización y vacunación, así como la problemática que desencadena la falta de las mismas.

⁴¹ BBVA Bancomer. “Calidad de los Servicios de Salud Pública”. No 19. 2002 página. 10, 20 páginas. contrapeso.info/revista/wp-content/uploads/2010/09/BBVACalidadSaludPublica.pdf, 08 de septiembre 19:55 horas

2.3.1 LOS PERROS EN CIFRAS

La cantidad de perros que deambulan por la calle, de aquellos que tienen dueño y los que no lo tienen, se ha convertido en una problemática social, cultural, política y de salud. Basta con caminar por algunas de las colonias populares de la Ciudad de México para darse cuenta someramente de la cantidad de perros que transita en una zona, de cómo lucen físicamente y de cómo son tratados por la comunidad.

Pero ¿Cuándo empezó a verse como un problema y tomó importancia el tema de los perros callejeros? A partir de 2012 presuntamente se llevaron varios ataques en jaurías (conjunto de perros), en las inmediaciones del bosque de Chapultepec y en el Cerro de la Estrella en Iztapalapa; en este último resultaron muertas cinco personas, por lo que los animales implicados fueron llevados al Centro de Control Canino correspondiente para su examinación.

Tema que causó controversia por resaltar la falta de competencia del gobierno y de la sociedad. Se exhibió como una negligencia, ya que los ataques se dieron en una zona protegida, donde no se tendría que haber presentado una situación como la mencionada.

Pero este tipo de problemas se ocasionan ya que muchos de los dueños que no quieren a sus perros los abandonan en las inmediaciones de la ciudad, en lugares lejanos y poco poblados como cerros y carreteras, por ejemplo en la Magdalena Contreras uno de los lugares más comunes para abandonarlos son los Dinamos, donde se crean jaurías y atacan a la fauna silvestre.

Por lo que se puede determinar que no se trata de una situación sobre perros malos y asesinos, son animales que quedan desprotegidos al ser abandonados y tienen que buscar la manera de sobrevivir; se congregan con otros seres en la misma situación y atacan a otras especies para comer.

Pero el tema de los ataques no es cosa nueva, se han presentado a lo largo de la historia de la convivencia entre perro y humano, pero en diferentes contextos y con diversas implicaciones, en algunos casos las personas resultaron gravemente

heridas; algunas se infectaron de rabia o murieron, pero en años más recientes “De acuerdo con datos oficiales, entre los años 2006 y 2010, han resultado lesionadas, en promedio, 114 mil personas al año por mordeduras de perros; los estados con mayor incidencia son Hidalgo, Puebla, Durango, Distrito Federal y San Luis Potosí. Las niñas y niños son los más vulnerables...los adultos mayores son otro grupo amenazado”⁴²

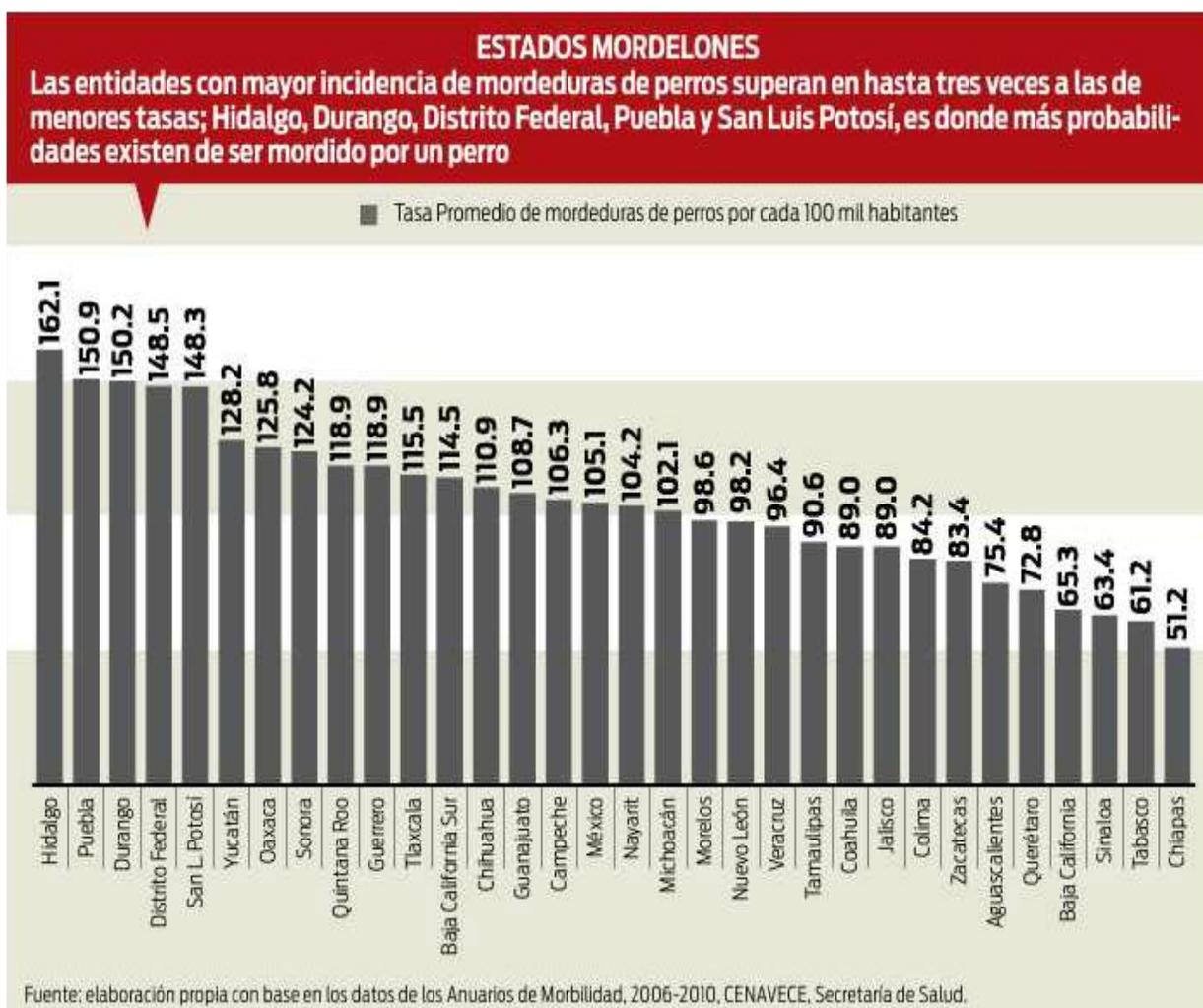


Gráfico tomado de la Página México Social, 2013

La situación de los ataques en jaurías simplemente fue un detonante que prendió focos rojos, para que el entonces secretario de Salud Capitalino, Armando Ahued,

⁴² Fuentes, Mario Luis. “Perros Callejeros: problemas de salud pública”. México Social. CEIDAS, 2013. mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html, 09 de septiembre de 2013, 12:23 horas

en enero de 2013, anunciara un programa de esterilización masiva en el Distrito Federal para disminuir el número de perros.

Sin embargo, lo anterior no resultó ser la solución por excelencia, a pesar de ser un método de contención que ha dado muy buenos resultados, sigue siendo un problema de cultura, educación y conciencia en la población, y en particular por dueños irresponsables, de aquellos que abandonan a sus perros por diversos motivos; de aquellos que no son aptos para sus cuidados.

Un problema de seguridad se convirtió en un tema de salud pública, en donde se necesitó urgentemente contener el crecimiento desmedido de los canes “según información de la Asociación Mexicana de Médicos Veterinarios Especializados en Pequeñas Especies, la población de perros en situación de calle crece a un ritmo de 20 por ciento anual”⁴³.

“De acuerdo con estadísticas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), al menos en el Distrito Federal existen tres millones de perros abandonados y en el país un total de 15 millones, es decir, uno por cada siete habitantes”⁴⁴.

Asimismo, se presentan las siguientes cifras “En el área metropolitana de la Ciudad de México habitan un millón 200 mil canes, sobre todo en las delegaciones Iztapalapa, Magdalena Contreras y Milpa Alta, de los que 120 mil son callejeros; y cada año 18 mil se pierden o son abandonados por sus dueños”⁴⁵.

Resultando ser aproximaciones, ya que la realidad presenta otro panorama, por ejemplo, una perra (con vida reproductiva de seis años) al año puede tener dos camadas, de las cuales nacerán entre seis y ocho cachorros, y en sus seis años reproductivos puede engendrar entre 72 y 96 perritos, quienes tienen una alta probabilidad de repetir la historia.

⁴³ Blancas Madrigal, Daniel. “Abandonados, 15.4 millones de perros en México”. La Crónica. Sección Nacional. 2013. cronica.com.mx/notas/2013/721525.html, 09 de septiembre de 2015, 19:40 horas.

⁴⁴ Diario La razón. “Un perro abandonado por cada siete habitantes: UNAM”. Sección Ciudad., 2014, razon.com.mx/spip.php?article217420, 09 de septiembre de 2015, 18:20 horas.

⁴⁵ Revista Muy Interesante. “En la Ciudad de México, 120 mil perros callejeros”. Sección Salud. 2014. www.muyinteresante.com.mx/salud/12/01/06/perros-abandonados/. 09 de septiembre de 2015, 14:30 horas.

Por lo que el conteo resulta dudoso, incluso las Instituciones encargadas de cuantificar la situación no tienen clara y actualizada la cifra de perros que habitan las calles de la Ciudad de México, si se les hace la consulta directamente su respuesta es que no cuentan con la información requerida.

Por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las Oficinas de la Delegación Magdalena Contreras, la Clínica Veterinaria Delegacional y Locatel, no cuentan con el número de perros callejeros. Sin embargo, resulta extraño que en medios abiertos en particular los diarios, es donde se obtienen las supuestas estadísticas de algunas de las mencionadas instancias, resultando contradictorio.

Se trata de un problema que resulta ser incuantificable y que va en aumento por la imprudencia de aquellos que ven a los perros como un objeto del que pueden disponer a placer; se trata de aquellos perros que son comprados por “lindos” y que al crecer se convierten en molestia; de aquellos quienes son abandonados por los infortunios de una pareja y se vuelven un volado ¿quién se queda con el perro?; de aquellos que deciden acrecentar su familia y resulta un estorbo o porque lo ven como arma mortal “vaya a atacar al niño”.

Es una cuestión que va más allá de mitos y presunciones, se trata de sensibilizar para mejorar la calidad de vida de los desfavorecidos; de aquellos seres que quedan a su suerte, de aquellos a los que se les demuestra en muchas ocasiones indiferencia; es una cuestión de respeto, amor y cuidado.

Se debe de valorar la vida en todas sus expresiones, ya que además de tratarse de integridad humana, es una cuestión de beneficio social; se trata de erradicar de la mejor forma posible la inconsciencia que acarrea diversas complejidades, entre ellas las *enfermedades*, tema valorado en el siguiente punto, donde se da un panorama de alerta al descuido y la apatía.

2.3.2 ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN (PERRO A HUMANO)

Un perro que no tiene la atención básica y necesaria para su sano desarrollo, está expuesto a adquirir diversas enfermedades, las cuales pueden resultar infecciosas para el ser humano.

Se transmiten *zoonosis* de perro a humano a causa de la falta de educación y cultura sanitaria. Muchos de los dueños sacan a pasear a sus perros y no recogen el excremento, aunado los perros que sí tienen dueño pero que vagan en la calle sin supervisión o aquellos que no cuentan con un hogar "... perros callejeros, los cuales generan entre 5 y 6 toneladas de heces fecales al día, las cuales provocan hasta el 60% de las infecciones estomacales e intestinales que se reportan cada año"⁴⁶ y tan sólo en el Distrito Federal es media tonelada.

"De acuerdo con un estudio del Instituto Nacional de Salud Pública, dado a conocer en el año 2008, la contaminación de suelo por heces fecales es la principal fuente de infección humana; con el agregado de que las larvas contenidas en las heces fecales son altamente resistentes a los efectos del ambiente por lo que pueden sobrevivir, desde meses hasta años en espera de un portador"⁴⁷

Las enfermedades se transmiten por los desechos que quedan en la calle, se pulverizan y las partículas que desprenden vuelan por el aire y son inhaladas por los transeúntes o se adhieren a los alimentos preparados en la vía pública.

Pero para aclarar ¿Qué es la zoonosis? "(del Griego *zoon: animal, nosos: enfermedad*) en referencia a las enfermedades infecciosas transmisibles de animales vertebrados al ser humano bajo condiciones naturales. Los agentes infecciosos involucrados incluyen bacterias, virus, parásitos, hongos etc. La Organización Mundial de la Salud (OMS) y Organización Panamericana de la

⁴⁶ Fuentes, Mario Luis. "Perros Callejeros: problemas de salud pública". México Social. CEIDAS, 2013. mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html, 09 de septiembre de 2013, 12:30 horas

⁴⁷ Fuentes, Mario Luis. "Perros Callejeros: problemas de salud pública". México Social. CEIDAS, 2013. mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html, 09 de septiembre de 2013, 12:35 horas

Salud (OPS) reconocen a 174 enfermedades zoonóticas de importancia de las cuales el perro es capaz de transmitir 53⁴⁸.

Algunas de las enfermedades comunes son: la *salmonelosis* y la *conjuntivitis*. La primera, es una infección intestinal provocada por ingerir alimento o agua contaminada que contiene el virus de la *salmonela*, la cual provoca síntomas como vómito, diarrea y alta temperatura; en el segundo caso, es una infección en los ojos donde se presenta una fuerte irritación.

De acuerdo con la Dirección General de Vigilancia Epidemiológica de la Secretaría de Salud, “cada año se registran en todo el país entre 4.5 y 4.9 millones de infecciones intestinales, así como más de 450 mil casos anuales de amebiasis intestinal⁴⁹”

Otra de las enfermedades conocidas transmitidas de perros a humano es la rabia, causada por mordedura, la cual puede ser mortal; sin embargo, según datos de la Secretaría de Salud ya no se reportan casos en México desde 2002, resultado del éxito de las campañas de vacunación en diferentes zonas del país.

De acuerdo a información proporcionada por la Clínica Veterinaria Delegacional en la Magdalena Contreras durante el primer semestre de 2015, se han aplicado 13,550 vacunas antirrábicas entre **perros** y gatos.

Este tipo de enfermedades podrían controlarse de una manera efectiva si no vagaran tantos perros que hagan sus necesidades en la vía pública pero sobre todo, si hubiera dueños y una sociedad en general con mayor conciencia.

Uno de los métodos de contención que ya se mencionó con anterioridad, la esterilización, resulta adecuada para el control de la especie, tema que se desarrolla en el siguiente punto.

⁴⁸ Periódico Mural. “Zoonosis transmitidas a humanos por los perros; implicaciones en la salud pública”. Facultad de Medicina UNAM. Departamento de Salud Pública. facmed.unam.mx/deptos/salud/periodico/31%20zoonosis/index.html, 10 de septiembre de 2015

⁴⁹ Fuentes, Mario Luis. “Perros Callejeros: problemas de salud pública”. México Social. CEIDAS, 2013. mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html, 09 de septiembre de 2013, 12:23 horas

2.3.3 LA ESTERILIZACIÓN

La esterilización se define como “proceso por el cual se incapacita su reproducción a un perro o a un gato mediante técnicas quirúrgicas”⁵⁰

El interés en la reproducción de perros en el país tiene sus orígenes, según información del Centro Nacional de Programas Preventivos y Control de Enfermedades (CENAPRECE), en la década de los 90’s cuando se iniciaron las campañas antirrábicas y se observó que en cada año aumentaba en el número de los perros vacunados (7 millones de 1990 a 13 millones en 1999, previéndose que en el siglo XXI este número se triplicaría), por lo que no alcanzaría el presupuesto de la Secretaría de Salud para su atención.

En 1994, la Secretaría de Salud en coordinación con un grupo protector de animales y escuelas de veterinaria locales en los Servicios Estatales de Salud (SESA), intervinieron en el procedimiento para llevar a cabo un mayor número de esterilizaciones.

Situación que tuvo éxito, por lo que durante 2001-2006, el Programa Nacional de Salud tomó en cuenta la estabilización de la población canina, con un objetivo específico: “Promover que la población propietaria de perros desarrolle comportamientos responsables, para que, a mediano plazo, disminuya el perro de la calle, se eliminen los perros callejeros o comunitarios, implementando un modelo de responsabilidad compartida”⁵¹.

La esterilización se volvió un método de control importante; sin embargo, existen mitos a su alrededor; mucha gente piensa que sus perros al ser operados van a tener complicaciones por obstruirles la capacidad de procrear “Existe dueños que rechazan la esterilización de sus animales por mitos o creencias particulares en

⁵⁰ Hernández Ávila, Mauricio. “Norma Oficial Mexicana NOM-042-SSA2-2006. Diario Oficial de la Federación, 2007. página. 5, dof.gob.mx/normasOficiales/3529/salud/salud.htm, 09 de septiembre de 2015. 19:38 horas

⁵¹ CENAPRECE. “Esterilización de animales de compañía”. Secretaría de Salud. cenaprece.salud.gob.mx/programas/interior/zoonosis/esterilizacion.html, 10 de septiembre del 2015, 12:05 horas.

torno a la seguridad del procedimiento, tales como la pérdida de la virilidad de los machos o las alteraciones de conducta”⁵²

Que las perras deben de tener por lo menos una camada para evitar la aparición de cáncer o que los perros ya no van a ser machos y se volverán agresivos; sin embargo, esto resulta falso.

Carlos Esquivel Lacroix, Médico Veterinario Zootecnista y Maestro en Reproducción Animal (FMVZ-UNAM), comenta que la esterilización supera los riesgos:

En las hembras:

- Evita la aparición de cáncer mamario
- Tumores ováricos
- Problemas vaginales

En los machos:

- Reduce el comportamiento sexual
- Problemas de próstata y pene

De acuerdo a datos proporcionados por la Clínica Veterinaria en la Magdalena Contreras durante el primer semestre del 2015, se llevaron a cabo 1,131 procedimientos entre **perros** y gatos.

La esterilización es un método que ayuda en la disminución de procreación de animales, pero también resulta una forma de *protegerlos*, ya que entre menos especímenes se encuentren sin hogar o descuidados, se les podrá brindar una mejor calidad de vida, tema desarrollado en el siguiente punto.

⁵² Morán Rodríguez, Liliana Estela. “Proponen solución al problema de perros callejeros”. CIENCIAUNAM. DGCD. 2012. ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen_solucion_al_problema_de_los_perros_callejeros 09 de septiembre de 2015, 14:37 horas.

2.4 PROTECCIÓN A LOS ANIMALES

Si se tuviera una cultura y una educación adecuada o por lo menos básica sobre el funcionamiento anatómico y las necesidades específicas (por raza) del perro, habría (con una amplia posibilidad) reducción de cifras de animales maltratados, abandonados o de aquellos que nacen en las calles.

Se requiere una amplitud de conciencia y de valores para respetar una vida no humana que come, respira, comparte un espacio y está en constante interacción con las personas.

No se trata de considerar un perro como un objeto manejado a placer, se trata de un ser que requiere atención y protección para su sano desarrollo, con derechos para proporcionarle una adecuada calidad de vida.

Por lo que no sólo los seres humanos gozan de leyes para salvaguardar sus intereses, su integridad, su desarrollo como individuo y como ente social, habiéndose formulado en 2001 la *Ley de Protección Animal*, en donde se registran los lineamientos a seguir por parte de las instancias de gobierno implicadas en su salvaguarda, así como las cuestiones a las que se debe de alinear el dueño o la persona responsable del animal, para proporcionarle un trato digno y evitar prolongar su sufrimiento.

Algunas de las cuestiones que exponen en la Ley son las siguientes:

Artículo 1.- La presente Ley es de observancia general en el Distrito Federal; sus disposiciones son de orden público e interés social, tienen por objeto proteger a los animales, garantizar su bienestar, brindarles atención, buen trato, manutención, alojamiento, desarrollo natural, salud y evitarles el maltrato, la crueldad, el sufrimiento, la zoofilia y la deformación de sus características físicas; asegurando la sanidad animal y la salud pública, estableciendo las bases para definir.

En el mismo artículo **Párrafo V Bis** expone, Promover en todas las instancias públicas, privadas, sociales y científicas, el reconocimiento de la importancia ética, ecológica y cultural, que representa la protección de los animales, a efecto de obtener mejores niveles educativos de bienestar social

Artículo 5.- Las autoridades del Distrito Federal, en la formulación y conducción de sus políticas, y la sociedad en general, para la protección de los animales, observarán los siguientes principios:

I. Los animales deben ser tratados con respeto y dignidad durante toda su vida...

Asimismo, hay otras leyes donde se estipula su protección como por la *Ley General de Bienestar y Protección a los Animales* donde se establece:

Extractos del contenido del Artículo 1:

I. Los principios para proteger la vida animal y garantizar el bienestar de toda especie;

IV. La participación de las instancias públicas, privadas, sociales, en la observancia de la presente Ley, así como el reconocimiento ético, ecológico y cultural, subyacente en las acciones de procuración de bienestar y protección a los animales, dignificando la relación del hombre con la naturaleza;

VI. La instrumentación anual de programas específicos para difundir el respeto, la protección y el trato digno para toda forma de vida animal.

En el mismo documento se presenta:

Artículo 48. La Federación, el Gobierno del Distrito Federal, los Estados y su Municipios, de conformidad con sus respectivas leyes, promoverán mediante programas y campañas de difusión la cultura de protección a los animales, valores, actitudes y prácticas de respeto del ser humano hacia los animales,

con base en las disposiciones establecidas en la presente Ley en materia de trato digno y respetuoso.

Artículo 51. A las Asociaciones y Organizaciones Sociales Protectoras de Animales, se les reconoce el derecho de intervenir en todas las acciones tendientes a la generación de una cultura de respeto a las especies animales.

Las presentes leyes asientan las bases y estipulan cómo deben de ser tratados los animales para velar por su salvaguarda y para brindarles una calidad adecuada en el trato *hombre-animal*, proporcionando el debido respeto; dejando a un lado las viejas posturas de *especismo* (el hombre es superior al animal) “El especismo es la discriminación de quienes no pertenecen a una cierta especie. La mayoría de los seres humanos son especistas hacia los demás animales, considerando que no deben ser respetados o que deben ser menos que los humanos”⁵³.

Si se adquiere una responsabilidad (adoptar o comprar un perro) se debe tomar conciencia que es un ser con necesidades, por lo que al tomar la decisión de cuidar otra vida, es importante estar consciente sobre la denominación *Tenencia Responsable*, tema que se trata en el punto siguiente.

⁵³ Artículo. “Qué es el especismo”. especismo.org/. 13 de septiembre de 2015, 12:06 horas

2.4.1 TENENCIA RESPONSABLE

La tenencia responsable en pocas palabras es hacerse cargo del animal adquirido; brindarle alimento, atención médica, tiempo para convivir con él y un espacio apropiado de acuerdo a su tamaño. Es atender sus necesidades básicas para su sano desarrollo.

“Fortalecer la cultura de la tenencia responsable de los animales de compañía, que debe considerar un programa de medicina preventiva para las mascotas (vacunaciones, desparasitación, esterilización, limpieza dental) y visitas periódicas al veterinario, además de salir con ellos a la calle con correas y recoger sus heces de la vía pública”⁵⁴.

Se trata de evitar su sufrimiento, vincularse de manera sana perro-humano; brindar una estabilidad física y mental.

La sociedad requiere fortalecer su cultura y educación hacia la vida de aquellos que comparten su entorno, los perros que habitan sus hogares o las calles; de aquellos que sin poder pedir con palabras, requieren ayuda para mitigar su sufrimiento.

Se necesita sensibilizar y crear una conciencia de respeto hacia los clasificados como no humanos pero que a pesar de su categorización, son capaces de dar compañía y cariño a las personas.

Las instituciones requieren proporcionar mayores recursos económicos para brindarles mejores servicios; promover campañas de vacunación, esterilización, adopción; dando las atenciones necesarias de salud y cuidado.

Los profesionistas dirigidos a su cuidado físico, emocional y de derechos, deben comprometerse a velar por sus intereses y hacer su trabajo con pasión y dedicación necesaria para su pleno desarrollo.

⁵⁴ Revista Muy Interesante. “En la Ciudad de México, 120 mil perros callejeros”. Sección Salud. 2014. muyinteresante.com.mx/salud/12/01/06/perros-abandonados/, 10 de septiembre de 2015, 12:18 horas

Si se logra conjuntar lo anterior de una manera óptima y eficiente, se crearía una sociedad con mayor conciencia y responsabilidad, no sólo en convivencia, sino en cuestiones de salud y economía, ya que un “problema” está impregnado de diferentes factores que si no son atendidos de forma óptima, desencadenan dificultades con mayor complejidad para resolverlas.

Por lo que en el siguiente capítulo se realiza la propuesta de trabajo con el objetivo principal de evitar el abandono de los perros; así como fomentar la sensibilización de la sociedad.

CAPITULO III. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA EVITAR EL ABANDONO DE PERROS

Las estrategias fueron elaboradas con el objetivo principal de evitar el abandono de perros por medio de la sensibilización; se trata llegar a lo más profundo de las personas para que actúen a favor de la especie para evitar su sufrimiento.

Se requiere apostar a un mejoramiento en la calidad de vida de los perros, ya que no solamente es una cuestión que mejorara su situación en sí misma, es un asunto que podría traer beneficios sociales, como por ejemplo, evitando enfermedades respiratorias, cutáneas, virales, etc.

Es una cuestión de conciencia conjunta entre sociedad, gobierno e instituciones para mejorar las condiciones de vida de los animales en primera instancia y en segunda por salud pública.

Las estrategias están enfocadas a niños de primaria entre siete y ocho años, ya que son edades en las que se facilita la interacción y la captación de mensajes, por lo que se llevarán a cabo diversas dinámicas para su mejor entendimiento.

Se hará uso de la persuasión y la percepción para lograr que el mensaje sea captado de forma adecuada y de la manera más integra posible, temas que se desarrollan a continuación.

3. 1. HACIA UNA PERSUASIÓN EFECTIVA

Provocar un cambio en las personas, en su pensamiento y en sus acciones sobre mejorar el trato hacia sus perros o los ajenos, no es una acción que sólo deban llevar a cabo unos cuantos, es una labor conjunta que compete a la sociedad, instituciones y gobierno.

Se necesita promover y fijar en la mente de las personas la educación y la cultura necesaria para poder brindar respeto y calidad de vida adecuada hacia la especie, para dar como resultado, la disminución en la mayor medida sobre los porcentajes de perros maltratados y abandonados.

Desafortunadamente, hay quienes no tienen el interés para cuidar a los perros apropiadamente; no conocen el significado de Tenencia Responsable; no ejercen la esterilización; no llevan a cabo la adopción y pueden optar como una medida adecuada el abandono pero ¿Qué hacer en estos casos para evitarlo? Persuadir sería una respuesta, pero ¿qué es?, ¿cómo se lleva a cabo?

Persuasión es “un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de alguna persona o personas efectuado por otro individuo o grupo; esto consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada”⁵⁵.

Asimismo, el autor Persuasión y Cambio de Actitud, Miguel Moya, refiere que se necesitan como elementos claves para llevarla a cabo:

- Fuente o emisor del mensaje.
- Contenido del mensaje
- Canal comunicativo
- Contexto

⁵⁵ Manual de Campaña CD. “Teoría y Práctica de la Persuasión Electoral 2006”. manual.inep.org/I/I-III.html, 04 de octubre de 2015, 20:30 horas.

Elementos que son empleados para llevar a cabo el proceso comunicativo.

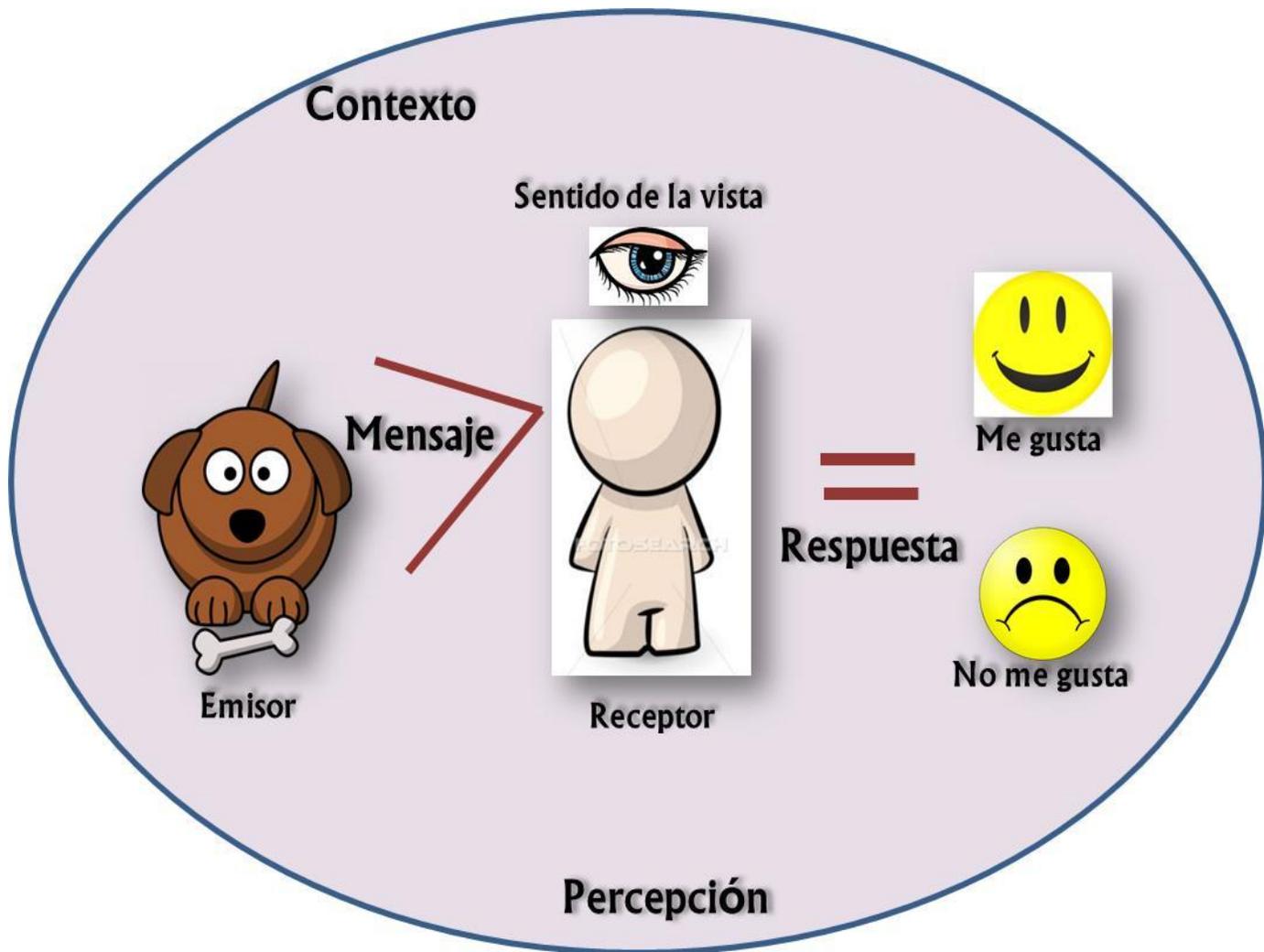
Para que el emisor influencie al receptor y pueda generar un cambio, debe poseer aspectos como credibilidad y ser atractivo en su propuesta; sin embargo, el cambio de actitud del receptor dependerá de factores como su nivel educativo y cultural, así como el nivel en que se deja persuadir o su sensibilidad, la autoestima y la disponibilidad; por lo que el nivel persuasivo puede ser distinto para cada quien y puede resultar positivo o negativo al objetivo principal.

Por ello y para que se logre de una manera efectiva, el mensaje debe ser adecuado para el público meta, claro, conciso; que apele a sus sentimientos como la alegría o a la indignación. Se debe buscar el medio adecuado para que en la medida de lo posible se evite el ruido y no interfiera en su objetivo. Se debe mantener el interés del receptor y reforzar la idea para su larga duración.

La persuasión se puede llevar a cabo mediante los diferentes sentidos (vista, tacto, gusto, olfato, oído) siempre y cuando se haga de manera adecuada, enfocando los recursos disponibles para el logro del objetivo.

Por ejemplo, en el caso de la vista, si se requiere sensibilizar para ayudar a un perro de la calle no se va a poner la imagen de un perro de raza fina que tenga las condiciones óptimas de vida; sería más adecuado poner la imagen de un can que represente la mendicidad, flaco y sucio. Asimismo, si se habla de perros no se va a poner la foto de un gato, tiene que haber coherencia.

Se debe plasmar una imagen clara donde se distinga perfectamente lo que quiere transmitir el emisor; sin embargo, como se mencionó anteriormente, se deben tomar en cuenta otros elementos del receptor para que reciba y entienda el mensaje original.



El gráfico anterior muestra cómo la persuasión se puede llevar a cabo mediante la percepción para influir en la toma de decisiones; respuesta que puede ser favorable o no, es por ello que la persuasión tendrá que hacer la labor de convencimiento para que el emisor modifique su pensamiento y lo mantenga durante mucho tiempo.

Pero para lograr la persuasión efectiva se deben de tomar en consideración diversos elementos, entre ellos, los gustos del receptor, su nivel de lenguaje y sus intereses, porque si se le transmite algo de difícil comprensión, agresivo o fuera de su contexto, la respuesta no será idónea para el objetivo del emisor.

Basándose en el ejemplo anterior, si la intención principal es que le al emisor le guste un perrito, se tiene que promover una imagen favorable; se debe de tener información previa de los gustos del receptor, si le gustan los perros grandes, pequeños, de color café o negro, que se vea imponente o tierno, para que el emisor adecue las características deseadas.

En esta labor de convencimiento se debe de adentrar y apelar a los sentimental para que la respuesta sea más fuerte y duradera; se requiere adentrar al factor cultural y de educación para que no solamente se trate de características físicas de un ser; de un simple me gusta o no me gusta; se trata de adquirir una responsabilidad por tiempo indefinido, teniendo la responsabilidad de atender sus necesidades básicas para que posteriormente no se tome una decisión perjudicial por falta del conocimiento previo y la indiferencia como es el abandono.

Una de las etapas idóneas para lograr persuadir de manera efectiva es la infancia, ya que hay mayor apertura; sin embargo, su entorno influirá en el aprendizaje “El niño nace con unas capacidades básicas que irán desarrollando a través de las relaciones afectivas y sensoriales que le proporciona el entorno”⁵⁶, tema que se desarrolla en el siguiente punto.

⁵⁶ Vicens Palou, Silvia. “El Crecimiento Emocional en la Infancia. Propuestas Educativas”. Biblioteca Infantil GRAO. Barcelona, 2004, página.27, 237 páginas.

3.1.1 PERCEPCIÓN EN LOS NIÑOS

Los niños poseen una sensibilidad extraordinaria ya que se encuentran en una etapa de desarrollo de sus sentidos y por ende de la percepción, mostrándose un campo interesante para poder influir en él, como dicen los abuelos “son como esponjas”, las cuales absorben todo el conocimiento que pueden. “El niño está en una etapa donde la curiosidad es la característica fundamental, independientemente de la retención, por lo que será un ávido receptor de mensajes estimulantes”⁵⁷.

Sin embargo, si estas aptitudes no se encaminan para promover educación y cultura dentro de un margen adecuado, los niños tergiversan en conocimiento y lo utilizan negativamente.

“Los niños son el reflejo de sus padres” ¿pero esto será 100% aplicable a todos los casos? Si el padre abandona a un perro y el niño lo ve, cuando esté crezca, ¿qué posibilidad existe para que haga lo mismo? En realidad en esta ocasión no se puede ofrecer una respuesta concreta; sin embargo, se puede adentrar en cómo influye uno de los elementos importantes para provocar en el niño una respuesta deseada, esta es la percepción.

La percepción de un niño de acuerdo al autor Frostig se desarrolla entre los tres y los siete años, pero no siempre sucede de la misma forma en todos los infantes, cada uno tiene una historia de vida, aunque corta, y se desarrolla en un contexto particular, por lo que los resultados pueden variar.

Mientras que “Getman estima que el 80% de nuestras percepciones son visuales. Por ello Montessori, Fröebel y muchos pedagogos de este siglo basan la educación en la cualidad de las experiencias que proveen al educando con un contacto directo de su ambiente (color, forma, tamaño, textura); no sólo para adiestrar la percepción sino también como un primer paso en el adiestramiento de

⁵⁷ Publicidad Infantil, ¿Persuasiva o invasiva? formared.blogspot.mx/2011/07/publicidad-infantil-persuasiva-o.html, 13 de octubre de 2015, 14:30 horas.

las funciones cognoscitivas superiores (clasificación, seriación, categorización, etcétera)”⁵⁸

⁵⁸ Silva, María Teresa. “La percepción visual en los primeros años del aprendizaje según el programa Frostig”, UNAM. Segunda Edición. México, 1998, página.56, 202 páginas.

3.2 UN VISTAZO PROBLEMA

Según datos de la Secretaría de Salud del Distrito Federal (Sedesa) registrados en 2014, hay más de un millón de perros en situación de calle, convirtiéndose en un problema que se agrava año con año por la falta de cultura y responsabilidad en el cuidado y control de la especie. Asimismo, según datos de la instancia, 18 mil perros se pierden o son abandonados cada año.

Los factores involucrados en el agravamiento del problema son diversos, la falta de interés y conocimiento son dos de los principales; así como el poco impacto que han tenido las acciones de control, como el caso de la esterilización y la adopción.

En el caso de la esterilización a pesar de ser una medida eficaz para el control natal, aún la permean diversos mitos; hay una fijación cultural de virilidad, de “respeto a su naturaleza” o de negocio, lo que resulta una problemática a corto plazo.

Como dato, en la Ciudad de México se cuenta con cinco quirófanos móviles concentrados en las 16 delegaciones. Al 7 de febrero de 2015 se realizaron aproximadamente 60 mil esterilizaciones gratuitas, sin embargo, aún queda mucho por hacer por la cantidad de perros que siguen procreando sin medida.

Si una hembra tiene la capacidad de gestar en cada camada entre seis y ocho cachorros, y éstos al crecer tienen la misma posibilidad, se convierte en una cadena interminable de animales con nulas posibilidades de tener las atenciones necesarias para su desarrollo y manutención “65,000 cachorros en situación de calle se evitarían en cada sexenio con una esterilización” comenta Tania Guerra, veterinaria de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).

La adopción es otra de las medidas de control que consiste en la adquisición de un perro en situación de calle o maltrato, sin embargo, los niveles de ésta son bajos.

Ambas alternativas brindan la oportunidad de dignificar la calidad de vida de estos seres. Aunado a lo anterior, es importante resaltar la figura de la “Tenencia Responsable” que comprende la responsabilidad de los dueños que al adquirir una mascota deben ofrecerle los servicios necesarios y un entorno adecuado.

Lamentablemente, el poco reforzamiento de estas medidas, así como la reducida cantidad de espacios para su resguardo (albergues), favorece la proliferación descontrolada de la especie y la desafortunada práctica del sacrificio.

Los diputados del Partido Revolucionario Institucional (PRI) María del Rocío Corona Nakamura y Rafael González Reséndiz, argumentaron que al menos en la Ciudad de México se sacrifican alrededor de 10 mil perros cada mes y “ello no representa ni la más mínima reducción en el número de estos animales que andan deambulando en la vía pública”.

Como problema de salud pública, los desechos son un factor importante, cada perro defeca en las calles aproximadamente 400 gramos de excremento y cerca de un litro de orina, convirtiéndose en una alerta sanitaria, ya que al secarse los desechos los residuos vuelan por medio del aire y se pueden introducir en el organismo del ser humano, provocando infecciones respiratorias, gastrointestinales y dermatológicas.

En el Distrito Federal, en 2001, se publicó la Ley de protección a los Animales, sin embargo, se sigue violando el derecho y bienestar, al no existir claridad de la instancia que aplicará, velará y exigirá el cumplimiento de las disposiciones en la materia.

La diputada Adriana Montiel refiere que los animales son seres vivos que merecen tener derechos al igual que los humanos por el simple hecho de vivir. La falta de sanciones más estrictas por maltrato y abandono propician que la problemática se agrave.

No basta con saber que hay miles de animales que viven en la calle e ignorar la situación. Hay que llevar a cabo acciones como individuo y sociedad para mejorar su calidad de vida y por ende, el entorno en el que vivimos.

3.3. JUSTIFICACIÓN

Un perro es considerado una de las mascotas predilectas de la sociedad. Son animales de compañía fáciles de domesticar y se adaptan a diversas condiciones de vida.

Pese a ser uno de los animales con mayores características benéficas para formar parte de un hogar, es una de las especies que presenta un alto nivel de maltrato y abandono en la ciudad. Basta con caminar en diversas colonias del Distrito Federal para darse cuenta de la cantidad de perros sin hogar que viven en condiciones míseras, esperando encontrar alimento o un lugar para refugiarse.

En algunas colonias es posible observar con notoriedad el andar de perros sin dueño, o bien, de aquellos que sí cuentan con uno pero adolecen de responsabilidad para asumir su cuidado y permiten su andar por las calles sin supervisión.

Algunos de los factores que influyen en el abandono es el nivel de educación y cultura en ciertas zonas, ejemplo de ello son las colonias populares donde se presenta un estatus de vida modesto y servicios básicos de cuidado, donde se pueden ubicar altos índices de perros callejeros y en estado de deterioro.

Contrario a lo anterior se encuentran los sectores catalogados con mayor estatus social, donde suele brindarse mayor atención y cuidado a las mascotas, derivado de la capacidad económica de sus habitantes, así como la disposición y tiempo para hacerlo, factores que permiten la disminución de casos de perros en situación de calle, resultado de la concientización en torno a este problema.

Existen deficiencias en la cultura de respeto, por lo que se requiere promover la figura de “dueño responsable” y de ciudadano que se preocupa por el bienestar de un animal que no tiene hogar, porque además de ser una circunstancia de humanidad y de respeto a la vida, resulta ser un tema de salud pública.

Al haber una gran cantidad de perros que vagan por las calles, se reflejan las deficiencias en las políticas sanitarias para el control de desechos y enfermedades, producto de la falta de cuidado, atención y conocimiento del tema.

Por este problema y otros mencionados anteriormente, se requiere fomentar mayor sensibilización hacia los perros que viven en situación de calle, reconociendo las necesidades de manutención y protección que requieren para ser integrados dignamente en el entorno y, por ende, dejar de considerarlos juguetes, objetos o seres sin valor, susceptibles de maltrato.

Por lo que se pretende lograr

Objetivo General

- Elaborar estrategias comunicativas que eviten el abandono de los perros.

Específicos

- Fomentar la sensibilización de la sociedad para impulsar el mejoramiento de la calidad de vida de los perros.
- Analizar la problemática del control canino en la delegación Magdalena Contreras.
- Dignificar la imagen del perro.

3.4. ESTRATEGÍAS COMUNICATIVAS PARA EVITAR EL ABANDONO DE PERROS (JORNADAS ESCOLARES)

Atendiendo a los puntos anteriores, se llevarán a cabo Jornadas Escolares donde se ejecutaran **Estrategias de Comunicación para Evitar el Abandono de Perros**, tema del presente trabajo, que está dividido en tres etapas para ser ejecutadas una vez por año en una escuela primaria; sin embargo y como piloto, se enfocará en primera instancia en una institución y en un grupo (2 A).

Copy

“Cuídame, quiéreme: soy tu amigo”

La aplicación de la Jornada inicial se llevará a cabo en la escuela primaria Francisco Nicodemo, localizada en la colonia Barranca Seca de la Delegación Magdalena Contreras, Distrito Federal, a partir del mes de marzo 2016.

- Las etapas se realizarán el 23, 24 y 25 de marzo.
- El target (público objetivo) corresponde a niños, entre 7 y 8 años, de nivel socioeconómico medio bajo.
- Se eligieron niños, ya que se considera un público al que se puede persuadir con mayor facilidad y el aprendizaje puede perdurar a largo plazo.

Las etapas se dividieron de la siguiente forma:

Primera etapa día 23, en el salón de clases mediante dinámicas de grupo; segunda etapa día jueves 24, presentación de obra de teatro y dinámica, tercera etapa día 25, interacción con mascotas y lectura grupal. Las tres sesiones tendrán las actividades con duración aproximada entre hora y media.

Día 1, 23 de marzo. Se invitará a uno de los médicos veterinarios de la Clínica Delegacional para interactuar con los niños.

- Iniciará presentándose y contando qué hace en la Clínica. (Tiempo 10 minutos),

- Preguntar si hay dudas.
- Posteriormente, realizará al grupo unas preguntas:
 - ¿A quién les gustan los animales y en específico los perros?,
 - ¿Quién tiene perro? Si la respuesta es positiva que algunos alumnos den ejemplos de ¿cómo son sus mascotas y cómo los cuidan?,
 - ¿Qué es un perro abandonado?,
 - ¿Dónde los han visto? (tiempo de la actividad 20 a 30 minutos, dependerá de la extensión de las respuestas).

El médico deberá explicar mediante lenguaje sencillo ¿qué es la Tenencia Responsable?, la esterilización y la adopción. (Tiempo 15 minutos), preguntar si hay dudas.

Al término de ésta, el doctor deberá apoyarse del profesor de la clase para hacer una dinámica de grupo llamada **correcto o incorrecto** (el profesor deberá explicar rápidamente a qué se refieren estos conceptos), para ello, se mostrará una serie de imágenes de perros en diferentes situaciones y se hará la pregunta ¿qué ven, es correcto o incorrecto?

Se deberá explicar rápidamente el contenido de la imagen para que a los alumnos se les facilite la interpretación (tiempo estimado 20 a 30 minutos).

A continuación se muestran cuatro de los ejemplos para la actividad, el resto se puede consultar en la sección del anexo 3.



***Imagen 1.** Perro abrazado por un niño
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Correcto
Explicar ¿por qué?



***Imagen 2.** Perro pateado
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Incorrecto
Explicar ¿por qué?



***Imagen 3.** Perro comiendo croquetas en un plato
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Correcto
Explicar ¿por qué?



***⁵⁹Imagen 4.** Perro comiendo basura
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Incorrecto
Explicar ¿por qué?

⁵⁹ Imágenes tomadas de internet

Al término, el doctor les podrá preguntar a los alumnos si tienen alguna duda o si quieren hacer algún comentario. (Tiempo 30 minutos).

Nota: Las imágenes deben ser legibles, impresas en papel fotográfico, tamaño 70 * 70 c.m.

Para finalizar la actividad, se deberá de hacer hincapié en que todos los animales son importantes, no interesando su raza, tamaño o color; deben ser respetados. Asimismo, si quieren adoptar o comprar un perro, es necesario que todos los miembros de la familia estén de acuerdo, ya que si después no pueden atenderlo o ya no les gusta, no es correcto abandonarlos, porque pueden sufrir mucho en las calles, padecer hambre, maltratos; los pueden atropellar, y no tienen un hogar cuando llueve o hace frío. (Tiempo 15 minutos).

Finalmente, hay que despedir al doctor con aplausos; el profesor deberá mencionar que es muy importante la labor que hace, preguntar si a alguien le gustaría ser veterinario y por qué.

Día 2. 24 de marzo. Preguntar a los alumnos

- ¿Qué aprendieron de la actividad del día anterior?

Posteriormente, presentar la obra de teatro guiñol, “Amigos Inseparables” que efectuará la organización “El Muro”.

A su término deberá de presentarse el elenco y deberán preguntar

- ¿Qué les pareció la obra?
- Con tus propias palabras, ¿de qué trata la obra?
- Posteriormente el elenco deberá explicar ¿por qué es importante respetar a los animales? y ¿Por qué es importante cuidar los perros?
- Despedirlos con aplausos.

Amigos por Siempre es una obra de teatro representada con títeres que dura 26 minutos. Cuenta la historia de Pepe un niño que no supo valorar la vida de Rocco, su perrito, y que tendrá que vivir en carne propia lo que significa ser un animal pues Humánima lo hechiza. Si él logra entender a tiempo el verdadero valor de un animal, se romperá el hechizo...⁶⁰



Para reforzar la presentación, se debe pedir que todos escriban por qué es importante mi perro, en caso de no tener uno, habrá que imaginar que lo tienen y presentarlo al grupo (tiempo 40 minutos).

Día 3. 25 de marzo. Actividad fuera del aula (patio de la escuela en donde dos representantes de la Clínica Veterinaria con otras dos de las Asociaciones protectoras de Animales que cooperan con ellos, lleven dos o tres de los perros abandonados que hayan pasado la temporada de observación y no sean peligrosos para convivir con los niños. (La actividad también se podría hacer en la Clínica Veterinaria-patio- o en otro espacio al aire libre).

- Los representantes deberán contar la historia sobre en qué condiciones llegaron a la Clínica Veterinaria y posteriormente a la organización. Asimismo, podrán preguntar a los alumnos sobre el abandono, la Tenencia

⁶⁰ El Muro. Obra de teatro, "Amigos por siempre". www.elmuro.mx/titeres.html, 02 de octubre de 2015, 13:00 horas.

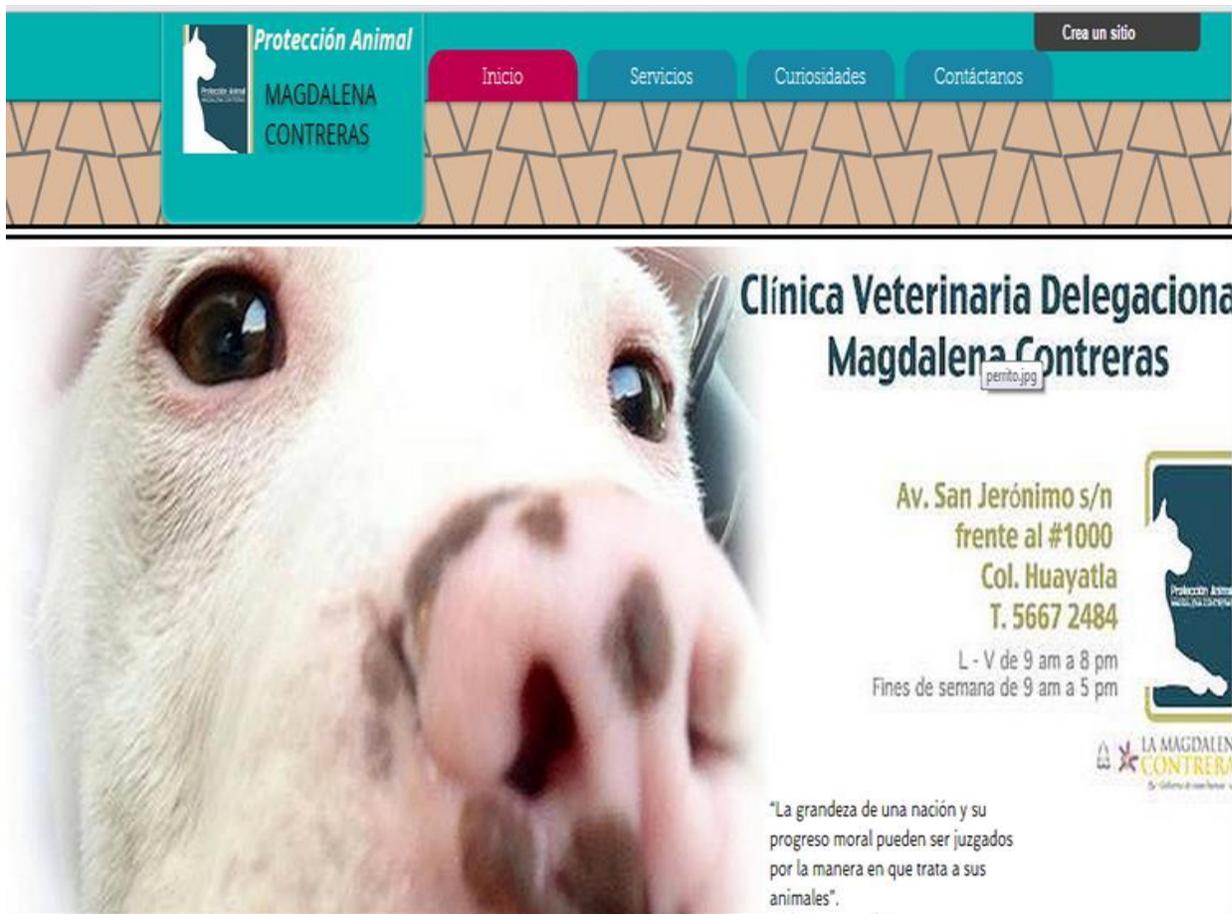
Responsable, la esterilización y la adopción ¿Qué recuerdan de estos temas? y ¿Por qué son importantes? Se deberá hacer énfasis en el abandono y las consecuencias que conlleva.

- Los niños podrán hacer preguntas también por si les quedo alguna duda.
- Posteriormente, los especialistas darán recomendaciones para su cuidado óptimo haciendo énfasis de no comprar o adoptar a un perro si no se tienen las condiciones necesarias para atenderlo y sobre todo para no abandonarlo. (Tiempo 60 minutos)
- Por último se despedirá a los invitados con aplausos y se hará la invitación a que visiten su página Web.

Como aportación al trabajo se elaboró una página Web con la finalidad de que el Centro de Control Canino tuviera un sitio donde den a conocer su labor, ya que anteriormente solamente contaban con página de Facebook.

Se divide en cuatro secciones: **Inicio** (contiene la dirección de la Clínica Veterinaria Delegacional, un dicho de Mahatma Gandhi, Historia de los Centros de Control Canino, Misión, Visión y Valores, logo de la Delegación Magdalena Contreras e Historias Caninas); **Servicios** (Servicios que ofrecen, cuotas y programa de adopciones); **Curiosidades** (¿Sabías qué, Protección a los animales y ¿Cómo cuidar a mi amigo?) y **Contáctanos** (Contacto, Mapa, Horario de Atención, así como el link de Facebook y Twitter, Comentarios).

A continuación se muestra como ejemplo la página de inicio, para ver el resto del contenido, consultar la sección del anexo 4.



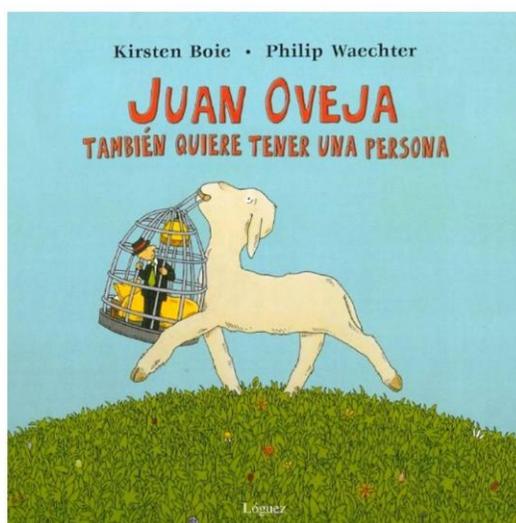
El color de la página tiene tonos rosa pálido y azul, con grecas color gris; cuenta con diversas imágenes de perros; de la fachada de la Clínica Veterinaria Delegacional; logo de la Delegación Magdalena Contreras, mapa, explicación de cada uno de los rubros, íconos de Facebook y Twitter.

- El color rosa representa: lo dulce y delicado.
- El azul: representa la simpatía, la armonía y la fidelidad.
- El gris: Conservador

Continuando con la etapa de actividades, ya en el salón de clases, se leerá en grupo el cuento “Juan oveja también quiere una persona”, al término, los alumnos deberán hacer un dibujo sobre lo que entendieron.

Sinopsis del libro: Nada desea tanto Juan Oveja como tener su propia pequeña persona. Cuando por fin se la regalan, tiene mucho que hacer: Da de comer a su

Peque, le limpia la jaula y la saca de paseo. Sin embargo, un día Peque se le escapa y corre hacia el bosque. ¡Juan desconocía que las personas pudieran ser tan rápidas! ¡El mundo al revés! Una sorprendente e ingeniosa historia⁶¹.



Posteriormente, el profesor debe explicar ¿Por qué se deben cuidar las mascotas? y ¿Por qué no se deben abandonar?

Para reforzar las actividades, al final del ciclo escolar se deberá de preguntar a los alumnos qué es lo que más recuerdan de lo que realizaron, qué fue lo que más les gusto y qué enseñanza les dejó.

⁶¹ Lóguez Ediciones, loguezediciones.es/libro/ver_libro_coleccion?id=45, 15 de octubre de 2015, 14:30 horas.

3.4.1 CALENDARIZACIÓN

	MARZO		
	23	24	25
Primera Etapa			
Tercera Etapa			

3.4.2 PRESUPUESTO

- Impresión de 10 fotografías 70*70 cm cada una.

Total de fotografías	Precio Unitario	Precio de 10 piezas
10	100	1000

- Donativo para obra de teatro “Amigos por Siempre”

Donativo Efectivo	Donativo en Especie	Precio por kilo	Total
800 pesos	10 kilos	68 pesos	680 pesos

- Libro “Bob la oveja: también quiere una persona”

Precio por libro 250 pesos.

- Página Web

Diseño 550 pesos

Se buscará la colaboración de la Delegación Magdalena Contreras para que apoye las Jornadas Educativas, con el fin de promover la cultura y el respeto a los perros; asimismo, se buscará el apoyo organización Pedrigree, mediante su programa **Pedrigree Adóptame**, para que pueda apoyar mediante el donativo en especie y repartirlo en la Clínica Veterinaria y con la Institución “El Muro”.

CONCLUSIONES

La situación de los perros abandonados es un tema que aqueja constantemente a la sociedad, es una problemática que ha alcanzado niveles exorbitantes y que requiere de manera urgente alternativas para disminuirlo.

Es una cuestión que se debe de mejorar desde distintas esferas para atenderlo desde raíz y no sólo para poner un parche a la dificultad; cultura, educación y salud, deben ser preponderantes para lograrlo.

Es una cuestión que no sólo un grupo de personas debe atender, se trata de un asunto de conciencia y responsabilidad para todos.

Para los comunicólogos puede ser una gran oportunidad para apoyar desde su trinchera y así contribuir en el tema; se puede brindar el conocimiento para apoyar en realizar otras estrategias de comunicación, para elaborar programas de radio y televisión enfocados en la situación; redacción de notas especializadas.

Se puede estudiar el fenómeno desde su raíz para entenderlo y así hacerlo entendible para el resto de la sociedad, facilitando su análisis y adecuando el discurso sea visual o verbal para transmitirlo.

Sin embargo, no es una cuestión que vaya a cambiar la perspectiva de la sociedad de un día para otro, se trata de una labor constante para provocar ciertas reacciones y con ello un cambio de pensamiento a mediano plazo para que de los resultados esperados, o sea, disminuir y en todo caso como ideal, evitar el abandono de perros.

Para lograrlo, se debe de crear un mensaje creíble, convincente, con una determinada carga emocional para apelar desde lo superficial a lo más profundo y poder persuadir al público meta de acuerdo a ciertos objetivos.

Se debe de tener en cuenta que los contextos cambian, las personas y sus intereses también, es por eso que se debe tener la habilidad para que la respuesta hacia el mensaje perdure el mayor tiempo posible; necesita ser reforzado de una manera que no se pierda el sentido principal.

Esencialmente, se debe entender que no sólo se trata solamente de un problema de cantidad incuantificable de perros, es una cuestión de salud pública, de responsabilidad social y de calidad de vida.

Diversas enfermedades como la conjuntivitis y la salmonella, por mencionar algunas, son provocadas por los parásitos que están en el aire a casusa de las heces fecales que producen los perros, pero eso no sólo es cuestión de ellos, se trata de una responsabilidad compartida, ya que muchos de ellos tenían dueño pero los abandonaron por diversos motivos, a varios de ellos no los estilizaron y éstos tuvieron sus crías y éstas tuvieron más crías, volviéndose una cadena interminable.

No solamente se trata de 100 perros, es una cifra hasta el momento incuantificable que crece día con día, la cual se puede observar con facilidad con el simple hecho de salir a la calle.

En el capítulo dos se hizo referencia a la carencia que aún tienen las instituciones encargadas de las cuestiones estadísticas, particularmente en el tema de cantidad de perros abandonados, ya que no poseen cifras oficiales, así como de las enfermedades provocadas por transmisión canina, esterilizaciones o simplemente de cuántos perros ocupan la ciudad de México, a diferencia de la situación social o de educación de la población humana, ya que para ese apartado sí se encontraron cifras oficiales (aunque rezagadas) en diversas páginas.

Sin embargo, en el caso de los perros las únicas cifras oficiales que se pudieron obtener son las proporcionadas por la Clínica Veterinaria de la Magdalena Contreras, en donde reflejan el total de estilizaciones, de cuántos llegan a las instalaciones, entre otros temas, exceptuando la cifra de perros abandonados o callejeros, por lo que se requiere tener un registro adecuado, visible y sin restricción en los portales de las instituciones oficiales.

Las cifras principalmente para dar atención a la cantidad de perros abandonados y callejeros, se encuentran en artículos periodísticos o portales de internet, las cuales resultan ser meras aproximaciones.

Esta situación puede deberse a la falta de mecanismos de medición adecuados para esos temas o simplemente, porque podría resultar imposible dar una cifra precisa de cuántos perros abandonados, callejeros, etc, habitan la ciudad, ya que se reproducen rápidamente y sin control.

Se puede concluir que estas situaciones en gran medida se evitarían si no hubiera perros abandonados que se reproducen sin medida o simplemente sin supervisión deambulando por las calles. Si hubiera mayor cantidad de dueños que conozcan y entiendan a qué se refiere la *Tenencia Responsable*; así como una sociedad consiente de que se trata de seres vivos, con necesidades básicas, el panorama sería distinto.

Se requiere un trabajo conjunto entre sociedad, gobierno e instituciones para generar un cambio en la concepción de la población, donde los perros sean más que un objeto del cual se puede disponer a placer. Son seres que requieren casa, sustento, atención médica y cariño; sin estos elementos básicos, simplemente se les destina a una vida llena de sufrimientos, de indiferencia, con la amplia posibilidad de pasar a ser parte de la estadística incuantificable de perros callejeros.

Por otra parte, la presente investigación trató abarcar diversos campos que influyen en la situación del abandono de perros como: la imagen, sensibilización, cifras relacionadas con educación poblacional, situación de la Clínica Veterinaria en la Magdalena Contreras, entre otros, los cuales podrían haberse abordado con mayor profundidad si se contará con las cifras oficiales y actuales.

Si se pudiera tener acceso a esa información se lograría un panorama con mayor certeza en cuanto a su desarrollo poblacional y las implicaciones que conlleva. Asimismo, si hubiera mayor interés de conocer más allá de una simple cifra, si se logrará un análisis más detallado y profundo de la situación, se podría adentrar a las otras afectaciones como por ejemplo, las psicológicas, provocadas por el abandono tanto en el perro como en los dueños; sus resultados podrían ser pautas para otros estudios, sea en el campo de la comunicación o en otras áreas.

En el presente trabajo hubieran sido un buen complemento, a manera de ejemplos, las estrategias de comunicación más exitosas en temas sociales, para utilizarlas como base en la situación de prevención para el abandono de los perros, sin embargo, podrán ser temas de próximas investigaciones.

Por otra parte y como aportación al tema, se crearon algunas Estrategias de Comunicación enfocadas en los niños, ya que se considera que son un público en el que se puede influir con un resultado a corto, mediano y hasta largo plazo, mediante la realización de actividades recreativas o lúdicas para facilitar el aprendizaje.

Asimismo, se propone una página de internet de la Clínica Veterinaria Delegacional, Magdalena Contreras, lugar en donde se centró la investigación, para que pueda ser visitada, la gente se entere de los servicios que ofrecen, e intensifiquen la importancia que le deben dar a sus perros.

En general, se trató de englobar en la medida de lo posible diversos temas que pudieran ser base del tema en cuestión, con el fin de poder entender por qué se lleva a cabo el fenómeno, cómo se puede generar un cambio y los elementos para lograrlo.

Esto con la expectativa de resultados a mediano plazo, si se llegan a generar en un corto periodo sería excelente, sin embargo, se trata de un trabajo arduo y constante, por lo que se espera que sea un grano de arena en este inmenso tema cada vez más visible y preocupante con el objetivo ayudar a esos seres muchas veces invisibles pero increíbles, los perros.

Fuentes de Consulta

Bibliografía

- Baena Paz, Guillermina y Montero Olivares Sergio “Ciencias de la Comunicación 1. Serie Integral por Competencias. Editorial Patria, Segunda Reimpresión. México, 2012, página.5, 122 páginas.
- Boie Kirsten y Waechter Phillip. “Juan Oveja: También quiere una persona”. Editorial Loguez, Salamanca, 2008, 25 páginas.
- Borg James. “La Persuasión: El Arte de Influir en las Personas”. Editorial Pirámide, Madrid, 2007. 279 páginas.
- Briñol Turnes, Pablo; De la Corte Ibáñez, Luis; Becerra Grande, Alberto. ¿Qué es Persuasión? Biblioteca Nueva, Madrid, 2001, 270 páginas.
- Briones, Guillermo. “Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales”, 2ª edición, México. Editorial Trillas, 1990, 291 páginas.
- Brown, Jack. “Técnicas de Persuasión”. Alianza Editorial, España, 2004, 408 páginas.
- Cortes Padilla, María Teresa. “Metodología de la Investigación”. Editorial Trillas, 2012, 175 páginas.
- Ducrot O. “Decir y No Decir. Principios de la Semántica Lingüística”, Barcelona. Editorial Anagrama, 1982, 288 páginas.
- Garrido, Francisco Javier. “Comunicación Estratégica. Las Claves de la Comunicación Empresarial en el Siglo XXI”. Editorial Gestión2000, España, 2004, 243 páginas.
- Garrido, Francisco Javier. “Comunicación de la Estrategia. La Efectividad está en la Dirección”. Ediciones Deusto, Barcelona, 2008, 108 páginas.
- Garza Mercado, Ario. “Métodos y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales”, Colegio de México AC, 2007, 379 páginas.
- Grados Espinosa Jaime A. “Equipos de Trabajo”. Editorial Trillas, México, 2006, 248 páginas.

- Hernández Sampieri, Roberto. “Fundamentos de la Metodología de la Investigación”. Editorial MacGrawHill/Interamericana de España, 2007, 376 páginas.
- Klages, Wolfgang. “La Persona Sensible”. Editorial Helder, España, 1981, 224 páginas.
- Lakhani, Dave. “Persuasión. El Arte de Influir y Obtener lo que Desea”. Editorial Alfaomega, Barcelona. 212 páginas.
- Pérez, Rafael Alberto. “Estrategias de Comunicación”. Editorial Planeta. Barcelona, 4ta edición, 2008. 721 páginas.
- Rock, Irving. “La Percepción”. Editorial Prensa Científica. Barcelona, 1985. 244 páginas.
- Rojas Soriano, Raúl. “Metodología en la calle, salud-enfermedad, política, cárcel, escuela”. Plaza y Valdes, 2010, 335 páginas.
- Silva, María Teresa. “La percepción visual en los primeros años del aprendizaje según el programa Frostig”, UNAM. Segunda Edición. México, 1998, 202 páginas.
- Vicens Palou, Silvia. “El Crecimiento Emocional en la Infancia. Propuestas Educativas”. Biblioteca Infantil GRAO. Barcelona, 2004, 237 páginas.

Cibergrafía

- Arellano Enrique C. “La Estrategia de Comunicación Como un Principio de Integración/Interacción Dentro de las Organizaciones”. ENEP Acatlán, CADEIC, 1998. www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/supesp/estrategia.htm, 12 de agosto de 2015, 18:30 horas.
- Blancas Madrigal, Daniel. “Abandonados, 15.4 millones de perros en México”. La Crónica. Sección Nacional. 2013. www.cronica.com.mx/notas/2013/721525.html, 09 de septiembre 17:40 de 2015.
- Fuentes, Mario Luis. “Perros Callejeros: problemas de salud pública”. México Social. CEIDAS, 2013. mexicosocial.org/index.php/mexico-social-

en-excelsior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html, 09 de septiembre de 2013, 12:23 horas.

- Hernández Ávila, Mauricio. “Norma Oficial Mexicana NOM-042-SSA2-2006”. Diario Oficial de la Federación, 2006, 12 páginas. www.dof.gob.mx/normasOficiales/3529/salud/salud.htm, 03 de septiembre de 2015, 18:00 horas.
- Levy, D.M “Communicative Goals and Strategies: Between Discourse and Syntax”, New York, Academic Press, 154 páginas. books.google.com.mx/books?id=NXX_AQAAQBAJ&pg=PA46&lpg=PA46&dq=%E2%80%A2%09Levy,+D.M+%E2%80%9CCommunicative+Goals+and+Strategies:+Between+Discourse+and+Syntax%E2%80%9D&source=bl&ots=_REFiXzkUM&sig=Qzu73d8MLLi-LsyogSUKphPTw40&hl=es-419&sa=X&ved=0CB0Q6AEwAGoVChMlzO7FvebFyAIVhZMNCh0Ukg57#v=onepage&q=%E2%80%A2%09Levy%2C%20D.M.%20%E2%80%9CCommunicative%20Goals%20and%20Strategies%3A%20Between%20Discourse%20and%20Syntax%E2%80%9D&f=false, 09 de septiembre de 2015, 12:30 horas.
- López Obrador, Andrés Manuel. “Ley de Protección Animal”. Asamblea Legislativa del Distrito Federal, VI Legislatura. 2012. 39 páginas. aldf.gob.mx/archivo-1ab9f8a53e4add9904bbfcefdb0a0db9.pdf, 10 de septiembre de 2015, 9:56 horas
- Morán Rodríguez, Liliana Estela. “Proponen solución al problema de perros callejeros”. CIENCIAUNAM. DGCD. 2012. ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen_solucion_al_problema_de_los_perros_callejeros 09 de septiembre de 2015, 14:37 horas
- Navarro, Vicente. “Concepto Actual de Salud Pública”. Capítulo 3, 6 páginas. www.facmed.unam.mx/deptos/salud/censenanza/spi/fundamentos/navarro.pdf, 08 de septiembre de 2015, 19:10 horas.
- Pizarroso Quintero, Alejandro. “La historia de la Propaganda: Una Aproximación Metodológica”, Universidad Complutense de Madrid, 1999,

171 páginas.
revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/HICS9999110145A/19646,
28 de agosto de 2015, 13:30 horas.

- Quezada Contreras, Leticia “Gaceta Oficial del Distrito Federal”, México, 2013, 70 páginas.
www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo86648.pdf, 02 septiembre de 2015, 11:00 horas
- Quintero, Josefina y Gómez, Laura. “Una jauría mató a cuatro personas en Iztapalapa, confirma la PGJDF”. La Jornada. Sección Capital. 2013. Página 28. www.jornada.unam.mx/2013/01/08/capital/028n1cap, 09 de septiembre de 2015, 11:51 horas.
- Ramírez, Bertha Teresa. “Aumentan denuncias por violencia familiar: Desarrollo Social del DF”. Sección Capital, 2010. www.jornada.unam.mx/2010/05/31/capital/038n1cap, 22 de septiembre de 2015, 19:15 horas.
- Romero Gabriel; Cruz Alejandro y Bolaños, Ángel. “Al Año se atienden mil mordeduras: Ahued”. La Jornada. Sección Capital. 2013, página.32. www.jornada.unam.mx/2013/01/09/capital/032n2cap, 09 de septiembre, 11:57 horas.
- Terrón Mendoza, Miguel Ángel. “Ley General de Bienestar y Protección a los Animales”. Gaceta Parlamentaria. Número 3494-VI, 2012. gaceta.diputados.gob.mx/Black/Gaceta/Anteriores/61/2012/abr/20120419-VI/Iniciativa-15.html, 10 de septiembre de 2015, 12:37 horas.

Otros

- Aprender para Comunicarse, Comunicarse para Aprender. Competencia Lingüística y Competencia Comunicativa. formaprofe.poezia.es/2010/10/08/ii-competencia-linguistica-y-competencia-comunicativa/, 12 de agosto de 2015, 16: 30 horas.
- Artículo. “Qué es el especismo”. especismo.org/. 13 de septiembre de 2015, 12:06 horas

- Asamblea Legislativas del Distrito Federal VI Legislatura, 18 diciembre 2014. aldf.gob.mx/archivo-1ab9f8a53e4add9904bbfcefdb0a0db9.pdf, 12 agosto de 2015, 13:15 horas.
- BBVA Bancomer. “Calidad de los Servicios de Salud Pública”. No 19. 2002, 20 páginas. contrapeso.info/revista/wp-content/uploads/2010/09/BBVACalidadSaludPublica.pdf, 08 de septiembre 19:55 horas.
- Cámara de Diputados, LXIII Legislatura. Boletín 5747, www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2015/Junio/28/5747-En-Mexico-mas-de-25-mil-millones-de-contratos-de-cuentas-de-debito-no-son-actualizados, 12 de agosto de 2015, 17:15 horas.
- CENAPRECE. “Esterilización de animales de compañía”. Secretaría de Salud. www.cenaprece.salud.gob.mx/programas/interior/zoonosis/esterilizacion.html, 10 de septiembre del 2015, 11:57 horas.
- Clínica Veterinaria Venustiano Carranza, www.vcarranza.df.gob.mx/clinivereri/2-columns-left.html, 06 de septiembre de 2015, 13:15 horas.
- Concepto de Comunicación. .deconceptos.com/ciencias-sociales/comunicacion, 25 de septiembre de 2015, 17:30 horas.
- Definición DE. definicion.de/contexto/, 14 de septiembre de 2015, 20:40 horas.
- Definición. DE. definicion.de/adopcion/, 06 de septiembre de 2015. 20:15 horas.
- Diario La Razón. “Un perro abandonado por cada siete habitantes: UNAM”. Sección Ciudad. 2014. razon.com.mx/spip.php?article217420, 09 de septiembre de 2015, 18:20 horas.
- El Muro. Obra de teatro “Amigos por siempre”, www.elmurito.mx/titeres.html, 02 de octubre de 2015, 13:00 horas.
- Estrategias Comunicativas La Pregunta Retórica en Español. Igualada Belchí, Dolores Enunciación, Universidad de Murcia, Revista Española de

AWoVChMI0tmaz6-kyAIVBZANCh2k5A0v#imgrc=-rKZ0hBgJXxXfM%3A, 05 de octubre de 2015, 12:45 horas.

- Imagen.www.google.com.mx/search?q=perro+comiendo+croquetas+en+un+plato&biw=1280&bih=929&noj=1&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAcQ_AUoAWoVChMllqav7q-kyAIVgriACh2zig_N#imgrc=c4D_od9DfxkteM%3A, 05 de octubre de 2015, 12:45 horas.
- Imagen.www.google.com.mx/search?biw=1280&bih=929&noj=1&tbm=isch&sa=1&q=perro+buscando+comida+en+la+basura&oq=perro+buscando+comida+en+la+basura&gs_l=img.3...35227.39980.0.40852.28.18.0.0.0.0.782.2853.2-3j1j1j1j1.7.0.ccyafh...0...1.1.64.img..23.5.1844.KNe4mmEmA8k#imgrc=hWono-Ly7Xqs2M%3A, 05 de octubre de 2015, 13:30 horas.
- Imagen.www.amordeperro.com/noticia/consejos-para-mejorar-y-alargar-la-vida-de-tu-perro, 05 de octubre de 2015, 13:05 horas.
- Imagen.www.google.com.mx/search?biw=1280&bih=929&noj=1&tbm=isch&sa=1&q=perro+encadenado&oq=perro+encadenado&gs_l=img.3..0l2j0i30j0i5i30l3.12603.14590.0.14821.9.7.0.0.0.0.233.462.2-, 05 de octubre de 2015, 13:05 horas.
- Imagen.2.2.0.ccyafh...0...1.1.64.img..7.2.458.sC9VLhdiXQs#imgrc=i_iQGW5cLwNbvM%3A, 05 de octubre de 2015, 13:10 horas.
- Imagen.www.google.com.mx/search?biw=1280&bih=929&noj=1&tbm=isch&sa=1&q=perro+siendo+ba%C3%B1ado&oq=perro+siendo+ba%C3%B1ado&gs_l=img.3...180611.184125.0.184388.14.10.0.0.0.0.537.1550.2-2j0j1j1.4.0.ccyafh...0...1.1.64.img..12.2.822.vByq8uUSmEQ#imgrc=xrPBTISAPeC_nM%3A, 05 de octubre de 2015, 13:30 horas.
- Imagen.www.google.com.mx/search?biw=1280&bih=929&noj=1&tbm=isch&sa=1&q=perro+sucio&oq=perro+sucio&gs_l=img.3...96435.97318.0.97598.5.5.0.0.0.0.0.0.ccyafh...0...1.1.64.img..5.0.0.JtAAk2dK7HA#imgrc=cw_OF5CDLycDvM%3A, 05 de octubre de 2015, 13:30 horas.

- Imagen.
- Imagen. formared.blogspot.mx/2011/07/publicidad-infantil-persuasiva-o.html, 13 de octubre de 2015, 14:30 horas.
- Imagen. www.google.com.mx/search?q=imagen+de+perros+abandonados+en+cajas&biw=1280&bih=929&tbm=isch&imgil=LIBPnzU7HEILbM%253A%253BOd5LIEbQX01q1M%253Bhttps%25253A%25252F%25252Fconcienciaanimalmdq.wordpress.com%25252F2013%25252F01%25252F04%25252F&source=iu&pf=m&fir=LIBPnzU7HEILbM%253A%252COd5LIEbQX01q1M%252C_&usg=__n1-Aazdj5qwjC_AgtlEnjYiDeZc%3D&ved=0CC4QyjdqFQoTCNfiv57kxgcFCfSODQodrhYA3w&ei=OUsgVpfiBcSdNq6tgPgN#tbm=isch&q=+perros+abandonados+en+cajas&imgrc=kf9Uu91QXfxE6M%3A, 15 de octubre de 2015, 19:30 horas.
- Información. ¿Cuántos Habitantes tiene la Magdalena Contreras? www.venio.info/pregunta/cuantos-habitantes-tiene-la-magdalena-contreras-distrito-federal-13378.html, 08 de septiembre del 2015, 14:30 horas.
- Informe SEDESOL y CONEVAL. “Informe Anual Sobre la Situación de la Pobreza y Rezago Social”. 2010. www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Informes_pobreza/2014/Municipios/Distrito_Federal/Distrito_Federal_008.pdf, 18 de septiembre del 2015, 13:22 horas.

- Lóguez Ediciones, www.loguezediciones.es/libro/ver_libro_coleccion?id=45, 15 de octubre de 2015, 14:30 horas.
- Manual de Campaña CD. “Teoría y Práctica de la Persuasión Electoral 2006”. manual.inep.org/I/I-III.html, 04 de octubre de 2015, 20:30 horas.
- Modelo de Laswell. www.comunicologos.com/teor%C3%ADas/modelo-de-laswell/, 23 de agosto de 2015 12:30 horas.
- Periódico Mural. “Zoonosis transmitidas a humanos por los perros; implicaciones en la salud pública”. Facultad de Medicina UNAM. Departamento de Salud Pública. www.facmed.unam.mx/deptos/salud/periodico/31%20zoonos/index.html, 10 de septiembre de 2015, 12:50 horas.
- Publicidad Infantil, ¿Persuasiva o invasiva? formared.blogspot.mx/2011/07/publicidad-infantil-persuasiva-o.html, 13 de octubre de 2015, 14:30 horas.
- Psicología del Color, www.psicologiadelcolor.es/colores-psicologicos/, 10 de octubre de 2015, 14:50 horas.
- Secretaria de Educación. “Grado Promedio de Escolaridad”. Ciudad de México, 2010. www.educacion.df.gob.mx/index.php/publicaciones/33-numeralias/datosgenerales/138-promedioescolaridad, 06 de septiembre de 2015, 15:30 horas
- Secretaria de Salud, www.salud.df.gob.mx/portal/index.php/comunicados/511-inicia-sedesa-mega-jornadas-de-esterilizacion-y-vacunacion-de-perros-y-gatos-en-la-cdmx, 12 de agosto de 2015, 17:15 horas
- Real Academia de la Lengua Española, lema.rae.es/drae/srv/search?key=estrategia, 20 de agosto del 2015, 11:25 horas.
- Revista Muy Interesante. “En la Ciudad de México, 120 mil perros callejeros”. Sección Salud. 2014. www.muyinteresante.com.mx/salud/12/01/06/perros-abandonados/, 09 de septiembre de 2015, 14:30 horas.

- Tenencia Responsable, www.4a.uchile.cl/tenenciaresponsable.htm, 12 de agosto de 2015, 16:30 horas.
- “Persuasión”.www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8906/02CapituloPartell.pdf?sequence=4, 26 de septiembre, 2015, 13:30 horas.
- Publicidad Infantil, ¿Persuasiva o invasiva? formared.blogspot.mx/2011/07/publicidad-infantil-persuasiva-o.html, 13 de octubre de 2015, 14:30 horas.

Hemerografía

- Guerrero Mothelet, Verónica ¿Cómo Ves? “El Camino a las Percepciones”. Número 164, 2012, 40 páginas.
- Guerrero Mothelet, Verónica ¿Cómo Ves? “Cerebro y Emociones ¿Podemos Elegir Qué Sentir?”. Número 196, 2015, 40 páginas.

Entrevistas

- Entrevista a la Doctora Aceves Martínez, Fátima. Encargada de la Clínica Veterinaria Delegacional de la Magdalena Contreras, 27 agosto de 2015, 10:00 horas.
- Entrevista al Maestro en Veterinaria. Sánchez Reyes, Abel Alejandro. Jefe de Unidad Departamental Protección Animal. 28 de agosto de 2015. 10:30 horas.

Anexo 1



Recepción



Patio



Patio, corraletas y estructura donde se encuentran previo a las zonas infecciosas, cuarto de trabajadores y almacén





Corraletas individuales



Rejas Comunitarias



Rejas comunitarias y escaleras



Quirófano

Anexo 2

Entrevistas

Doctora Fátima Aceves Martínez (Encargada)

1. ¿Qué servicios ofrece la Clínica Veterinaria Delegacional?

Consulta, vacuna, cirugía.

2. ¿Cómo se dividen las instalaciones?

Administrativo, general, consultorios, quirófano, recepción, corraletas (jaulas comunitarias e individuales) y almacén.

3. ¿En qué periodo considera que abandonan más a los perros?

Abril, mayo, agosto y diciembre

4. ¿Cuántos perros son abandonados aproximadamente en esos periodos?

Aproximadamente ocho, los que más recibimos en un día fueron 20 cachorros.

5. ¿Cuántos cachorros se pueden tener en una camada?

Una hembra se puede embarazar dos veces al año y en cada embarazo tienen aproximadamente ocho cachorros.

6. ¿Cómo obtienen los ingresos para la manutención de los perros?

Una parte la da el gobierno por presupuesto; sin embargo, la mayor parte se consigue de manera independiente, por donaciones o por los servicios que ofrece la clínica. Cuando una persona viene a dejar un perro hay un costo por alimentación, además de una multa por si el perro tiene dueño y es reclamado.

7. ¿Cuánto tiempo les dan a los perros para que se queden en las instalaciones?

Son 72 horas reglamentarias, y depende del motivo por qué llegó el perro. Los que están muy viejitos, enfermos o son peligrosos sólo pasan las 72 horas y son sacrificados. Los otros tienen que pasar las 72 horas para pasar al programa de adopciones, tienen hasta dos semanas para

permanecer en la Clínica y que las protectoras se los lleven. Además ya se van a esterilizados.

8. ¿Cómo se realiza la captura de los perros sin dueño?

Se hace por demanda ciudadana, ya está prohibido hacer capturas masivas por la Ley de Protección Animal.

9. ¿Cuál es el método que utilizan para sacrificar a los perros?

Sobredosis de anestesia

10. ¿Qué programas tienen para ayudar a los perros abandonados?

Hay un programa de adopciones apoyada por protectoras de animales, entre ellas pro perro, peludos desamparados, círculo adopta y defendiendo a la vida. Ellos son los encargados de venir diario para ver que los perros estén bien cuidados.

Se han dado pláticas en escuelas; se realizaron dos festivales caninos en los Dinamos donde se trato de concientizar a la gente para que cuiden a sus perros; hubo quirófanos móviles para realizar esterilizaciones. Participaron: la Federación Canófila, El Muro, La Fundación Haghenbeck.

11. ¿De qué se encarga la Fundación Haghenbeck?

La Fundación apoya y da difusión para apoyar a los perros en esterilizaciones gratuitas. Este año se realizó una campaña en las 52 colonias de la Magdalena Contreras, la cual se dio finalizado en el mes de julio.

Se implementó el apoyo en la campaña Gobierno de Cosas Buenas, en donde se realizaron varios servicios comunitarios además de las esterilizaciones.

12. ¿En cuanto al tema de esterilización, cuál ha sido el principal conflicto por el que los dueños no quieran llevar a los perros?

Creencias, porque según ellos van a dejar de ser machos o hembras, además, si no tienen una camada se van a enfermar.

13. ¿Con qué otras instituciones tienen relación para la realización de su trabajo?

Brigada Animal, PAOT

14. ¿Cuándo se comenzó a implementar el Programa de Adopciones?

Con la administración de Leticia Quezada y fue promovido por el Doctor Abel Sánchez Reyes (Jefe de Unidad Departamental Protección Animal).

15. ¿Cuál es el principal problema de maltrato por el que llegan los perros a las instalaciones?

Perros atropellados, porque les avientan líquidos, los patean, los utilizan para sparring (entrenamiento de razas agresivas), perros encadenados.

16. ¿Cuál considera que es el principal problema para que una persona abandone a un perro?

Falta de educación

17. ¿Cuáles con las zonas en donde se presenta el mayor número de abandono de perros?

Los Dinamos y San Nicolás. En los Dinamos hay jaurías de perros que atacan la fauna silvestre.

18. ¿Cuáles son las zonas donde se presenta el menor número de abandono de perros?

San Jerónimo Lídice y Aculco.

19. ¿Cuál es uno de los principales problemas que desencadenan los perros abandonados?

Enfermedades en lo humanos. En la Magdalena Contreras ya no hay casos de rabia; sin embargo, se pueden presentar parasitosis, leptospirosis, zoonosis.

20. ¿Cuál es el principal problema que presenta la institución para llevar a cabo su labor?

Falta de presupuesto y personal

Entrevista a la Doctora **ACEVES** Martínez, Fátima. Encargada de la Clínica Veterinaria Delegacional de la Magdalena Contreras, 27 agosto de 2015, 10:00 horas.

Entrevista 2

Maestro en Veterinaria Abel Alejandro Sánchez Reyes
Jefe de Unidad Departamental Protección Animal

1. ¿Qué servicios ofrece el Control Canino?

Ya no es Control Canino, actualmente es la Clínica Veterinaria Delegacional, cambió su denominación en el gobierno de Leticia Quezada.

2. ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

En el Control canino se llevaba a cabo: aplicación de vacuna, desparasitación, esterilización, captura de perros por demanda ciudadana, por vía telefónica o internet; mientras que la Clínica ofrece los servicios de: consulta general, cirugía, esterilización, captura y adopción, está última es la que nos diferencia de las demás zonas.

3. ¿Cuál es su misión?

Salvaguardar la salud pública de los contrerenses, sin dejar atrás el bienestar y protección de los animales.

4. ¿Cuál es su visión?

Generar cultura de protección en las nuevas generaciones

5. ¿Cuáles con sus valores?

- Ética profesional
- Honestidad
- Respeto

6. ¿Cuánto personal labora en las instalaciones?

12 médicos, una recepcionista y una secretaria, dos personas de limpieza.

7. ¿Cuántos perros llegan aproximadamente a la semana y qué costo tiene su manutención?

Aproximadamente 40 perros cada semana

Para cada 15 días hay un presupuesto aproximado de 18,000 pesos, de los cuales se gastan cerca de 13, 500 pesos por alimentación; de cirugía

9, 500, material biológico 4,000, antibióticos, vacunas, desparasitantes 5, 500; lo que resta es para pagar a los médicos externos.

8. ¿Cuál es la capacidad de la Clínica para aguardar a los perros?

Hay rejas generales e individuales con capacidad para 170 perros 120 en generales y 50 en individuales.

9. ¿Cómo se dividen las instalaciones?

Previo a zonas infecciosas (quedo inconcluso el proyecto), almacén, cuarto para trabajadores, rejas comunitarias, corraletas para rejas individuales, quirófano, patio, sala de necropsia, estética o lavado, oficinas, exploración, consultorio 1 y 2, cocineta, baño y regadera; recepción.

10. ¿Cuál es el método de sacrificio para los perros?

Se prepara un coctel para dormirlos. Fundación Haghenbeck pone un técnico y el tranquilizante; la veterinaria el barbitúrico y Grupo Pro Vida aplica la inyección.

11. ¿Por qué implementar un programa de adopciones?

Por cuestiones de ética

12. ¿Cómo intervienen las protectoras para poder llevarse a los perros y darlos en adopción?

Se realiza acta notarial

13. ¿Ha resultado benéfico el programa de adopciones?

Sí, en los tres años que llevo como encargado han sido sacrificados aproximadamente 7,000 perros y han sido adoptados aproximadamente 1, 700, cifra que no se habría alcanzado sin la existencia del Programa.

14. ¿De qué forma han apoyado como institución a los dueños para evitar el abandono de perros?

Se han ejecutado operaciones gratuitas; se utilizó el quirófano móvil para esterilizaciones y el costo para realizarlas es muy bajo

15. ¿Cuáles con los problemas que desencadenan los perros abandonados?

Cuestiones de salud pública, enfermedades parasitarias, bacterianas y virales.

16. ¿Cuál es la zona en donde se refleja el mayor abandono de perros?

Tierra Colorada, en la zona montañosa de Tlalpan (que aún corresponde a la Magdalena Contreras)

17. ¿Considera la Ley de Protección Animal adecuada?

Sí, es una ley completa, lo que hay es ignorancia y prepotencia de quienes la aplican.

18. ¿Cómo ve el panorama sobre la problemática del abandono de perros a mediano plazo?

Es un problema social y de gobierno, sin embargo se está viviendo un boom, una moda que hay que aprovechar para el cuidado de los perros. Los medios de comunicación están volteando hacia ellos. Se ha convertido en una industria.

Se debe de seguir generando conciencia.

Entrevista al Maestro en Veterinaria. **SÁNCHEZ** Reyes, Abel Alejandro. Jefe de Unidad Departamental Protección Animal. 28 de agosto de 2015. 10:30 horas.

Anexo 3



***Imagen 5.** Perro siendo revisado por un veterinario
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Correcto
Explicar ¿por qué?



***Imagen 6.** Perro encadenado
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Incorrecto
Explicar ¿por qué?



***Imagen 7.** Perro siendo bañado
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Correcto
Explicar ¿por qué?



***Imagen 8.** Perro sucio y maltratado
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Incorrecto
Explicar ¿por qué?



***Imagen 9.** Dueño abandonando a su perro
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Incorrecto
Explicar ¿por qué?



***¹Imagen 10.** Perro paseando con correa
¿Correcto o Incorrecto?
Respuesta: Correcto
Explicar ¿por qué?

¹ *Fotos tomadas de internet

Anexo 4

Crea un niño

Historia de los Centros de Control Canino

Datan de 1883, cuando se presentó la propuesta de establecer un lugar específico para confinar y eliminar a los perros que deambulaban en la vía pública.

El Control Canino de la Magdalena Contreras instalado en la colonia Huaytía, en el Distrito Federal, cambió su denominación por Clínica Veterinaria hace dos años (2013), época en que la Diputada Leticia Quezada Contreras tomó el mandato de la Delegación y estableció su Gobierno de Cosas Buenas, programa donde establece las acciones a tomar en el periodo de 2012 a 2015 en materia de obras y servicios urbanos, cultura seguridad pública, fomento económico y empleo; objetivos primordiales para buscar el desarrollo social, dando prioridad a los sectores desfavorecidos.



- **Misión**
Salvaguardar la salud pública de los contrerenses, sin dejar atrás el bienestar y la protección de los animales.
- **Visión**
Generar cultura de respeto en las nuevas generaciones.
- **Valores**
 - Ética profesional
 - Honestidad
 - Respeto



**DELEGACIÓN
LA MAGDALENA
CONTRERAS**

Historias Caninas

Esta perrita color blanco y peludita se llama Nube, llegó el 29 de septiembre de 2015 a la Clínica Veterinaria, la trajo su dueño porque ya no lo podía atender, sin embargo, Nube conseguirá otra oportunidad de encontrar un hogar porque donde la quieran mucho, ya fue integrada al Programa de Adopciones después de estar en observación reglamentaria de 72 horas. Nube es una perrita muy cariñosa.



400PLA
UN Perro

Creo un sitio

Programa de Adopciones

- **¿Qué es la adopción?** Es recibir como hijo al que no lo es biológicamente, con el cumplimiento de diversos requisitos y obligaciones que establece la ley.
- **¿A partir de qué año surgió el Programa de Adopciones en la Magdalena Contreras?** en 2013, durante el Gobierno de Leticia Quezada Contreras.
- **¿Por qué es importante la adopción?** Porque se brinda una oportunidad de vida a los animales que ya no son deseados por sus dueños o aquellos que viven en la calle.
- **¿cómo puedo adoptar?** Se necesita hacer el trámite por medio de algunas de las siguientes organizaciones:
 - Defendiendo a la Vida
 - Peludos Desamparados
 - Círculo Adopta
 - Pro Perro

Para que posteriormente puedan realizar una pequeña evaluación de las personas que se llevarán a los perros y tengan la certeza de que serán bien cuidados.

- **¿Puedo adoptar directamente en la clínica?** No, se tiene que hacer por medio de alguna de las organizaciones anteriormente referidas.



Servicios que se Ofrecen

- Aplicación de vacunas
- Desparasitación
- Esterilización
- Captura
- Pensión
- Cirugía
- Consulta
- Programa de adopciones
- Sacrificio



Cuotas

- Animal en observación
\$35.00 animal/día
- Captura de animal agresor a domicilio *
\$198.28 animal
- Mascota no deseada recogida a domicilio *
\$198.28 animal
- Alimentación
\$54.00 animal/día
- * Estos conceptos generan IVA



¿Sabías que?...

- El sentido del oído de un perro es 10 veces más preciso que la de una persona.
- Esterilizar a un perro puede ayudar a prevenir ciertos tipos de cáncer

Protección a los animales

- ¿Por qué se debe de proteger a los animales? Porque son seres vivos que al igual que los humanos tienen derecho a ser respetados. Asimismo, deben tener una calidad de vida apropiada de acuerdo a sus necesidades.
- Leyes que protegen los derechos de los animales
- ¿Qué es la Tenencia Responsable?
- Es hacerse cargo del animal adquirido; brindarle alimento, atención médica, tiempo para convivir con él; un espacio apropiado de acuerdo a su tamaño. Es atender sus necesidades básicas para su sano desarrollo.
- Si no cuida a mi perro ¿qué pasa?
- Si no se lleva a cabo un cuidado adecuado puede haber diversas complicaciones por ejemplo, si no lo vacunas puede adquirir alguna enfermedad, entre las más conocidas, la rabia, el parvovirus, la cual afecta principalmente a los cachorros y se manifiesta con vómitos y diarrea; moquillo, parecido a un catarro; se caracteriza por alta temperatura y alteraciones en el sistema nervioso.

¿Cómo cuidar a mi Amigo?

Nuestros Amigos



Crear un sitio

Contacto

• Ubicación

Avenida San Jerónimo S/N, colonia Huayatlá, Delegación Magdalena Contreras, Distrito Federal



Síguenos en

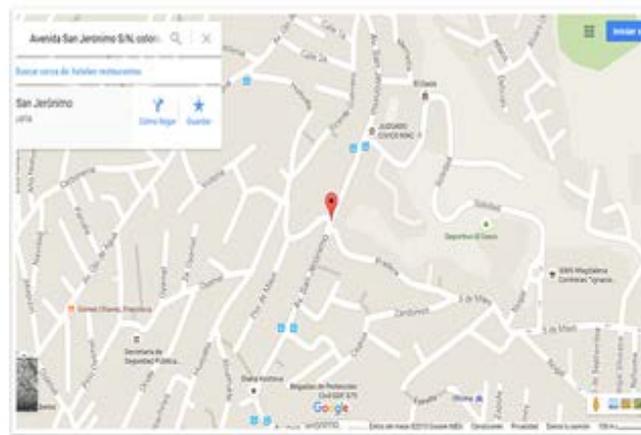


Facebook



Twitter

Crear un sitio



ubicacion2.png

Horarios de Atención

Lunes a Viernes:

9:00-20:00

Sábado y Domingo:

9:00-17:00

Teléfono (55) 56672484