



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROPUESTA PARA UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PARA LA CALIDAD DE  
LA VIDA CANINA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESINA

PRESENTA:

NADIA ALEJANDRA MARTÍNEZ CAMACHO

ASESORA DE TITULACIÓN  
MTRA. ADELA MABARAK CELIS

CIUDAD UNIVERSITARIA, 2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

## INDICE.

INTRODUCCIÓN	1.
--------------	----

### CAPITULO 1

#### LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN PARA LA PERSUASIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA CULTURA Y LA IDENTIDAD SOCIAL.

1.1 La cultura.	4.
1.1.1_ Cultura social e identidad social.	8
1.2_ La persuasión en la comunicación	10
1.3_ La televisión persuasiva	17
1.4_ La televisión como modelo de cultura e identidad social	19
1.5_ Las audiencias y el sentido de pertenencia cultural	22

### CAPITULO 2

#### EL PERRO: UN AMIGO OLVIDADO

2.1._ Los perros sin dueño: un problema social	27
2.2._ La esterilización	32
2.3._ El abandono de perros	36
2.4._ El vínculo afectivo entre hombre-perro	39

2.4.1._ La lección del perro	46
2.4.2._ Comunicación canina	48
2.5._ Maltrato en los perros	51
2.6._ Adopción canina, el perro mestizo	57

### CAPITULO 3

#### “PROPUESTAS PARA UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PARA LA CALIDAD DE LA VIDA CANINA”

3.1._ Mundo Canino	59
3.1.1._ Objetivo general	60
3.1.2._ Target	61
3.1.3._ Televisa y el canal 2	62
3.1.4._ Formato de Mundo Canino	64
3.1.5._ Tono del programa	65
3.1.6._ Duración	65
3.2._ Contenidos del programa	66
3.2.1._ Razas	67
3.2.2._ Nutrición	67
3.2.3._ Vámonos de pata de perro	68
3.2.4._ Comunicación canina	68

3.2.5._ La estrella de tu perro	68
3.2.6._ Adopta un perro	68
3.3._ Conducción	69
3.4._ Patrocinios y plan comercial	70
3.5._ Escaleta y Guión	73
3.6._ Plan de grabación	81
3.7._ Presupuesto	83
4._ Conclusiones	86
Bibliografía	87

## AGRADECIMIENTOS

Mi entero agradecimiento a mi mamá que con su apoyo y dedicación he logrado grandes cosas en la vida, gracias por ser la motivación que se requiere para seguir adelante y estar siempre conmigo en toda circunstancia.

A mi hermana por sus cuidados y por ser mi consejera incondicional, por su ayuda siempre en las tareas desde niña.

Gracias a estas dos mujeres por ser mis ejemplos en la vida y por no dejarme rendir en diversas situaciones.

Más allá de agradecimiento, dedico este trabajo a Santiago mi perro, el cual ha sido mi primer compañero de aventuras y me ha enseñado lo nobles que pueden llegar a ser estos animalitos, mi motivación para inculcar el respeto surge de mi peludo amigo.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación en la modalidad de tesina denominada “PROPUESTA PARA UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PARA LA CALIDAD DE LA VIDA CANINA” tiene la finalidad de que a través de su contenido se pueda fomentar la calidad de la vida de los perros, en el cual se transmita el valor del cuidado de estos animales ayudando a establecer un vínculo entre los dueños y sus canes para impulsar una cultura social acerca de la importancia de ser un dueño responsable y disminuir el maltrato y el abandono.

La importancia de la realización de un programa de televisión con este tipo, es que gracias a un medio tan importante e influyente como lo es la televisión y la manera que llega con su comunicación masiva, se puede modificar la conducta de los individuos hacia el cuidado de los perros y generar una conciencia social y cultural, también a través de campañas sociales para reforzar los mensajes en torno al cuidado de los perros.

El proyecto se basa en aportar a los dueños de perros y a futuros toda la información necesaria para el cuidado de sus mascotas. Desde la elección del perro hasta entender su lenguaje corporal y su conducta, los cuidados médicos, la alimentación, el ejercicio, el adiestramiento y la crianza. Todo esto con la ayuda de la televisión y la persuasión que este medio juega en el papel de la comunicación que llega a cada individuo.

Este proyecto está basado en el poder de la televisión como medio de comunicación que permite crear una cultura e identidad social, a través de la persuasión de las masas y generar así un cambio en la sociedad para un bienestar de la misma. Se basa en la sociedad mexicana la cual carece de una cultura en el cuidado de los animales y sobretodo en brindarles una calidad de vida a sus compañeros y amigos, los perros.

El presente proyecto se divide en tres capítulos, en el primero se refiere a las definiciones de cultura e identidad social, para poder entender cómo se puede crear una conciencia de su formación mediante la persuasión que los medios de comunicación pueden tener, en este caso se destaca a la televisión y su uso de imágenes que permite a la audiencia seguir los modelos transmitidos basados en valores y obtener en la sociedad una pertenencia cultural.

En el segundo apartado, se aborda directamente todo lo que corresponde a la irresponsabilidad por parte de los dueños de perros, que dejan de lado los cuidados y el bienestar de la vida de sus amigos. Se toma en cuenta la insensibilidad que hoy en día se ha generado por medio del maltrato y el abandono de estos indefensos seres, se busca una respuesta al por qué cada vez más aumentan las cifras de perros en las calles, haciendo énfasis a la ausencia de un lazo afectivo y lo que provoca dejar pasar la responsabilidad de la esterilización.

Se analiza la falta de leyes que resguarden la vida de los perros, castiguen a los dueños irresponsables y sobre todo a las personas que lastimen y maten por el simple hecho de divertirse, generando así fundaciones que unen esfuerzos para el rescate y cuidado de estos animales que sufren por la ignorancia del ser humano. Las asociaciones dedicadas a brindar un hogar a los perros por medio de la adopción necesitan el apoyo social para poder seguir realizando esta noble causa, y en este apartado se da el espacio para mencionar sólo algunas de las muchas fundaciones que gracias a ellas se puede saber que aún existe gente que realiza labor social por el hecho de salvar vidas de inocentes.

Para el tercer capítulo se presenta la propuesta de la producción total del programa de televisión para la calidad de la vida canina se dan los objetivos y el target al que va dirigido, se hace mención de la televisora por la cual será transmitido y el canal de la misma.



Se especifica el formato y la duración para dicho programa, así como las especificaciones de cada sección como parte del contenido del programa, y se presentan a los conductores y el papel que juegan dentro del proyecto. Por último, se da a conocer el equipo de producción, así como la parte de los patrocinios y el costo de su elaboración contando todos los servicios finales.

Es así como en este proyecto se pretende reconocer la importancia que tiene la vida canina, los cuidados y fomentar una cultura de respeto hacia los canes a través de un programa televisivo.

## **CAPITULO 1.\_ LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN PARA LA PERSUASIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA CULTURA Y LA IDENTIDAD SOCIAL**

En este capítulo se hace referencia a la formación de la cultura e identidad social a través de la persuasión, cuya herramienta principal es la comunicación para lograr que los individuos de la sociedad ejecuten la creación de una cultura social.

Se destaca el uso de la televisión como medio de comunicación persuasivo que tiene como ventaja lograr transmitir los mensajes a través de la primacía de la imagen, que se dirige a una audiencia de manera masiva, lo cual permite la formación de un modelo basado en valores que logran transmitir el sentido de pertenencia cultural a los espectadores para generar cambios positivos dentro de la sociedad.

La importancia de la televisión en la sociedad mexicana radica en los diversos programas que abarca y que cada uno está dirigido a un segmento específico de la sociedad, por lo tanto de acuerdo al público al que se está dirigiendo el contenido es que se puede persuadir para modificar ciertas conductas que beneficien a la sociedad dentro de una cultura.

### **1.1. La Cultura**

Cada individuo tienen sus propios comportamiento de acuerdo a su forma de ser, muchos de éstos se adquieren del grupo social al que pertenece, identificando así su propia cultura personal.

El ser humano se enfrenta día a día a una serie de transformaciones por las que está pasando el mundo, lo que ocasiona que el hombre esté modificando drásticamente la manera en que se relaciona con su entorno. La cultura es un elemento esencial para lograr un desarrollo real del

individuo y la sociedad, de acuerdo con la UNESCO en el año de 1982, durante la "Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales" realizada en México, da la siguiente declaración:

“...la cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.”<sup>1</sup>

Cada sociedad puede definirse o caracterizarse de acuerdo a su cultura, sí se puntualiza de la siguiente manera: “conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico.”<sup>2</sup>

Para ejemplificar de manera simple lo antes mencionado de acuerdo que cada sociedad se caracteriza por su cultura se hace referencia al significado del Día de Muertos en México y Halloween en Estados Unidos:

“La celebración del Día en Muertos es una de las más típicas y representativas de México, se conmemora a los muertos ofreciendo culto a la muerte. Se recuerda a los seres queridos con cariño, se cree que las almas de los parientes fallecidos regresan a casa para convivir con los

---

<sup>1</sup> <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/> 19/09/14 12:10 am

<sup>2</sup> **TERRY** Eagleton. La idea de cultura, Paidós, Barcelona, 2001, p58

familiares vivos y para nutrirse de la esencia del alimento que se les ofrece en los altares domésticos.”<sup>3</sup>

Esta celebración que es parte fundamental de la cultura mexicana surge de las creencias y la adoración a los dioses de sus antepasados.

Por su parte el Halloween se celebra desde hace más de 3000 años por los Celtas, un pueblo guerrero que habitaba zonas de Irlanda, Inglaterra, Escocia y Francia. Precisamente el 31 de octubre, “los Celtas celebraban el fin de año con el Samhain, una fiesta pagana. El ganado era llevado de los prados a los establos para el invierno. Ese último día, se suponía que los espíritus podían salir de los cementerios y apoderarse de los cuerpos de los vivos para resucitar, pedirles alimentos y maldecirles. Con la inmigración europea a los Estados Unidos, principalmente la de los irlandeses católicos en 1846, llegó la tradición de Halloween al continente americano. En este país el Halloween está representado por disfraces, maquillaje, fiesta, dulces y niños.”<sup>4</sup>

En este último ejemplo se tiene también que los individuos pueden transmitir su cultura en lugares ajenos a su origen y los que la perciben pueden adoptarla de igual manera y adjudicársela como propia.

Edward T. Hall propone que “la cultura es un iceberg, ya que la cultura interna engloba a la conducta, creencias y valores de nuestra propia conducta, en sí la cultura interna determina o motiva nuestra conducta cultural por enfocarse más a los sentimientos y las ideas y la cultura externa es la que interactúa y tiene conflictos con nuestra propia cultura y puede ser adquirida a través de la observación, educación o la instrucción, está es fácil de aprender y de cambiar por ejemplo las costumbres, comida y lenguaje.”<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.presidencia.gob.mx/2-de-noviembre-dia-de-muertos/> 3 de octubre 2014 17:30

<sup>4</sup> <http://www.elredentor.com/historia-de-halloween> 3 de octubre 2014 17:45

<sup>5</sup> **GARY** Weaver R. Culture, Communication and conflict. Simón & Schuster Publishing, Needham Heights

“La cultura no surge por obligación, ésta se funda en sí misma y surge de la nada por las necesidades de los seres humanos y su aportación social. Se hereda biológicamente, por educación, las personas la copian y la adaptan, la aprenden implícita y explícitamente es por esto que la sociedad comparte las mismas creencias, valores, conductas, las percepciones de la realidad y la forma de comunicación.”<sup>6</sup>

La cultura es constantemente cambiante por la influencia de otra y traen como resultado movimientos sociales como el intercambio social, el multiculturalismo y la asimilación que hacen la transformación de las culturas por las transferencia de elementos culturales de un grupo social de personas con otro y es la causa de que una persona adopte la cultura de otra. “El cambio cultural se da a partir de la interacción social con nuevas conductas diferenciadas de conductas anteriores, hoy se vive en el cambio cultural donde lo nuevo se debate con lo viejo.”<sup>7</sup>

Spradley & McCurdy (1975), definen a la cultura como el conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar su experiencia y generar comportamientos.

Desde el punto de vista de la antropología, Edward B. Tylor, a veces llamado el padre de la antropología, en su obra "Primitive Culture" (1871) definió a la cultura como "ese complejo total que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la costumbre, y cualquiera otra capacidad o hábito adquirido por el hombre como miembro de la sociedad"

Los antropólogos están de acuerdo en que ningún grupo humano carece de cultura, todos la tienen aunque sea en forma simple. Para ellos no se hereda biológicamente, sino que se transmite por medio del lenguaje y se aprende; además, el hombre no la adquiere viviendo individualmente, sino como miembro de un grupo.

---

<sup>6</sup> GARY Weaver R. op. Cit p 72

<sup>7</sup> AQUILES Chihu, Amparán. Sociología de la identidad, Porrúa, México 2002, p.p 15-16

“Algunos antropólogos y muchos sociólogos y psicólogos interpretan la cultura como "la herencia social", lo transmitido en forma de tradiciones y legados. Esta manera de concebir la cultura pone énfasis en el hecho de "transmitir" y "comunicar" más que en el hecho de "adquirir" e "inventar". A una persona puede comunicársele o transmitírsele la cultura de otra gente sin que esa cultura llegue a ser la de esa persona.”<sup>8</sup>

De acuerdo a las distintas definiciones tenemos finalmente que la cultura se puede adquirir y transmitir para generar nuevos comportamientos, es notable que los medios de comunicación puedan justo por medio de la comunicación lograr la transmisión de estos comportamientos dentro de una sociedad.

La influencia de los medios de comunicación es enorme, con el paso del tiempo han evolucionado, y a la vez este proceso permite el desarrollo de la cultura. Los medios de comunicación pueden traer modernidad pero también educación, promoviendo mensajes para los jóvenes y promueve la unidad nacional. Y todo esto es posible debido a que el ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura social e identidad social.

### 1.1.1\_ Cultura social e identidad social

La cultura social, definida por Newstrom y Davis (1993) como " el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad".<sup>9</sup> Esta conducta convencional logra influenciar todos los niveles conscientes y subconscientes del

---

<sup>8</sup> **BIDNEY**, David. Theoretical Antropology, Nueva York 1953

<sup>9</sup> **DAVIDS**, K y Newstrom, J. Comportamiento humano en el trabajo. 10 ed. Mc Graw-Hill, México, D.F

pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad logrando que el individuo obtenga una identidad social.

La sociedad y los individuos coexisten en una relación dialéctica: éstos reciben de aquella su identidad social, una parte crucial de su ser, en tanto que la sociedad sólo existe por y para los individuos. “En la interacción social donde el individuo adquiere los elementos necesarios para convertirse en un ser socialmente apto para interrelacionarse dentro de su sociedad. Toda cultura existe como producto de la interacción humana, y adquiere el perfil y las características adecuadas para asegurar la reproducción de la sociedad que la produce.”<sup>10</sup>

El desarrollo de la identidad social abarca procesos que contemplan tanto aspectos de aprendizaje como de cognición. “Los individuos tienden a imitar, aprendiendo y /o reaprendiendo diferentes aspectos sociales al estudiar y copiar, en forma inconsciente la mayor parte de las veces, aquellos modelos que les son más cercanos, afectiva y geográficamente, y más compatibles con su propia identidad social. De esta forma, la mayor parte de los patrones de conducta, incluyendo la agresión son transmitidos por medio del modelaje.”<sup>11</sup>

Los individuos se vuelven sociales mediante el proceso de socialización, el cual se refiere al proceso por medio del cual las personas adquieren los conocimientos, las habilidades y la disposición que las convierten en miembros más o menos hábiles de su sociedad. La cultura es la que configura la mayor parte de los elementos que intervienen en el proceso de socialización, en donde la comunicación y la interacción social son fundamentales, ya que es a través de ellas que la cultura se reproduce, y el sujeto logra adquirir su identidad humana.

---

<sup>10</sup> **PÁRAMO**, T. “Avances teóricos en el estudio de las audiencias televisivas”, México, 1998

<sup>11</sup> **BANDURA**, Aggression: A social learning analysis, 1973

Al comunicarse e interrelacionarse socialmente, los individuos se autodefinen dentro de un contexto social determinado, surgiendo así su identidad social. En la actualidad la comunicación está directamente relacionada con la revolución tecnológica, que impulsó el desarrollo de la comunicación de masas y en particular la televisión se ha colocado en los hogares como uno de los medios favoritos.

Por otro lado, la televisión y el lenguaje representan formas importantes de comunicación, pues ambos mediatizan la realidad y tiene trascendencia en la cultura. La televisión presenta imágenes continuas que presentan las relaciones sociales y las percepciones culturales.

“A través de las imágenes, la televisión trasmite mensajes que responden a los cambios en las relaciones y en las percepciones sociales de las audiencias, usando como herramienta principal la persuasión para influir en la cultura e identidad social de los individuos de una sociedad.”<sup>12</sup>

Es así, que la cultura e identidad social surgen también de la persuasión en la comunicación que se encuentran en los medios y que llega a las diversas audiencias generando comportamientos en los individuos.

## 1.2.\_ La persuasión en la comunicación

Desde los tiempos de Aristóteles se ha tratado de encontrar el procedimiento más eficiente para convencer a los demás acerca de la veracidad de ciertos argumentos.

Existen diversos enfoques teóricos de la persuasión como herramienta de la comunicación desde el punto psicológico, tal es el caso del Grupo Yale y la teoría cognitiva.

---

<sup>12</sup> FISKE, Hartley, Reading Television, 1978, pp 16-18



Grupo Yale (1949), primer grupo de psicólogos sociales en abordar el tema de los mensajes persuasivos. Postulaban que para que un mensaje fuera persuasivo cambie la actitud y la conducta, tiene que cambiar previamente los pensamientos o creencias del receptor del mensaje.

Teoría cognitiva, basada en la teoría de la respuesta cognitiva que plantea que siempre que un receptor recibe un mensaje persuasivo, compara lo que la fuente dice con su conocimientos, sentimientos, y actitudes previas respecto al tema, es un proceso de evaluación.

La persuasión es una herramienta de comunicación útil para transformar ideas, creencias, actitudes y, en el mejor de los casos, comportamientos.

La persuasión es un tipo de comunicación social que busca el cambio de actitudes y opiniones en la percepción y comportamiento de los sujetos.<sup>13</sup>

“Hay por lo menos cuatro medios por los cuales la gente aprende modos de conducta apropiada: asociación, imitación, comunicación y persuasión. La comunicación y la persuasión requieren un alto funcionamiento cognitivo y de conciencia, es a través de estas actividades que la gente aprende conductas pertinentes como las razones de esas conductas.”<sup>14</sup>

“Mediante la comunicación y la persuasión se crean y modifican las reglas de la conducta humana, sin ellas no sería posible la sociedad tal como se conoce. La persuasión es siempre una actividad consciente”<sup>15</sup>, Gerald Miller y Michael Burgoon (1973) sostienen esta postura.

La persuasión está sustentada en varias teorías, pero la que más se ejemplifica en el marco de la comunicación es la teoría del aprendizaje; se refiere al condicionamiento clásico. “El proceso de persuasión a menudo

---

<sup>13</sup> **SIERRA**, F. Persuasión (en línea) [http://www.mtas.es/insht/ntp\\_570.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp_570.htm) 19 de septiembre de 2014

<sup>14</sup> **REARDORN**, Kathleen Kelly. La persuasión en la comunicación: teoría y contexto, Paidós, México, 1991. 276p

<sup>15</sup> **REARDORN**. Op. Cit p 30

implica el hecho de ejercer influencia sobre una persona para que responda a un objeto o palabra del mismo modo positivo o negativo con que responde a otro objeto o palabra.”<sup>16</sup>

Para persuadir es necesario fijar un objetivo que sea accesible mediante la comunicación. Eso significa planificar los argumentos y ofrecer una perspectiva que el interlocutor no había tenido en cuenta. Por ello, los buenos persuasores buscan siempre un resultado final en el que los dos ganen.

La comunicación ejerce influencia sobre las personas y lo que desean ser, pero la forma que más invade a los individuos es a través de la comunicación de masas, que estimula a la gente a hacer cosas que de otro modo no tomarían en consideración.

“Los medios de comunicación son medios de información, canales de distribución y convencimiento que orienta y determina el sentido de la acción social de los actores individuales y los sujetos colectivos mediante una amplia variedad de formas de organización de la influencia social, en prácticas concretas de condicionamiento, orientación y manipulación de la percepción y la cognición receptivas.”<sup>17</sup>

La persuasión al ser un tipo de comunicación social que pretende cambiar las actitudes y opiniones en la percepción y comportamiento de los sujetos, no debe ser considerada de manera negativamente. El uso y sentido con que se utilicen las técnicas y estrategias de persuasión es el que debe ayudar a establecer la pertinencia o no de la aplicación de las comunicaciones persuasivas.

---

<sup>16</sup> Ibid. p 72

<sup>17</sup> <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-informacion-y-comunicacion-audiovisual/persuasion.htm> 19 de septiembre de 2014, 07:20 pm

La persuasión se organiza, como experiencia práctica, mediante la planificación ordenada y sistemática de los contenidos, las formas y los canales o medios de comunicación social en función de los objetivos funcionales que definen los grupos de interés promotores de cada emisión. Es por eso que la persuasión es una forma consciente e intencional de manipulación informativa, cuyo objetivo es la orientación de las actitudes y del comportamiento de los receptores, influyendo mental, afectiva y cognitivamente en los destinatarios del mensaje a través de diversos medios psicosociológicos.

“La persuasión busca el convencimiento explícito o tácito en función de los intereses de los agentes emisores responsables, individual o institucionalmente, de los contenidos informativos. La estructura profunda de los mensajes, de los objetivos y estructura de la comunicación intencionalmente planificada es de alguna forma desconocida por el público destinatario.”<sup>18</sup>

Una vez mencionado que la persuasión genera cambios en las actitudes de los individuos, es indispensable señalar los tres principios de Larson y Sanders sobre la actitud y su relación con la conducta:

1.\_ “La persuasión provoca cambios en las actitudes de la gente”<sup>19</sup>

Es decir, la persuasión es capaz de modificar las actitudes ya establecidas de las personas y adecuarlas a su conveniencia.

2.\_ “Las actitudes ejercen coacción sobre la conducta, predisponen las respuestas.”<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Ibid

<sup>19</sup> REARDORN, Kathleen Kelly. Op. Cit p 55

<sup>20</sup> Idem

Se refiere a que son las actitudes las que obligan de cierta manera a cambiar a las conductas de las personas de una manera tan capaz de saber cuáles van a hacer las reacciones.

3.\_ “La persuasión provoca cambios en lo que la gente hará o no, porque afecta las actitudes que a su vez afectan la conducta”<sup>21</sup>

En concreto la persuasión se va directamente a atender lo que la gente tiene establecida como conducta y logra cambiarla por medio de las actitudes.

Ahora bien si la persuasión está ligada con las actitudes y ésta a su vez con la conducta, es importante señalar que todo esto surge también a partir de las razones, lo cual logra generar cambios en las normas, según desde la perspectiva de Simons (1976):

Aquiescencia: mediante la persuasión el sujeto abandona la norma.

Acomodación: supone la revisión de la norma y no su total aceptación.

Compromiso: el persuasor y el persuadido revisan sus normas para la satisfacción de ambos.

Cooperación: el persuadido y persuasor trabajan juntos para crear una nueva norma o conjunto de normas que satisfagan a ambos.

A partir de este punto que ya se ha definido el concepto de persuasión y los cambios que puede generar en el comportamiento del hombre, se procede a dar argumentos para la obtención de resultados positivos en el convencimiento de los individuos.

Kathleen Reardon, hace referencia que antes de tratar de convencer a alguien se debe realizar un análisis y tomar la decisión sobre lo que se

---

<sup>21</sup> Idem

está haciendo es ético, legal y moral. En caso contrario no se debería seguir adelante con el proceso de persuasión. “La persuasión tiene que ver con la creación de un entorno que permita que dos o más personas encuentren un terreno y unas convicciones comunes.”<sup>22</sup>

Finalmente para lograr de manera satisfactoria el arte de la persuasión, el arte de conseguir lo que sea, consiste en identificar lo que desean las persona a persuadir y en apoyarlos a conseguirlos, para ellos estos seis puntos de la persuasión son una clave fundamental para el éxito de la misma:

1.\_ *”Basada en el resultado: definir con claridad cuál es el objetivo para la persona a persuadir.”*<sup>23</sup>

Antes de comenzar cualquier manera de persuadir, la clave es tener muy claro qué es lo que se pretende lograr para tener un enfoque claro y conciso.

2.\_ *“Focalizada en el mejor interés de la persona o grupo a persuadir: el interés de la persona o grupo es primordial para el proceso de influencia.”*<sup>24</sup>

Nada será posible para cambiar las conductas de las personas que se pretende, si no se conoce la manera de pensar y los intereses del grupo, ya que es a partir de sus ideas que se forma el plan más adecuado para obtener una persuasión exitosa.

3.\_ *“Veraz”*<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> REARDORN, Kathleen Kelly. Op. Cit p 34

<sup>23</sup> LAKHANI, Dave. Persuasión el arte de influir y obtener lo que desea. Editorial Alfaomega, México 2009, pp 204-207

<sup>24</sup> Idem

<sup>25</sup> Idem

Los profesionales en la persuasión no mienten, siempre se basan en la verdad, es probable que acomoden su mensaje como más le convenga pero jamás se apoyarán en los engaños.

4.\_ *“Orientación al objetivo y al tiempo: fijar objetivos y plazos de tiempo.”*<sup>26</sup>

Para persuadir el tiempo es muy valioso, es por eso que se debe tener muy claro cuáles son los objetivos deseados, ya que así se podrán establecer plazos para lograrlo y en caso de no obtener los resultados deseados en mejor retirarse.

5.\_ *“Personal”*<sup>27</sup>

Las personas que influyen a los demás es porque llegan a conocerlos de manera personal, no se conforman con sólo encontrar quiénes podrían ser blancos de oportunidades.

6.\_ *“Ética”*<sup>28</sup>

La persuasión es como la mayoría de las carreras profesionales, debe estar basada en la ética e influir en los demás de una manera positiva.

Hablando de la persuasión en la comunicación es necesario hacer referencia del papel que juegan los medios de comunicación en los cambios de conducta de la sociedad, la televisión al ser un medio de comunicación masiva destaca su importancia en la creación y recreación en la formación de la cultura e identidad social de sus audiencias. Este medio al combinar el sonido con la imagen, es decir al ser audiovisual es que se ha convertido en un medio con gran poder de persuasión.

---

<sup>26</sup> Idem

<sup>27</sup> Idem

<sup>28</sup> Idem

### 1.3\_ La televisión persuasiva

La televisión es el medio de comunicación con gran alcance en tiempo y espacio que la ha colocado en un medio con importancia social y cultural, se ha convertido en todo el mundo en el medio hegemónico de comunicación masiva. La variedad de contenidos en programas televisivos se han vuelto parte de los modelos culturales y de la vida cotidiana de las audiencias.

“En la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen. Para el telespectador las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras.”<sup>29</sup>

Para Giovanni Sartori, la televisión se caracteriza por una cosa: entretiene, relaja y divierte, forma a los niños a través de sus contenidos, influencia a los adultos por medio de la información.

Durante la primera mitad del siglo XX surge la televisión como un medio de comunicación, cuyo propósito fue informar y entretener a la gente, debido al éxito que obtuvo, surge el interés comercial que logra convertirla en un medio de socialización, en su artículo *La televisión persuasiva*, Sandra Vázquez Toledo (profesora de la universidad de Zaragoza, España) señala que éste medio ejerce “una influencia creciente en todos los ámbitos de nuestra vida, siendo el principal mediador cultural, los medios de comunicación de masas son, indudablemente, parte de nuestras vidas. Probablemente, es la televisión el mass media más eficaz y persuasivo, características que se traducen en poder. Un poder ejercido

---

<sup>29</sup> SARTORI, Giovanni. *Homo videns la sociedad teledirigida* punto de lectura, junio 2006. p.p 33

de múltiples formas, pues la tele tiene una gran capacidad para seducir, informar, manipular, crear, transformar, ilusionar”<sup>30</sup>

Por desgracia la televisión en la actualidad es vista como manipuladora y que evita el progreso de la sociedad, hay quienes están en contra de ella todo debido a su programación, diversos ámbitos argumentan lo anterior pero uno de los principales es referente a la educación, las personas la consideran como un enemigo que se debe anular y abandonar según ellos para un bienestar social. Sin embargo, no debe ser satanizada ya que en ella se tiene un instrumento tecnológico eficaz para el enriquecimiento humano. Vázquez Toledo argumenta que la televisión es y puede ser un medio educativo “la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología, contribuye en la creación de nuestros esquemas mentales, la nuestra forma de entender y afrontar la vida. Igualmente, nos acerca realidades, a las que acceso sería muy limitado de otro modo.”

Es un hecho que la televisión forma parte de las vidas de los individuos, partiendo de que representa un poder dentro del ámbito familiar, este medio marca el ritmo de vida de la gente, para dar un ejemplo concreto basta con saber que desde sé es niño la televisión ya forma parte de las personas, por algo existen tantos canales con contenidos para bebés que se han convertido en una parte sumamente importante en el desarrollo del proceso de socialización de los pequeños.

Ejemplificando lo anterior se tiene la producción Plaza Sésamo, la cual ha sido desarrollada para contribuir al desarrollo integral de las niñas y niños en edad preescolar, se encuentran comprometidos con la educación integral de la niñez latinoamericana, sus personajes ayudan a los más

---

<sup>30</sup> <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-222> 24 septiembre 2014  
21:14 hrs.



chicos a que fortalezcan su desarrollo socio-emocional mediante la promoción de la diversidad cultural, y que ha ayudado a los padres a facilitar la socialización de sus pequeños.

“Hoy es la televisión la que se ha convertido en un instrumento privilegiado de penetración cultural, de socialización, de formación de conciencias, de transmisión de ideologías y valores, de colonización”<sup>31</sup>

Haciendo énfasis a la persuasión de la televisión a través de las imágenes es necesario señalar que estos mensajes por medio de la imagen “tienden a responder a los cambios en las relaciones y las percepciones sociales de las audiencias, tal como las conciben los productores”<sup>32</sup>

Es importante analizar a la televisión como un medio para resaltar ciertos tipos de modelos que van desde la creación de un programa como la publicidad e identidad social.

#### 1.4\_ La televisión como modelo de cultura e identidad social

Como ya se ha mencionado anteriormente la cultura y la identidad pueden adquirirse con el aprendizaje, “los individuos tienden a imitar aprendiendo y/o reaprendiendo diferentes aspectos sociales al estudiar y copiar en forma inconsciente la mayor parte de las veces, aquellos modelos que les son más cercanos, afectiva y geográficamente y más compatibles con su propia identidad social.”<sup>33</sup>

Los mensajes de la televisión están inundados de modelos que muestran un estilo de vida, hábitos de consumo, patrones de conducta estereotipos sociales que crean modelos a imitar.

---

<sup>31</sup> FEVRÉS, J. *Televisión y Educación*. Paidós, Barcelona, 1994

<sup>32</sup> PÁRAMO, T. Op. Cit p 197

<sup>33</sup> Ibid 101

Con el paso del tiempo se ha propuesto que la televisión desarrolla funciones en torno a la cultura y la identificación social, Teresa Páramo hace referencia a estas funciones:

- Compromete e implica a los miembros individuales de una cultura con un sistema dominante de valores.
- Celebra, explica, interpreta y justifica las acciones de la cultura.
- Convince a sus audiencias de que su estatus e identidad como individuos están garantizados por la cultura como una identidad global.
- Transmite el sentido de pertenencia cultural.

El psicólogo social Serge Mascovici considera que el desarrollo de la identidad depende de la comparación y el reconocimiento social.

El contenido de un programa de televisión crea historias que llegan a traspasar la pantalla chica y surge la relación de identidad social a través de los mensajes de estas historias, para ello es necesario destacar que las audiencias no son producto de la televisión, sino que son las audiencias son las que preceden los textos de la televisión.

Los modelos que se adquieren por medio de la televisión a través del aprendizaje permiten una interacción en la vida de los individuos, logrando establecer una comunicación entre los miembros de una sociedad obteniendo de esta manera una socialización, “los individuos aprenden e interiorizan los diferentes conjuntos de reglas, valores, normas y conductas correctas para cada diferente escenario social, a la vez que van formulando y reformulando su propia identidad social”<sup>34</sup> “La televisión aporta los temas de conversación preferidos en la familia o en el grupo de iguales” (Pasquier, 2001)

---

<sup>34</sup> Ibid p 106

Kubey y Csikszentmihalyi (1990) señalan que “los ciudadanos norteamericanos dedican la mitad de su tiempo de ocio a ver la televisión.” Además, según estos autores, la generalización de los productos audiovisuales hace que la dieta televisiva americana se haya convertido en la dieta mundial: los programas norteamericanos de mayor éxito se difunden por al menos la mitad de los países del globo.

La televisión es un sistema que centra sus contenidos en contar historias, las series, anuncios, noticias y otros programas llevan a los hogares imágenes y mensajes relativamente coherentes.

Para entender la identidad social de las personas es necesario considerar su inconsciente, sus afectos, sus fantasías, sus necesidades externas como internas. Cada individuo actúa ante el mundo de acuerdo a lo que le dicta su mundo interno es decir, expone su personalidad social que va enfocada a su identidad.

Los diferentes géneros en la programación de la televisión están basados en modelos, valores, normas y estereotipos sociales. Frecuentemente los telespectadores se encuentran a sí mismos y logran identificarse a través de estos contenidos audiovisuales, de hecho los programas que presentan mayor éxito en sus niveles de audiencias son aquellos que más se asemejan a la realidad.

Podemos argumentar lo anterior con un ejemplo de la televisión mexicana, un caso específico a lo ya mencionado es el programa de “La Rosa de Guadalupe” transmitido por Televisa en canal 2 y producido por Miguel Ángel Herros.

“La fe mueve montañas y la Virgen de Guadalupe se ha convertido en estandarte de millones de mexicanos, quienes le piden milagros y socorro en casos difíciles a la Virgen.

Cada uno de esos milagros se traduce en una historia, que nutrirá el contenido de La Rosa de Guadalupe. Historias de amor, desamor, esperanza, lucha e intriga, donde se abordarán temas como la prostitución, violencia intrafamiliar, drogadicción, entre muchos más.

La Rosa de Guadalupe es una telenovela compactada y contada a toda su intensidad en una sola hora; es un programa de divertimento familiar, que nos permite emitir mensajes positivos, llenos de esperanza y de lucha”<sup>35</sup>

Es así como los contenidos de televisión por medio del aprendizaje y los modelos transmitidos, permiten a las audiencias encontrar un sentido a lo que están viendo y les permite encontrar una pertenencia cultural.

#### 1.5.\_ Las audiencias y el sentido de pertenencia cultural

“Culturalmente la televisión es prevalentemente una máquina productora de relatos audiovisuales espectacularizados en diversos géneros y formatos, portadores de universos simbólicos, diseñados y difundidos para satisfacer las apetencias emocionales de su audiencia.”<sup>36</sup>

“La industria televisiva confirma que el público no es sólo una masa indiferenciada, sino que es segmentable en franjas culturales en intereses definidos.”<sup>37</sup>

En los años setenta principios de los ochentas cuando se generan los estudios en la medición de las audiencias a través de métodos interpretativos y cualitativos, de esta manera y bajo estas inquietudes los estudios de audiencia y las preocupaciones por conocer las repercusiones que tenían los contenidos en la gente, comenzaron a darse un número

---

<sup>35</sup> <http://www.televisa.com/programas-tv/la-rosa-de-guadalupe/acerca-de/> 2 de octubre 2014 19:30

<sup>36</sup> GUBER, Román. El eros electrónico, Taurus 2000 p 23

<sup>37</sup> Ibid p 25

importante de investigaciones pero la dificultad por entender y segmentar a la audiencia es una problemática en la que se han enfrentado los estudiosos. (Nightingale, 1999)

Gebner centró sus investigaciones en “las dimensiones rituales del hecho de mirar la televisión y definió las implicaciones de la relación contenido /acción de mirar, en términos del impacto sociocultural.”<sup>38</sup>

Comprender a la audiencia mediante los indicadores de consumo y los efectos directos, se hizo impracticable a medida que la urgencia de las cuestiones de interpretación sustituyó a las mediciones cuantitativas. La audiencia no se puede llegar a explicar adecuadamente investigando sólo a las personas que la componen.

“La consideración de la audiencia como “consumidor” aparece implícita y constantemente en gran parte de los análisis norteamericanos. En el contexto americano, el consumismo consiste en la visión compartida del modo en que el mundo debería funcionar.

La palabra audiencia esta familiarmente ligada al término colectivo de “receptores”, en el simple modelo secuencial del proceso medios de comunicación masiva” (Mcquial).<sup>39</sup> El mismo autor señala que las audiencias son producto del contexto social, que tiene que ver con intereses culturales, información necesitada etc.

Nightingale define a la audiencia como “cualquier persona que utilizase cualquiera de los medios de comunicación en cualquier circunstancia.”<sup>40</sup>

Las investigaciones de Wicks se basan cómo la audiencia contribuye al proceso de construcción de la realidad social al interpretar ellos los mensajes emitidos por los medios, además de cómo la audiencia usa y

---

<sup>38</sup> NIGHTINGALE, Virginia. El estudio de las audiencias, El impacto de lo real, Paidós Comunicación 1999 p 27

<sup>39</sup> NIGHTINGALE, Virginia, Op. Cit

<sup>40</sup> Ibid p 34

saca provecho a los medios de comunicación para satisfacer sus necesidades.<sup>41</sup>

En la década de los años 40, los investigadores se han preocupado por los efectos de los medios de comunicación en la audiencia, el poder de los mensajes que tiene hacia los consumidores, tal es el caso de Laswell y Lazarsfeld. Dando así a los inicios a las investigaciones relacionadas con los programas televisivos y la audiencia y de qué manera estos influyen en las actitudes, creencias, percepciones del público que se expone a los diferentes programas ya sean telenovelas, comedias, drama, etc.

Ahora bien ya se ha mencionado la manera en que la televisión persuade a sus audiencias a través de sus contenidos, ha habido investigadores que han señalado varios tipos de audiencia, en este caso se toma sólo la de Nightingale:

- “Audiencia activa: Se preocupa por medir todo lo referente a actitudes, motivaciones, acciones ideas y significados. Tiene como premisa el sentido que la audiencia sólo existe porque la emisión de la información es útil, por lo que la audiencia son por definición usuarias activas de los medios de comunicación.
- Audiencia como masas: Define a la masa como “una categoría imaginaria, una manera de lidiar con la proximidad del creciente número de personas desconocidas e imposible de conocer” En cuanto a la audiencia de masas se refiere a la idea de un grupo de personas que comparten un interés común por un producto determinado de los medios de comunicación.”<sup>42</sup>

Para Hobson (1982) entendía que “la audiencia establecía una relación entre el texto, y que la construcción del significado era algo que dependía tanto de la audiencia como del texto. Exploró las bases para entender que una audiencia establecida es una comunidad que comparte intereses y

---

<sup>41</sup> Ibid

<sup>42</sup> Ibid

preocupaciones comunes sobre un programa de televisión, así como modos comunes de hablar sobre dichos intereses compartidos.”<sup>43</sup>

Es así, como se puede concluir que las audiencias estas segmentadas dependiendo sus gustos, creencias, actitudes, inquietudes, y en su entorno social al grupo al que pertenecen, la televisión puede generar contenidos que permitan a las audiencias identificarse de acuerdo a sus preferencias.

Es necesario señalar que a pesar de que son las audiencias las que pueden elegir que ver en la pantalla chica, es la televisión la que conociendo a la sociedad a la que se dirige y la cultura que los rige, es ella la que planea sus contenidos asemejando sus historias a la realidad con una contextualización hacia la vida cotidiana de los miembros de una sociedad en específico.

Es justo cuando se da la segmentación de las audiencias de acuerdo a los programas de televisión que ven que es donde la televisión logra transmitir mensajes diseñados para cada segmento y así poder entrar en la parte persuasiva y con las imágenes que presenta, los telespectadores pueden formar una identidad social que les permite socializar dentro de una sociedad.

La televisión con lo ya mencionado permite interceder en sus audiencias para generar un cambio positivo en actitudes y crea una formación cultural por medio de sus programas.

Como se mostró en el desarrollo de este capítulo todo lo enfocado a la cultura y la identidad social, será abordado en el siguiente capítulo desde la problemática de la falta de cultura en el cuidado de la vida canina, se expondrá la ausencia de una cultura social en brindarle una calidad de digan de vivir a los canes. A través de la información y la persuasión los dueños de los perros podrán enfocarse en sus conductas y verificar que están haciendo mal o bien en el cuidado de su mascota y recapacitar si están dejando de lado a su mejor amigo.

---

<sup>43</sup> Ibid p 44

## CAPITULO 2.\_ EL PERRO: UN AMIGO OLVIDADO

Durante miles de años el perro ha sido el más fiel aliado del ser humano, es casi seguro que fue el primer animal domesticado y tal vez ninguna otra especie haya sido tan útil, leal y apreciada por el hombre. Los perros han ayudado a la humanidad a rescatar personas extraviadas, han ayudado a policías y aduaneros, han servido de lazarillos a los ciegos, han intervenido en conflictos armados, han salvado vidas en desastres naturales, pero sobre todo su papel más duradero y estimado es el ser compañeros devotos.

Los perros no sólo han sido compañeros del hombre, sino también han sido parte fundamental de la historia y de la cultura azteca, en Mesoamérica se les relacionó con lo divino y lo sobrenatural, convirtiéndose en extraordinarios símbolos dentro de las religiones, mitologías y tradiciones de los pueblos, siendo también una inagotable fuente de inspiración para los artistas de todas las épocas.

En este capítulo se aborda la problemática que se enfrenta la sociedad hoy en día con respecto al número elevado que crece día a día de los perros callejeros y que representan un conflicto social debido a las enfermedades que pueden adquirir los individuos a través de las heces fecales de estos animales. Se hace énfasis a la falta de cultura de las personas en el cuidado de la vida de los perros, problemas como la falta de conciencia que representa la importancia de la esterilización, la ausencia de establecer un vínculo amistoso y aprender a comunicarse con sus mascotas, generan problemas de conducta en las mismas que ocasiona el maltrato y el abandono de estos seres indefensos.

Se recalca la ausencia del peso de leyes que resguarden la vida de los canes y se castigue el maltrato de los mismo física y psicológicamente, por último se orienta a las personas a tener en cuenta todo lo previo a



considerar antes de tomar la decisión de tener un perro en casa y saber cuál es su mejor opción de acuerdo a sus necesidades y tomar en cuenta que los perros mestizos son dignos de tener un hogar y voltear a ver a las asociaciones que brindan la adopción de los canes rescatados de las calles.

## 2.1.\_ Los perros sin dueño: un problema social

En México existen diversos factores que influyen para que exista el abandono de perros y la irresponsabilidad de los dueños de caninos.

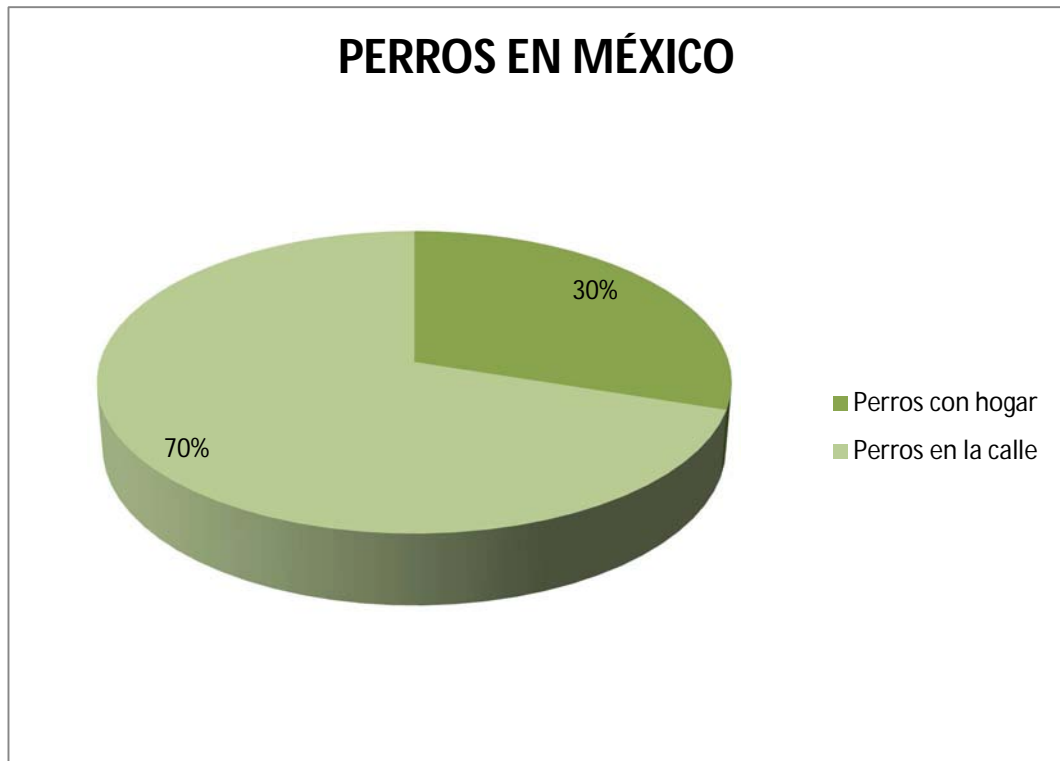
“Desde 1994, la Organización Panamericana de la Salud cambió el título de perro callejero a “perro de dueño irresponsable”, ya que argumenta que son los propietarios quienes al no querer a sus canes en casa los abandonan, o en otros casos el extravío de los mismos provoca el incremento de más perros en las calles.”<sup>44</sup>

“De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) y la Secretaría de Salud, México es uno de los países con mayor población de perros en América Latina se estima que hay más de 22 millones de perros y sólo alrededor de 6.6 millones cuentan con un hogar y una familia que los cuida, mientras que el resto vive en las calles.”<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> [http://ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen\\_solucion\\_al\\_problema\\_de\\_los\\_perros\\_callejeros](http://ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen_solucion_al_problema_de_los_perros_callejeros) 8 de octubre 2014 10:00 hrs

<sup>45</sup> <http://www.revistapuntodevista.com.mx/2014/07/27/el-70-de-los-perros-en-mexico-con-callejeros/34916/> 8 de octubre 2014 12:35



La causa que deriva esta cifra tan elevada de perros en la calle, se debe al abandono por parte de sus dueños, extravío de los canes de sus casas lo cual trae como consecuencia la reproducción entre ellos, generando más crías y así sucesivamente se va generando el aumento.

La Secretaría de Salud local en el Distrito Federal, señala que existen al menos un millón 200,000 perros en situación de calle; sin embargo asociaciones protectoras de animales y las ONG señalan que la cifra oscila entre 2 y 3 millones de canes.

Para la sociedad mexicana el gran número de perros en la calle se ha vuelto un problema social, debido a las complicaciones que esto representa tales como enfermedades y ataques de perros se han convertido en un conflicto que se debe atender de inmediato.

Un perro defeca 400 gramos y orina 800 mililitros en promedio diario sólo en la ciudad de México, sí se toma en cuenta la cantidad de perros que deambulan por las calles del país, se estima que se desechan más de 696

toneladas de heces fecales al día, las cuales son causantes de enfermedades bacterianas, parasitarias o de origen infeccioso, esto de acuerdo con Carlos Esquivel Lacoix, quién se desempeña como médico veterinario zootecnista y maestro en reproducción animal de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la UNAM.

La Secretaria de Salud del Distrito Federal, señala que “con el calor las heces se deshidratan, se forman partículas biológicas invisibles y el viento las arrastra y las dispersa por el ambiente ocasionando enfermedades como conjuntivitis (inflamación de la conjuntiva del ojo) y se puede adherir fácilmente a la comida que se consume, lo que causa diversas enfermedades gastrointestinales.”<sup>46</sup>

De acuerdo con Raymundo Iturbe Ramírez, responsable de Diagnóstico Viroológico del Departamento de Microbiología e Inmunología de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la UNAM, hay más de 140 enfermedades que los humanos pueden contraer a través del contacto con perros.

Entre las más comunes en los callejeros está la sarna, enfermedad de la piel causada por un ácaro, la cual provoca dermatitis de aspecto alarmante; se contagia fácilmente entre todas las especies, pero es de fácil tratamiento.

La rabia es una enfermedad que causa muerte al no ser curable, “A nivel mundial la rabia ocupa el décimo lugar de muerte por infección en humanos, con aproximadamente 60,000 casos al año. Esta enfermedad es sumamente infecciosa, ataca al sistema nervioso central y es fatal. Cuando se manifiestan los signos, la muerte ocurre en aproximadamente 10 días. Afortunadamente, la Secretaría de Salud asegura que en México no ha habido casos de rabia en humanos transmitida por perros desde el

---

<sup>46</sup> <http://www.cronica.com.mx/notas/2013/721525.html> 8 de octubre 2014 14:00 hrs.

2002; sólo se registran casos a causa de mordidas de animales silvestres”, aseguró el académico de la UNAM, Iturbe Ramírez.

Es claro que es un problema de salud en todos los aspectos, pero probablemente el más preocupante son las causadas por las heces de los perros que viven en la calle; no obstante, otro problema que presenta la sociedad es la irresponsabilidad de los dueños de canes que salen a pasear a sus perros a los parques o a las calles y no cuentan con la cultura de llevar bolsas de plástico para limpiar las heces de sus mascotas

Entre los perros de la calle y la falta de cultura de los dueños se suma aún más la posibilidad de contraer enfermedades, por eso es muy importante que la gente que tiene una mascota recoja las heces de sus perros, así estarán contribuyendo con el cuidado del medio ambiente y la salud de las personas, sin olvidar que en la Ciudad de México existe la Ley de Cultura Cívica del Distrito Federal que en el artículo 15 fracción 16 dice que el dueño de algún animal, tiene la obligación de prevenir que la mascota causen daño o molestia a los vecinos.<sup>47</sup>

La ley también establece que si un animal defeca en la calle, sin que el dueño recoja las heces o pasea sin correa por la vía pública, el responsable del animal estará cometiendo una falta cívica, que amerita una multa de 1 a 10 salarios mínimos y de seis a 12 horas de arresto.

Otro factor que afecta directamente a la sociedad es la inseguridad que se puede presentar por ataques de perros en zonas comunes de convivencia como los parques. Aparentemente la Secretaría de Salud aporta que “durante el año 2013 fueron atendidas 18,000 personas por mordeduras de canes, de las cuales 70 han requerido cirugía plástica reconstructiva”<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> <http://www.metro.df.gob.mx/transparencia/imagenes/fr1/normaplicable/lccdf0712.pdf> 08 de octubre 2014 15:17

<sup>48</sup> <http://www.elfinanciero.com.mx/archivo/en-el-df-existen-al-menos-millon-200-000-perros-callejeros.html> 8 de octubre 2014 15:30

De acuerdo con datos publicados en el periódico Excelsior de la Secretaría de Salud, “entre los años 2006 y 2010, fueron 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 pues de cada 100 casos, en 45 de ellos las víctimas tenían menos de 14 años. Los adultos mayores son otro grupo amenazado, pues cerca del 13% de las mordeduras se dan contra mayores de 65 años.”<sup>49</sup>

La sociedad ha señalado a los perros como animales salvajes que atacan a la gente, jaurías asesinas que sólo tienen el instinto de matar. ¿Pero es esto cierto? Si bien los perros que rondan por las calles pueden notarse agresivos es porque sólo están respondiendo a sus instintos de sobrevivencia, el miedo, el hambre y la soledad los llevan a tomar una conducta que muchos la perciben como amenaza.

Un ejemplo es el caso de los perros que habitan las secciones del bosque de Chapultepec”, individuos reportaron en el 2006 a las autoridades jaurías de perros que atacaban a la gente que iba a ejercitarse en esta área común, señalados como perros ferales.<sup>50</sup> Bajo esta circunstancia la Secretaría del Medio Ambiente emitió un boletín de control de fauna nociva en el Bosque de Chapultepec, alarmando a la comunidad de las precauciones de los ataques de las jaurías, asumiendo que se han vuelto en una plaga.<sup>51</sup>

Sin embargo, no hay cifras claras de ataques de estos perros en Chapultepec pero las autoridades se ocuparon en limpiar las secciones

---

<sup>49</sup> <http://www.mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html> 8 de octubre 2014 16:15

<sup>50</sup> \*Se refiere a perros ferales a canes comunes que al ser abandonados por los seres humanos se agrupan entre sí y retoman características de sus antepasados evolutivos: los lobos. Se unen en jaurías, practican la cacería y se reproducen como éstos. El fenómeno ocurre cuando tales animales se desvinculan de las personas y luchan por la supervivencia liderados por un macho y una hembra dominantes (o alfa).

<sup>51</sup> <http://noticieros.televisa.com/foro-tv-los-reporteros/1301/duenos-irresponsables/> 8 de octubre 2014

por medio de redadas, y sacrificando a estos indefensos animales que sólo fueron víctimas del abandono.

Las autoridades han fomentado las redadas para disminuir la cantidad de perros en las calles, pero han dejado de lado una parte muy importante que podría frenar poco a poco el aumento constante de estos animales, y es que no se tiene la conciencia ni la cultura en la esterilización, la cual a través de campañas sociales sería un manera de combatir este problema, ya que por más redadas que se hagan la reproducción de los perros se da de manera incontrolada generando más perros y más conflictos sociales.

Si se retoma el caso de Chapultepec del 2006, se tiene como resultado que los perro que quedaron libres de las redadas a estas fechas actuales ya se han reproducido más de una vez y sus crías han hecho lo mismo, desatando de nuevo el aumento de perros que habitan en el bosque y que probablemente algunos ya se han trasladado a otros lugares generando más canes.

Es entonces cuando la esterilización toma fuerza en su importancia y sobre todo que los individuos la opten como cultura para el cuidado de sus amigos peludos, rompiendo con mitos y creencias de la misma y lograr un cambio en las problemáticas sociales.

## 2.2.\_ La esterilización

Castración es el término para definir la esterilización quirúrgica irreversible de un animal. En las hembras el procedimiento consiste en extirpar los ovarios y el útero. En los machos implica la exéresis completa de los testículos. Como hay tantos mitos y falacias sobre la esterilización, los dueños de perros a menudo temen el procedimiento.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> **MCGREEVY**, Paul. Manual práctico para dueños de perros editorial paidotribo p.216

Al no contribuir con más perros a la población canina mediante la esterilización, las posibilidades de que las mascotas sin hogar encuentren uno se incrementa.

“La esterilización trae consigo factores positivos en los perros, en los machos por ejemplo previene afecciones de próstata, un problema grave para los viejos sobre todo, y erradica la posibilidad de cáncer o infección testiculares. Por su parte las hembras disminuyen la posibilidad de que desarrollen cáncer de mama.”<sup>53</sup>

Sin embargo, los dueños rechazan la esterilización de sus animales por mitos o creencias particulares en torno a la seguridad del procedimiento, tales como la pérdida de la virilidad de los machos o alteraciones de la conducta. No obstante, los animales no necesitan tener crías para completar su ciclo de vida, tampoco padecerán enfermedades mortales, problemas físicos o de comportamiento. De hecho, la esterilización es recomendada por la Asociación Americana de Medicina Veterinaria y otras asociaciones a nivel mundial.

Los perros en la calle se reproducen sin control y la población aumenta cada día más; por eso, la mejor forma para evitar que el número aumente es a través de la esterilización, pero la realidad es otra ya que no se llevan a cabo de forma masiva, permanente, gratuita y coordinada.

Cuando se habla de la reproducción de los perros se trata de analizar a detalle que no sólo nacerán 1 ó 2 cachorros, sino nacerán en muchas ocasiones más de 6 ó 7 (en ocasiones 12 ó más) y estos animales merecen por igual una casa en la que tengan seguridad, cuidados, cariño y, lo más importante de todo, permanencia. Menciona la Asociación Civil Échame Una Pata, que “de cada 10 cachorros de raza, únicamente 2 permanecerán al año de vida en su casa original. Esto resulta en el

---

<sup>53</sup> MCGREEVY. Op. Cit p 216

abandono de los otros 8 cachorros, quienes terminarán su vida en la calle, en refugios o en un antirrábico.”

Por su parte los perros que viven en hogares y que no son esterilizados también afectan al incremento de la población en las calles de estos animales, ya que en cualquier momento los canes se pueden escapar alguna vez, o bien los dueños argumentan que sólo salen a hacer pipí pero no se dan cuenta que en esa salida al baño de su perro puede preñar a una perra o su perra puede ser copulada, en ese pequeño instante de salida empieza una terrible cadena de nacimientos

Una hembra promedio tiene a lo menos 6 cachorros por camada, 1 a 2 veces al año teniendo por tanto 6 a 12 cachorros anualmente. Durante la vida de la perra ya habrán nacido a lo menos 144 cachorros.

“El resultado de la cruce de una perra y su descendencia resulta en el nacimiento de 67,000 perros en 6 años.”<sup>54</sup>

La mayoría de las personas que cruzan a sus perras tienen buenas intenciones para los cachorros y expectativas sinceras de acomodarlos pero, desafortunadamente, es muy difícil poder colocar bien a todos los cachorros, y esto casi nunca suele ocurrir.

En México no existe la cultura de esterilización debido a los mitos ya mencionados o bien por el hecho de querer descendencia de tu querido perro, pero no se piensa las consecuencias que esto puede traer, sin embargo, existen otros factores que la sociedad mexicana no ha desarrollado dicha cultura, y es que los problemas económicos para poder pagar una esterilización segura. No obstante se han realizado campañas de esterilización a cargo normalmente de instancias de gobierno, ONG's, asociaciones civiles y protectores independientes ofrecen el procedimiento

---

<sup>54</sup> <http://www.animanaturalis.org/1149>



a bajo costo, pero estos esfuerzos no han logrado alcanzar el impacto necesario ante la magnitud del problema.

Por su parte algunos estados de la república como Hidalgo, el Estado de México y el Distrito Federal por mencionar sólo algunos por parte del gobierno han tratado de implementar campañas para hacer conciencia de la importancia de la esterilización.

En el 2009 por ejemplo el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) solicitó a las autoridades del Gobierno del Distrito Federal “asumir su responsabilidad y cumplir con la aplicación de la Ley de Salud, para emprender una intensa campaña de esterilización canina, ante la gran cantidad de mascotas sin dueño que se han convertido en un grave problema de salud para los capitalinos.”<sup>55</sup>

Por su parte en el Hospital Veterinario de Especialidades de la UNAM, ubicado en Ciudad Universitaria, dentro de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia, se llevan a cabo cirugías con los aparatos de vanguardia y personal médico altamente capacitado a muy bajo precio.

Pero a pesar de las intenciones de controlar la población de perros, se debe tener en cuenta que sólo en zonas urbanas se tiene que operar a un mínimo de 20 a 25 por ciento de los animales existentes para que no se incremente, y si se pretende bajar esa población se tienen que operar hasta 70 por ciento del total.

Es decir, si sólo hablando del D.F existen un millón 200 mil perros en la calle, entonces para para la incrementación de más canes, se deberían esterilizar al menos 300 mil y para reducir la población tendrían que ser 840 mil peludos.

El problema de los perros callejeros es complejo. Por más que se esterilice, por más que el gobierno justifique los programas de captura y

---

<sup>55</sup> <http://www.partidoverde.org.mx/pvem/2009/01/demanda-pvem-frenar-la-reproduccion-de-perros-callejeros-pues-sus-heces-y-orin-son-un-grave-ries/> 8 de octubre 2014 21:00

sacrificio, no habrá un cambio hasta que se ataque el problema de raíz. Hace falta una cultura responsable, algo que se debe promover desde la educación elemental para evitar el abandono de perros ya que este problema bastante delicado es sin duda la causa principal y de donde se generan todos los males de los perros en la calle.

### 2.3.\_ El abandono de perros

El abandono de perros por parte de sus dueños crece día a día y es que la gente no cuenta con una sensibilización de darse cuenta que los perros no son juguetes que se puedan adquirir y en el momento que ya no se desea los desechan como si se trataran de basura.

Los animales se adquieren por impulso, sin el consenso familiar y sin pensar si se cuenta con las condiciones o tiempo necesario para cuidarlos, estas son las causas más frecuentes por que las personas suelen abandonar a sus perros, de acuerdo a la asociación de protección canina club perruno:

- 1.- Los integrantes de la familia no se ponen de acuerdo en tener un perro.
- 2.- Cambio de domicilio y no saben qué hacer con el perro.
- 3.- A la pareja no le gustan los perros.
- 4.- Mascotas de regalo para los niños.
- 5.- El perro no es el adecuado para el estilo de vida de los dueños.
- 6.- Falta de tiempo para pasear al perro.
- 7.- Falta de tiempo para educar al perro.
- 8.- Falta de paciencia al perro.
- 9.- Problemas de conducta del perro.
- 10.- El perro tiene alguna enfermedad que sale cara.

11.- Es un perro viejo que requiere cuidados especiales.

12.- La llegada de un bebé.

Estos motivos son suficientes para los dueños irresponsables que optan por la salida fácil olvidando el sentimiento de miedo, frustración que generan en los canes.

De acuerdo Centro de Adopción y Rescate Animal AC; calculan que 7 de cada 10 perros son víctimas de maltrato y abandono.<sup>56</sup>

De esos perros abandonados que su futuro es estar en las calles y que la gran mayoría tiene su sentencia de muerte firmada, pues varios factores ponen en peligro la vida de estos indefensos canes.

Es grande el afán de los individuos por exterminarlos, los estados y las delegaciones en el caso del D.F por aumentar sus redadas aumentan gradualmente.

La Secretaría de Salud del Distrito Federal, señala los sacrificios en los antirrábicos llamados ahora Centro de Control Canino, la cantidad de 2 a 3 mil perros semanales, los cuales suman 15 mil al año.

Solamente en la Ciudad de México, se sacrifican más 200,000 perros al año. A partir de la terrible captura de los perros, se inicia un auténtico infierno para ellos que son sorprendidos por los lazadores, quienes hacen gala de prepotencia, violencia y crueldad ante la mirada atónita de la comunidad y ante la presencia, inclusive de niños.

Araceli Ramos, integrante de la asociación de El Arca de Noé quién vive en la Delegación Xochimilco, delegación con alto índice de perros en la calle al igual que Iztapalapa, Tláhuac y Magdalena Contreras, las cuales

---

<sup>56</sup>

[http://www.centrodeadopcionanimal.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=107&Itemid=53](http://www.centrodeadopcionanimal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=107&Itemid=53) 9 de octubre 2014 14:00

de acuerdo al Frente Cuidado Pro-Derecho Animal (Frecda) estima que “en promedio en cada demarcación hay 50 mil perros en esta situación.”<sup>57</sup>

Araceli ha presenciado la captura de los canes y afirma que “es una experiencia aterradora el hecho de ver la llegada con que los hombres aparecen con cuerdas, botas, guantes y varas de aluminio, y al más puro estilo de una charreada comienzan las persecuciones lanzan las sogas al cuello o a cualquier parte que pueda capturar del animal asustado. Los quejidos de dolor retumban a lo largo de la calle, mientras los animales son arrastrados, entre risas y comentarios burlones de sus captores, hacia la entrada de la unidad enrejada. Aquí comienza otra escena de horror, ya que los captores toman un extremo del cordel y giran en repetidas ocasiones para tomar impulso y lanzar al animal en el interior de la camioneta. Cachorros, perros viejos, enfermos o lastimados son tratados por igual.”

Tomás, es un trabajador que forma parte del grupo de captura, señaló que esta problemática no es responsabilidad de ellos: "Nosotros estamos haciendo nuestra chamba, nada más. Las personas luego nos echan bronca, pero son ellas mismas las que nos llaman y tiran a sus perros a la calle" dijo.

Y es que por más desgarrador e incongruente que pueda ser el acto de pensar que lo dueños son quienes abandonen a sus amigos y peor aún que sean ellos mismo quienes los entreguen a la muerte sin remordimiento alguno a pesar que los perros sólo demuestran fidelidad y cariño.

Patricia Ruiz de Milagros Caninos, fundación que nació de la generosidad e indignación del maltrato de los perros ayudándolos y rescatándolos de casos extremos, puntualizó en la necesidad de elaborar campañas masivas de concientización encaminadas a la dignificación del perro:

---

<sup>57</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/notas/894862.html>. 9 de octubre del 2014 17:45

"Debemos enseñar a los niños la importancia de la vida, a cuidar y respetar a sus mascotas. La solución no es sacrificar o abandonar a los animales, tenemos que ser responsables. Hay que esterilizar y adoptar en lugar de fomentar la compra de cachorros, hay muchos animalitos que necesitan de nuestra ayuda".

César Millán, mejor conocido como "el encantador de perros" comentó en el programa de televisión La entrevista con Adela de Televisa, que "en Estados Unidos, a los niños se les fomenta la cultura del cuidado y entender la conducta de los perros. A temprana edad los niños conocen los conceptos de adopción y esterilización."<sup>58</sup>

Entonces si desde pequeños se les fomenta la cultura del cuidado y el respeto a los animales, cuando sean adultos podrán establecer un vínculo de amistad y de equipo entre el can y el dueño. Es necesario que los individuos aprendan a generar el vínculo que los unirá por siempre y el abandono quede en el pasado, pero antes que nada es saber justamente cómo es que se da ese lazo amistoso a través de las conductas tanto del hombre como del perro.

#### 2.4\_ El vínculo afectivo entre hombre-perro

"La razón por la que los seres humanos y los perros mantienen una relación tan intensa radica en que existe una mutua capacidad para entender las respuestas emocionales del otro. La alegría de vivir de un perro tal vez sea mayor que la nuestra, pero es reconocible de inmediato como un sentimiento que los humanos también compartimos" (Jefrey Masson, psicoanalista y escritor norteamericano)

---

<sup>58</sup> \*Entrevista Realizada por Adela Micha el 13 de noviembre de 2013 por canal 9 de Televisa en el programa, La entrevista con Adela. <http://www.youtube.com/watch?v=1oTJXU9U7RU>

La buena relación que se llega a establecer entre los humanos y los perros es un tema muy poco conocido, ya que la mayoría de las personas sólo tienen perros por el simple hecho de tener una mascota; sin embargo, el vínculo que se te establece entre el dueño y su perro es algo realmente apasionante que todo deberían de tener en cuenta.

El vínculo se podría definir sencillamente con la palabra: confianza. “El perro debe adquirir confianza en su dueño, como sucede en los humanos la confianza es difícil de conseguir, pero muy fácil de perder. Existen dos áreas para crear un buen vínculo: físico y emocional.”<sup>59</sup>

Pero antes que nada se debe conocer los motivos positivos de tener un perro para después enfocar la atención a la importancia del establecimiento del vínculo tras conocer las maravillas que trae tener un amigo peludo:

1. “Las personas que tienen un perro se enferman menos”<sup>60</sup>
2. “Las personas que tienen un perro son más resistentes a las alergias”<sup>61</sup>
3. “Las personas que tienen un perro son más felices”<sup>62</sup>
4. “Las personas que tienen un perro tienen un corazón más saludable”<sup>63</sup>
5. “Las personas que tienen un perro hacen más ejercicio”<sup>64</sup>
6. “Las personas que tienen un perro tienen una vida social más activa”<sup>65</sup>
7. “Los perros pueden detectar el cáncer”<sup>66</sup>
8. “El perro es un reflejo de la personalidad del dueño”<sup>67</sup>
9. “Los perros disminuyen el estrés en el trabajo”<sup>68</sup>

---

<sup>59</sup> MCGREEVY. Op. Cit p 121

<sup>60</sup> <http://www.recursosdeautoayuda.com/beneficios-de-tener-un-perro/> 9 de octubre 2014 23:00 pm

<sup>61</sup> Idem

<sup>62</sup> Idem

<sup>63</sup> Idem

<sup>64</sup> Idem

<sup>65</sup> Idem

<sup>66</sup> Idem

<sup>67</sup> Idem

<sup>68</sup> Idem

Estos son sólo algunas razones que pueden impulsar a las personas para motivarlas a sentir la necesidad de buscar ese vínculo afectuoso y tener una mejor relación que los llevará a ser inseparables.

Prácticamente la mitad de los hogares sabe qué implica tener un animal de compañía. No sólo en cuanto a los cuidados y condiciones que requiere, sino al vínculo especial que se establece entre el animal y las personas que conviven con él. Un vínculo que los expertos no dudan en calificar como peculiar y beneficioso y que puede variar según se trate de un niño, un adolescente, de una persona madura o una de edad más avanzada.

Según María Luisa Ferrerós, neuropsicóloga, directora de la unidad de psicología clínica y *parenting* de Clínica Diagonal, en esta peculiar relación se pueden desarrollar sentimientos de empatía y respeto. Se impulsa el desarrollo de la autonomía y la responsabilidad. Y muchos más beneficios, y no en pocas personas.<sup>69</sup>

De acuerdo con la Fundación Affinity (organización dedicada a promover el respeto y la sana convivencia con animales de compañía), señala las siguientes estadísticas de acuerdo al primer análisis científico sobre el vínculo entre personas y sus perros:

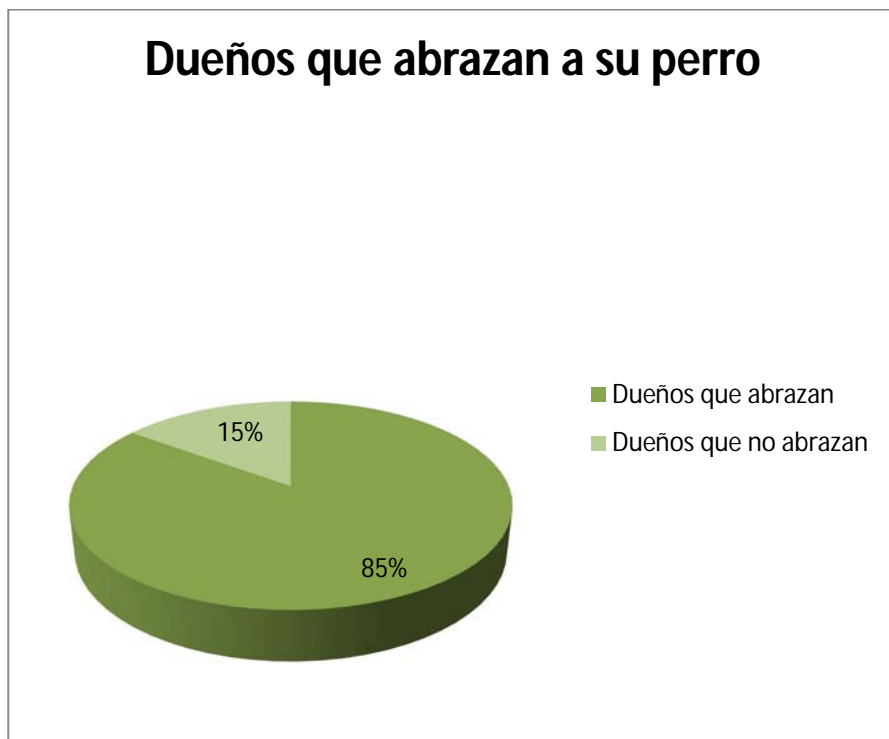
---

<sup>69</sup> <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20131122/54393704768/el-vinculo-afectivo-con-los-animales.html> 9 de octubre 2014 23:16

El 76% dice besar a su perro mínimo una vez al día.



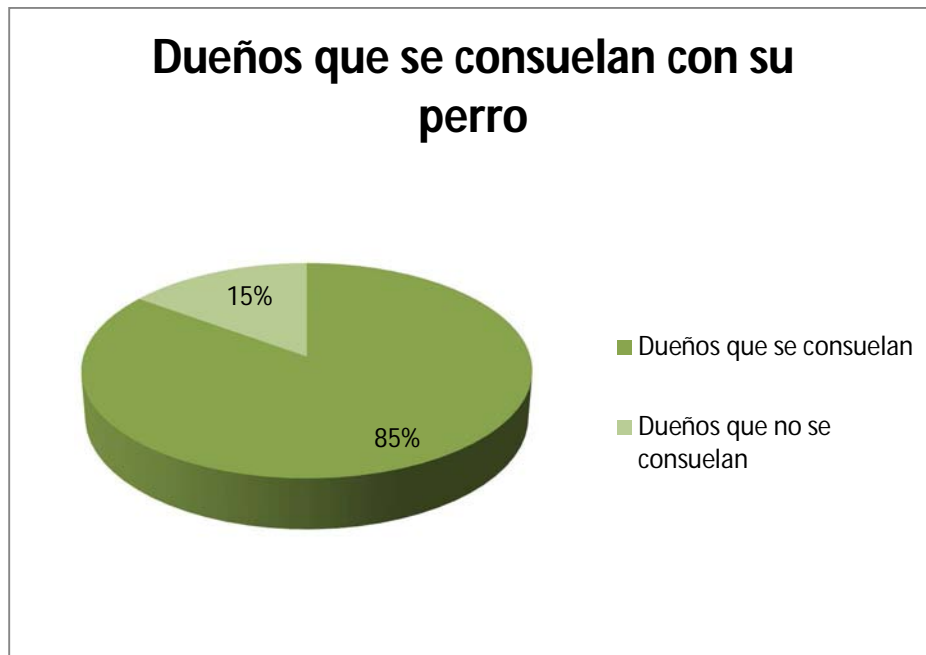
El 85% dice abrazarlo.



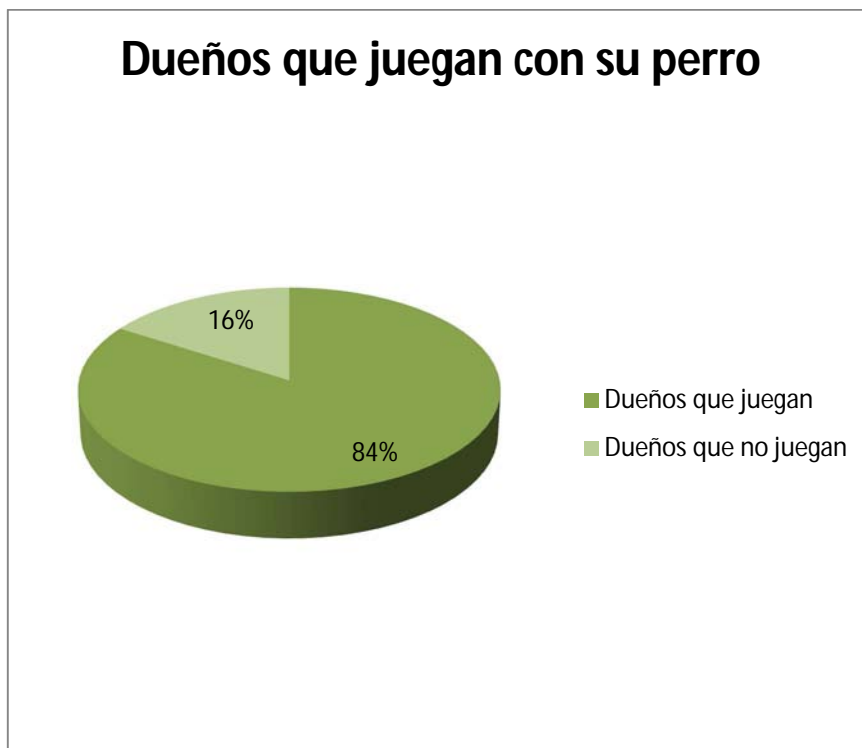
7 de cada 10 asegura que su perro le brinda compañía constante.



El 85% reconoce que su perro siempre está ahí cuando necesita consuelo.

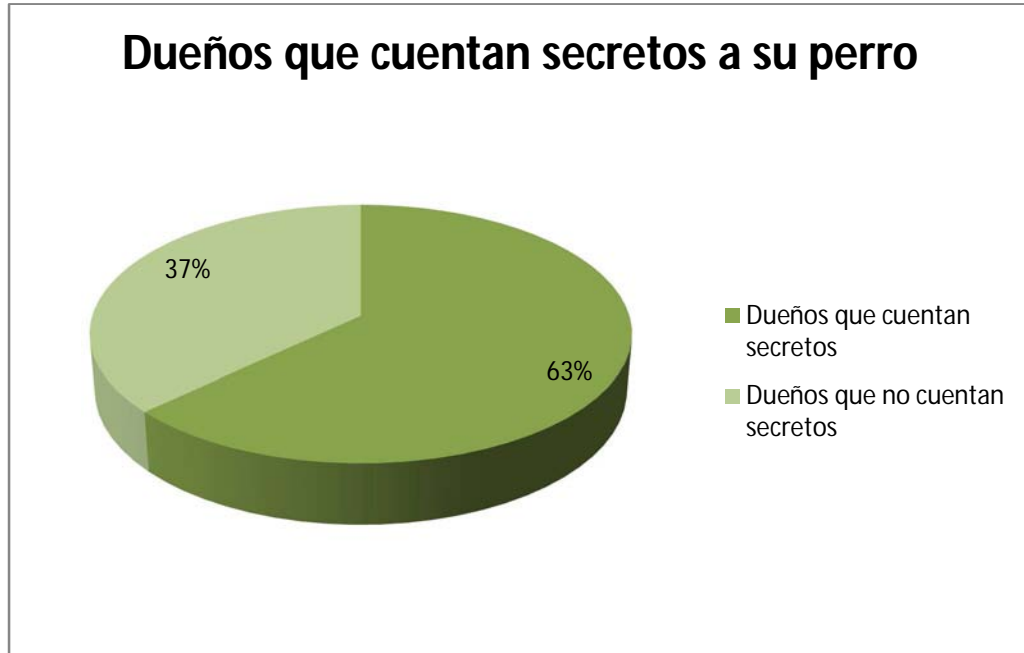


El 84% dice jugar con sus perros.



Casi 9 de cada 10 personas ven televisión con su perro.

El 63% admite que le dicen durante el día cosas a su perro que no le dicen a nadie más.



El 80% afirma que su perro es un motivo para levantarse cada mañana.



La siguiente cifra es un punto clave: 9 de cada 10 personas remarca que si todos le abandonan, su perro seguirá a su lado. Entonces si las personas sienten eso, ¿Por qué hay quienes abandonan a su perro? Se dice que el perro es el mejor amigo del hombre, pero al parecer el hombre es el peor enemigo de estos animales, pues no hay ese afecto en todos los que tienen una gran compañía como ésta en casa.

La falta de cultura del cuidado y el significado de tener una mascota en casa distorsiona e impide la formación del vínculo afectuoso, ya que la mayoría de las personas tienden a maltratar a sus canes porque aparentemente no se portan bien, simplemente por el hecho de no hacen lo que los dueños quieren, se basan en los golpes y eso totalmente rompe con el vínculo afectuoso.

Cada persona es diferente al igual que los perros, cada raza tiene aspectos que los caracterizan no sólo físicas sino en la conducta, esto puede provocar que los dueños se sientan frustrados en no poder formar un lazo de amistad entre sus canes por el hecho de no sentirse identificados con ellos, esto es un problema ya que no se toma en cuenta la mayoría de las veces que perro nos conviene más de acuerdo a nuestras necesidades y por supuesto que le podemos ofrecer para que el este bien.

Por ejemplo si una persona que vive en un departamento y trabaja casi todo el día por lo que no se encuentra en casa, y quiere tener un perro San Bernardo porque le gusta la raza y los perros grandes. Ahí ya se tiene varios problemas identificados, uno es el hecho de que el departamento no es apropiado para el tamaño de esta raza, probablemente comerá de acuerdo a su tamaño y por supuesto querrá salir y jugar pero como el dueño no está en casa, la ansiedad del perro lo llevará a hacer travesuras

que no le serán gratas a su dueño y el cansado de lidiar con estas circunstancias lo lleve a tomar la decisión de deshacerse del perro.

Para ello es necesario tener en cuenta la mejor elección del perro que más conviene y tener muy en cuenta que la compañía de estos animales es para la vida y no sólo por un rato para entretener.

#### 2.4.1.\_ La elección del perro.

“Estamos solos, completamente solos en este planeta que nos tocó al azar; y, entre todas las formas de vida que nos rodean, ninguna excepto el perro ha establecido una alianza con nosotros.” (Maurice Maerterlink, dramaturgo y poeta belga)

Con demasiada frecuencia se elige al perro con poca previsión y, cuando no cumple las expectativas del dueño, las consecuencias son desgarradoras. La clave del éxito en la relación entre la mascota y el dueño es, antes que nada, hacer una elección correcta.

Antes de asumir la responsabilidad de tener un perro, es necesario que toda la familia este de acuerdo y desee un nuevo miembro con ellos.

Deberán tener en cuenta que el tiempo será muy necesario para poder brindarle una buena calidad de vida a su can, ya que el animal necesita cuidados como alimentarlos, ejercitarlos, adiestrarlos y atender su limpieza.

Una parte fundamental antes de tomar la decisión de tener un perro en casa, es comprobar que nadie de la familia sea alérgico a los perros. La gente se desprende de demasiados perros cada año por culpa de una alergia que no se previó.

Las personas se dejan llevar por su gusto en las razas de los perros y los adquieren; no obstante no se informan de las características que cada can puede tener dependiendo su conducta descendiente de su raza.

Otro factor importante que se debe tener en cuenta en adquirir una mascota, es el decidir si se quiere un cachorro o un perro adulto. Un cachorro tiende a ser destructivos cuando están aburridos, por lo que necesitas los cuidados y la supervisión de alguien que tenga el tiempo y la paciencia para poder adaptar al perro y educarlo de acuerdo a las necesidades de cada individuo.

En cambio un perro adulto es perfecto para las personas que trabajan la mayor parte del tiempo fuera de casa, los perros maduros a menudo saben entretenerse mejor y conocen varias órdenes básicas de obediencia.

En cuanto a que tipo de raza es el más conveniente de acuerdo a lo que buscan las personas, pueden ser de raza pura, ya que existe una gran variedad que han sido criados selectivamente durante generaciones y se ha llevado un registro y estudio de sus antepasados.

Cuando se busca un perro de raza es necesario pedir un consejo de expertos, ya sean con los criadores o veterinarios para saber más de ellos. Sin embargo, las razas mixtas o mestizos tienen un encanto particular, los cruces de razas son híbridos estupendos, maravillosos y cariñosos que no les piden nada a los de raza pura.

Existe una discriminación hacia ellos y la mayoría no son aceptados por ser mestizos, un número desproporcionados tienden a acabar en albergues.

Lo que es un hecho es que independientemente sean de raza puro o mestizos, una vez que se haya elegido al perro, lo que va a marcar el comportamiento de los perros va a depender de la crianza que se les dé ya sea desde cachorros o lo que se les enseñe a pesar de que sean adultos.

Por este motivo es importante tener en claro que consiste una buena comunicación y que se tenga presente que conocer a los perros y la manera en que ellos se comunican genera un vínculo que le permitirá al dueño conocer las necesidades de su can y así para poder generar un lazo afectivo.

#### 2.4.2.\_ Comunicación canina

“Disfrutar plenamente de un perro no consiste sólo en adiestrarlo para que sea semihumano. Lo importante es abrirse a la posibilidad de ser parcialmente perro.” (Edward Hoagland, escritor norteamericano)

De acuerdo con Paul McGreevy, los primeros meses de vida son cruciales para el desarrollo de la personalidad, confianza y habilidades del cachorro. La infancia es el período en que tu perro es inmaduro física, mental y emocionalmente.

Del nacimiento a las 6 semanas, los cachorros necesitan el cariño y cuidados de su madre y la compañía de su camada.

Posteriormente de 7 a 8 semanas es la edad ideal para que un cachorro vaya a su nuevo hogar, y es necesario es aplicar las vacunas para que el perro crezca saludable. Este es el periodo crítico para la socialización humana, la cual no se volverá a dar así que es indispensable no dejarla pasar.

Una vez que el cachorro sea llevado a casa, dependerá totalmente de los cuidados de su dueño para satisfacer sus necesidades físicas y emocionales. En esta etapa es fundamental que los cachorros comiencen a socializar y se vayan acostumbrando a las personas. El cachorro necesita exponerse al mundo exterior para aprender a vivir feliz con todo lo que sucede a su alrededor.

La importancia de la socialización desde cachorro facilita la comunicación entre sus dueños, sin embargo; los perros adultos también se comunican y el problema surge porque la mayoría de las personas no conocen como los canes expresan lo que sienten, quieren, a través de su cuerpo, cara y sonidos.

Algunas señales caninas son casi universales y significan casi lo mismo cuando el perro se comunica con una persona o con otro perro, lo primordial es observar al perro, estar atentos al modo en que cambian las posturas del can, el modo en que mueven las orejas, los ojos, las cejas, los labios, el hocico, la boca, la cola y el pelaje. Examinar el modo en que cambia su lenguaje corporal dependiendo de las circunstancias, se podrá interpretar cómo se expresa cuando está feliz, triste, enojado, con miedo, ansioso, inseguro, con dolor, se siente enfermo, estresado, orgulloso de sí mismo, soñoliento, etc.

Los perros reconocen algunas palabras y gestos, aunque la mayoría de las conductas humanas y sus formas de comunicarse les resulta extrañas.

La mayoría de los problemas de convivencia que aparecen entre el perro y el ser humano se debe a conflictos de tipo social entre ambas especies, muchas veces los conflictos se deben a una interpretación errónea de aquello que el perro está tratando de comunicar. Una de las características fundamentales que permiten definir al perro como especie animal es aquella que hace referencia a su estructura social.

Para comunicarse con sus semejantes el perro utiliza tres de sus sentidos: la visión, el olfato y la audición. Mediante dichos canales sensoriales, el perro es capaz de mostrar sus intenciones a la vez que percatarse de las intenciones del resto de sus compañeros.

“Los fenómenos de comunicación permiten que la conducta de un individuo (el emisor) pueda modificar el comportamiento de otro individuo (el receptor) y viceversa. Entender los distintos tipos de lenguaje del perro, tendrá la posibilidad, de influir en su conducta de una forma correcta y natural.”<sup>70</sup>

El hombre ha sentido la necesidad de saber qué es lo que siente su perro que en la actualidad la gente se ha involucrado mucho en encontrar la manera con la ayuda tecnológica de lograrlo, que “un equipo de inventores nórdicos han desarrollado un aparato que traduce los pensamientos de los perros en palabras. Según explican los creadores, para llevar a cabo este proyecto se ha usado la última tecnología en microinformática y electroencefalografía, sistemas que permiten analizar los patrones de pensamiento de los animales. Se trata de una especie de cascos que utilizan las más avanzadas técnicas para captar lo que el perro quiere decir. Este aparato transporta los pensamientos como un enjambre de señales eléctricas a través de sensores de encefalogramas capaces de descifrar esta actividad. Luego una interfaz computadorizada los convierte en palabras, que 'salen' por un altavoz acoplado al aparato.”<sup>71</sup>

La comunicación entre los perros ha generado un gran interés para los humanos, en el caso de México elementos de la Brigada de Vigilancia Animal recibieron un curso de comunicación canina para mejorar sus habilidades al acercarse a perros en situaciones vulnerables o de maltrato. El curso que se impartió en Julio del 2014 por la Asociación Civil Koncientizando Por Un Mundo Mejor, busca “evitar conflictos que generalmente se deben a una interpretación errónea de aquello que el

---

<sup>70</sup> <http://www.adiestradorcanino.com/webdelperro/la-comunicacion-en-el-perro/75> 18 octubre 2014 21:28hrs.

<sup>71</sup> [http://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2014/01/22/los\\_perros\\_pueden\\_hablar\\_266731\\_310.html](http://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2014/01/22/los_perros_pueden_hablar_266731_310.html) 18 octubre 2014, 3:20 am



perro está tratando de comunicar y puedan a su vez transmitir este mensaje y conocimiento a la sociedad.”<sup>72</sup>

Leticia Varela, directora de Prevención del Delito de la Policía capitalina, señaló que este curso lleva por nombre Comunicación Canina: Aprendiendo Idioma Perro.

"Con esto se pretende capacitar y mejorar la interacción de los elementos de la Brigada con los animales rescatados y así puedan conocer las características fundamentales mediante el lenguaje corporal del animal", explicó Varela.<sup>73</sup>

En los primeros seis meses de este año la Brigada de Vigilancia Animal ha atendido mil 962 denuncias relacionadas con maltrato, abandono, o perros atrapados. Y es así como, la falta de cultura y de falta del vínculo afectuoso que se fortalece por medio de la comunicación deriva estos lamentables hechos, causando maltratos físicos y emocionales en los canes que día a día sufren maltratos de todo tipo.

## 2.5.\_ Maltrato en los perros

"Cualquiera que esté acostumbrado a menospreciar la vida de cualquier ser viviente está en peligro de menospreciar también la vida humana."Albert Schweitzer, premio Nobel de la Paz 1952.

En la actualidad las sociedades están pasando una ola de violencia, crueldad que amenaza a la humanidad y que eso refleja el sentirse superior de las personas y desquita sus frustraciones con los más indefensos, los perros. Por desgracia la especie humana posee cierta

---

<sup>72</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2014/brigada-animal-ensenia-a-comunicarse-con-animales-1024576.html> 19 octubre 2014, 12:50 hrs.

<sup>73</sup> Idem

soberbia intelectual que genera superioridad y cree que puede lastimar a quién no puede defenderse.

“Cada hora una persona denuncia maltrato o abandono de un animal en la capital. Tan sólo en cuatro meses, el Consejo Ciudadano de la Ciudad de México atendió tres mil 400 llamadas en su Línea de Maltrato Animal. Las delegaciones con mayor cantidad de denuncias fueron Iztapalapa, Cuauhtémoc y Gustavo A. Madero, principalmente las colonias Ejército de Oriente, Centro y Gertrudis Sánchez.”<sup>74</sup>

El maltrato hacia los perros no sólo son los golpes por parte de la gente, sino también los daños que pueden generarle ciertas acciones, como el abandono, el encierro, no alimentarlo y uno de gran preocupación son las peleas clandestinas. En julio del 2014 los reportes de peleas de perros han aumentado las asociaciones civiles como Amigos Pro Animal, afirma que “es uno de los delitos más graves que está estipulado en la Ley de Protección Animal y el Reglamento, sin embargo Seguridad Pública ha dado la espalda por años a este grave problema social.”<sup>75</sup>

Ana Zavala, presidenta de Amigos Pro Animal señaló que hasta el momento las autoridades no han tomado cartas en el asunto para responsabilizar a los culpables, dijo también que a pesar que se han hecho miles de denuncias ante la Procuraduría Estatal de Protección al Ambiente y Servicios Públicos, no ha habido nadie que tome la responsabilidad de investigar para atrapar a los culpables, señaló que se han hecho llamadas al 060 y 080 en los momentos donde se efectúan las peleas de perros pero nunca llega equipo policial a atender la denuncia.<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup> <http://www.nuestro.mx/vida-y-estilo/mascotas/danan-o-abandonan-a-su-mascota/> 19 de octubre 2014 14:35 hrs.

<sup>75</sup> <http://www.lja.mx/2014/07/se-cree-que-mexico-permite-las-peleas-de-perros-por-no-considerarse-delito-federal/> 19 octubre 2014, 15:57 hrs.

<sup>76</sup> Idem

La brutalidad con la que preparan a los perros para sus combates es en verdad indignante que no se castigue pues el sufrimiento al que son sometidos es perturbador.

Los practicantes de las peleas aseguran que es un deporte, cosa que no presenta nada parecido a alguna actividad deportiva. La crueldad en la que basan el supuesto entrenamiento consiste en debilitar emocionalmente al perro desde su temprana edad que va de los tres meses de edad.

Se elige a las razas que puedan aguantar supuestamente el dolor, para comenzar la preparación psicológica en los perros son golpeados bestial que permita enloquecer al animal, los vuelven adictos a esteroides y drogas para alterar su comportamiento, se les encierra sin comida y agua por largos lapsos, además de aplicar electricidad en los genitales para desarrollar su agresividad.

En la parte física son colgados durante horas para fortalecer su dentadura, los hacen cargar mucho peso para desarrollar su fuerza y los obligan a correr por horas para desarrollar su condición física y los hacen pelear con perros más grandes para que aprendan a sufrir.

Un ejemplo de ello es el reportaje “Peleas de perros”, que aborda las peleas clandestinas se observa que ganen o pierdan están condenados a morir ya sea durante el combate o posteriormente por las heridas ocasionadas, finalmente cuando ya no sirven para pelear son abandonados en las calles, sufriendo de la soledad y de los daños que ya le han generados.<sup>77</sup>

Sin embargo, en casa también se ha generado una tendencia de maltrato hacia los perros, se ha visto a través de las redes sociales por ejemplo Facebook cómo en diferentes partes del mundo las personas suben fotos del maltrato que en este caso son videos de como golpean a los

---

<sup>77</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=L320XY34pQA> 19 de octubre 2014, 16:59 hrs.

indefensos animales, lo que ha ocasionado que los mismos usuarios se unan para demandar a los agresores.

Leticia Varela, directora de Prevención del Delito, “exhortó a la ciudadanía a identificar y denunciar a quienes maltraten a los perros y lo exhiban públicamente.”<sup>78</sup>

“Es fundamental que la gente sepa que estos señalamientos pueden hacerlos al Centro de Atención del Secretario de Seguridad Pública de forma anónima para evitar represalias y con ello nosotros procedemos a verificar”<sup>79</sup>

De acuerdo a la Brigada de Vigilancia Animal (BVA), que desde el inicio del 2014 ha aumentado las llamadas de denuncia de maltrato animal en comparación del 2013 que atendían como máximo 10 llamadas al día, en la actualidad reciben 17 llamadas diarias para denunciar maltratos, sobre todos agresiones hacia perros que aumenta considerablemente.<sup>80</sup>

En los primeros seis meses del 2014, los brigadistas atendieron 3 mil 175 denuncias, de las cuales mil 156 animales fueron atendidos por ser golpeados o maltratados por sus dueños. Varela señaló que en este

tiempo 13 personas se remitieron al juzgado cívico, mencionó que el Distrito federal protege legalmente a los animales y castiga su maltrato, por ello el secretario Jesús Rodríguez Almeida, ha dado la instrucción de redoblar los operativos y fomentar la denuncia.<sup>81</sup>

Estadísticas de la organización Milagros Caninos muestra que 100% de los perros que han albergado, que van de 2 mil a 3 mil del 2004 a la actualidad, han sido maltratados, torturados, violados.<sup>82</sup>

---

<sup>78</sup> <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/08/11/975660> 21 de octubre 2014, 23:50 hrs.

<sup>79</sup> [http://www.milenio.com/df/maltrato\\_animal-denuncia\\_de\\_maltrato\\_animal\\_0\\_256774602.html](http://www.milenio.com/df/maltrato_animal-denuncia_de_maltrato_animal_0_256774602.html) 23 octubre 2014, 22:32 hrs.

<sup>80</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2014/bva-atende-17-denuncias-diarias-de-maltrato-animal-en-el-df-1023036.html> 23 de octubre 2014, 22:53 hrs.

<sup>81</sup> Idem

<sup>82</sup> <http://www.milagroscaninos.org/> 23 de octubre 2014, 23:22 hrs.

En el Distrito Federal se ha ya establecido la Ley de Protección de Animales, misma que fue publicada el 30 de enero de 2013, fija diversas sanciones que pueden ir de seis meses hasta dos años de prisión, dependiendo de la falta; sin embargo, a pesar de ya contar con un año en marcha fue hasta julio de 2014 que se presentó el primer caso de un hombre que fue encarcelado por infringir dicha ley, cuando dejó encerrado a un perro en un vehículo, hecho que fue denunciado en redes sociales.

El individuo hombre fue llevado al Centro de Sanciones Administrativas “El Torito” para cumplir el arresto de 25 horas que le impuso la juez por infringir el artículo 24, fracción IV de la ley, “todo hecho, acto u omisión que pueda ocasionar dolor, sufrimiento, poner en peligro la vida del animal o que afecten su bienestar”<sup>83</sup>

Sin embargo, es triste que en México apenas comience el castigo hacia el maltrato a los perros, y en el caso del D.F. sólo este penado con un arresto de 25 horas, mientras que en otros países como Estados Unidos el FBI ha calificado el maltrato animal como delito grave. La policía federal dijo “que incluirá la crueldad hacia los animales en el grupo A de delitos graves y con un rótulo propio, como el homicidio, el incendio intencional y el asalto”<sup>84</sup>

"Un asesino comienza matando y torturando animales cuando es menor de edad" asegura Robert K. Ressler, quien desarrolló algunos de los perfiles de asesinos en serie para el FBI. Los estudios realizados han convencido a los sociólogos, legisladores y a las cortes de que los actos de crueldad hacia los animales merecen su atención. Estos pueden ser la primera alerta de una patología violenta que incluirá víctimas humanas.

El FBI determinó que el maltrato a los animales es una característica común en violadores y asesinos y los procedimientos de diagnóstico y

---

<sup>83</sup> <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/07/09/969797> 23 de octubre 2014, 23:44 hrs.

<sup>84</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/2014/fbi-califica-crueldad-a-animales-como-delito-grave-1042600.html> 24 de octubre 24:00 hrs.

tratamiento de psiquiatría enlistan esta práctica dentro de desórdenes de la conducta.”<sup>85</sup>

El abuso sobre los animales no es solo una conducta cruel y lamentable sino que deja, además, importantes secuelas en el perro que lo sufre. En casos de maltratos, la mascota precisa una reeducación específica que le ayude a confiar en su nuevo dueño y que le proporcione la serenidad y la calidad de vida que todo perro merece. La paciencia y las repetidas demostraciones de cariño serán clave para ayudar a la mascota maltratada a que confíe en su nueva familia.

“Un perro que ha sufrido maltrato físico o psicológico puede padecer importantes trastornos en su comportamiento. La desconfianza hacia las personas o hacia otros perros, la tristeza, los síntomas de depresión e incluso determinados comportamientos agresivos pueden explicarse como consecuencia del maltrato sufrido.”<sup>86</sup>

Se debe tener en cuenta que los golpes no son la única manera en que se maltrata a los canes, el abandono, el no darle de comer, no vacunarlos, no brindarles tiempo y dedicación, no darles un espacio en la casa para ellos, son también un acto de crueldad.

En la actualidad existe un aumento de personas y asociaciones civiles que se unen para ayudar perros maltratados, en situaciones críticas para brindarles el apoyo y poder encontrar un nuevo hogar a través de la adopción y brindarles una vida digna y detener los actos salvajes que sufren.

---

<sup>85</sup> <http://www.gepda.org/esp/estudios/abuso.htm> 24 de octubre 24:00hrs.

<sup>86</sup> Entrevista con Daniela Camino de comunicación Interespecies. Lunes 20 de octubre 2014

## 2.6.\_ Adopción canina, el perro mestizo

“En la ciudad de México, donde resulta más peligroso defender a un animal que asesinarlo, y donde se necesita más valor para protegerlo que para maltratarlo” comenta Olivia Ruíz de la asociación civil, el arca de Noé.

Cada uno de los perros que han sido maltratados o que no tiene un hogar, tienen derecho a tener una vida feliz, es por eso que las personas amantes de estos animales han generado asociaciones civiles que permitan ayudar a los canes y brindarles un apoyo para darlos en adopción.

Es importante que las personas comiencen a tomar conciencia del gran beneficio de la adopción canina, ya que a través de ésta noble causa, miles de perros que viven en la calle podrían tener un hogar y disminuir la vida cruel que sufren los indefensos animales.

Es necesario que la sociedad entienda que las razas de no hacen a un perro mejor que otro, a lo largo de los años los perros mestizos han sido llamados de muchas maneras diferentes; como por ejemplo perros no de raza, cruzados o simplemente chuchos. A pesar de ser tan distintos entre sí, todos comparten un rasgo característico, nunca han sido criados por un propósito único y tienen menos probabilidades de sufrir algunos problemas hereditarios, tales como la ceguera, enfermedades cardíacas y displasia coxal, enfermedades que sí que se presentan con bastante frecuencia en determinados perros de pura raza.

Los perros mestizos tienen unas cualidades que lo hacen único, exclusivo, original e irreplicable, puede proporcionar las satisfacciones a su propietario que el perro con mejor pedigrí. Son amables y cariñosos, tiene una gran capacidad de afecto y si vienen de algún refugio, esta capacidad se multiplica por las ansias de ser querido.

Muchas asociaciones están en lucha por crear una cultura de adopción, del cuidado de los perros, pero sobre todo del respeto hacia la vida de estos seres vivos que sienten y no merecen sufrir por culpa de algunos integrantes de la sociedad, incultos, desinformados e ignorantes, es por eso que hace falta un dar difusión que ayude a informar y crear una conciencia a la sociedad y apreciar la vida de los canes y aprender a conocerlos y comunicarse con ellos, pero sobretodo orientarlos para ser unos dueños responsables, para ello en el siguiente capítulo se propone un formato televisivo para la calidad de la vida canina donde se de toda la información necesaria para darle una mejor atención a los perro y que los dueños se involucre más con ellos y sepan todo lo que requieren para que su amigo este sano.



### **CAPÍTULO 3.\_ “PROPUESTA PARA UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PARA LA CALIDAD DE LA VIDA CANINA”**

En México existen varios programas de televisión, tales como telenovelas, programas de concurso, reality show, talk show, pero no existe alguno que permita a la sociedad informarse y conocer lo maravilloso que puede llegar a ser tener un perro en casa. Falta un programa cuyos contenidos permitan conocer cómo ser un buen dueño, cómo darle calidad a la vida de los canes y sobretodo las responsabilidades que se adquieren al integrar a un perro a la familia.

La presencia de un programa referente a la vida canina ayudaría a los individuos a conocer las necesidades de su mascota y aprender a comunicarse con ellas, por medio de la información, diversión y de lo novedoso de éste programa, las personas entenderían lo inteligentes que son los canes, que brindan un amor incondicional y que lo mínimo como dueños es saber respetarlos.

#### **3.1.\_ Mundo Canino**

Mundo Canino, es una propuesta para un programa de televisión para la calidad de la vida canina, cuya finalidad es proporcionar toda la información necesaria del cuidado y respeto que merecen éstos animales. A través de sus contenidos informativos, divertidos y novedosos se pretende que las personas adquieran la cultura del cuidado y respeto a la vida de estos bellos animales.

Temas como las mejores opciones de alimentación, así como los alimentos dañinos para su organismo, tips de entrenamiento mediante la psicología que expertos hablarán de las misma, pasarelas de moda para los perros de acuerdo a la temporada e invitaciones al público a que presuma a su amigo peludo ya sea por hacer algún truco o algo que

quiera destacar de su mascota serán algunos de los contenidos del programa que divertirá y a su vez informará a la sociedad mexicana.

### 3.1.1.\_ Objetivo general

- Establecer un vínculo afectivo entre los dueños y sus mascotas, asimismo generar conciencia del respeto que merece el perro de la calle.

### Objetivos específicos

- Juntar a las familias para informar y entretener en compañía de sus perros y así poder crear un lazo afectivo.
- Ayudar a las personas a establecer unión, amistad, confianza y comunicación con sus mascotas.
- Dar a conocer los errores comunes que se comenten a la hora de educarlos como son los castigos o los golpes.
- Orientar a una mejor alimentación y dar información de qué alimentos son dañinos para su salud.
- Informar de la diversidad de razas que existen así como las características que cada una representa.
- Crear conciencia del abandono y la importancia de la adopción de los perros.

### 3.1.2.\_ Target

Mundo Canino es un programa familiar cuyo propósito es crear una cultura en el cuidado y respeto de los perros, el mensaje y sus contenidos divertidos reunirán a toda la familia a pasar un rato muy agradable.

Philip Kotler, en su libro "Dirección de Mercadotecnia", define el target o mercado meta a "la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar"<sup>87</sup>, según Kotler, el mercado disponible calificado es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta del mercado en particular.

El público de Mundo Canino, está dirigido a un nivel socioeconómico C+ de 16 a 45 que corresponde a la siguiente segmentación:

Demográfica: Hombres y mujeres que vivan en las ciudades de México, o estados no rurales.

Psicología: Personas amantes de los perros, o aquellos que deseen tener un nuevo amigo peludo en casa.

Psicosociales: Personas que respeten la vida de los perros, y tengan una cultura por el cuidado y bienestar de las vidas de los canes.

Estilo de vida: Personas que gusten de tener perros en casa como miembros de la familia, y los integren a sus actividades físicas y familiares. Personas que guste brindarles a sus perros una calidad de vida a sus canes y convivan con ellos a través del vínculo afectivo.

---

<sup>87</sup> **KOTLER**, Philip. Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación y implementación y control. Octava edición.

Además esta dirigido a las asociaciones que se dediquen al rescate y buscar hogares para perros callejeros o maltratados, tendrán beneficios con ayuda de los televidentes y la difusión de sus actividades.

### 3.1.4.\_ Televisa y el canal 2



## Misión y visión

### 1.2 Misión

Satisfacer las necesidades de entretenimiento e información de nuestras audiencias, cumpliendo a la vez con nuestras exigencias de rentabilidad a través de los más altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social.

Sabemos que nuestra existencia como empresa depende de ellos, por eso estamos comprometidos con:

- Nuestro público
- Nuestros clientes
- Nuestros accionistas
- Nuestros proveedores
- Nuestra comunidad laboral
- Nuestra sociedad

### 1.3 Visión

Ser la empresa líder de medios de habla hispana en el mundo

<http://www.televisa.com/quienes/>



“Somos el canal que mejor sabe traducir las necesidades de su audiencia en una programación atractiva y siempre al día. Los diferentes segmentos saben que en nuestra propuesta van a encontrar diversión, información privilegiada, entretenimiento y drama, contenidos que se conjugan entre sí para captar niveles privilegiados de audiencia, siempre en lo más alto de todas las estadísticas.”<sup>88</sup>

“Es el canal familiar de Televisa, promueve los valores, las tradiciones y el respeto. Es líder en la televisión.”<sup>89</sup>

Cobertura a nivel nacional \_ 75.26%

Partiendo de que Mundo Canino está basado en formato familiar, y haciendo una revisión de los contenidos que ofrecen los demás canales de la empresa en televisión abierta, canal 2 es el más apropiado para su transmisión al promover los valores y el respeto. Además que en el horario matutino de los domingos se adecua al proyecto.

---

<sup>88</sup> <http://televisatvdepaga.com/canales/canal-de-las-estrellas-cobertura-segmentada/> 8/09/2015

<sup>89</sup> <http://www.televisa.com/canal-de-las-estrellas/>

Tabla de programación televisión abierta de Televisa  
Domingos de 10 am a 11:30 am

<	10:00	10:30	11:00	11:30	>
<b>Canal de las Estrellas</b>					
El Chapulín Colorado			Más Deporte		
<b>Foro TV</b>					
Agenda Pública en los Libros			Agenda Pública en los Medios		
<b>Canal 5</b>					
Bob Esponja					
<b>Gala TV</b>					
Infomax		Infomax		Inova	Cuide su Salud

### 3.1.5.\_ Formato de Mundo Canino

Mundo Canino será un programa unitario, cuyo propósito sea informativo y transmitir el respeto hacia los perros, se incluirán a especialistas con conocimientos referentes a los canes. Dinámico y entretenido, que se transmitirá los domingos a las 10:00 de la mañana.

“No debe haber en materia televisiva un término más expuesto a equívocos e imprecisiones que el unitario, para mí el término unitario es un programa que dura un sólo capítulo, comienza, se desarrolla y se resuelve en ese episodio.”<sup>90</sup>

### 3.1.6.\_ Tono del programa

- Amigable pero seguro a la hora de argumentar la importancia del cuidado y del cariño que se debe brindar a las mascotas.
- Dulce y cariñoso cuando se hable de los perros en cuestión de temas
- Nostálgico cuando se hable de los perros en situaciones degradables y de los rescates realizados
- Divertido al hacer dinámicas con los perros y presentar las diversas secciones.

El tono del programa esta basado de manera fundamental en lo emocional, ya que serán indispensables para lograr crear conciencia y cultura en la sociedad para lograr un cambio y generar actitudes positivas en el cuidado y respeto de los perros. A través de las emociones y la información, se cumplirán los objetivos del programa.

### 3.1.7.\_ Duración

Se presentará una primera temporada con 13 episodios que se transmitirá a partir del domingo 3 de enero al 27 de marzo del 2016, con una duración de 30 minutos.

Programa Domingos 10 am

---

<sup>90</sup> Definición dada por el productor ejecutivo de Televisa, Gabriel Vázquez Bulman. 2015

Se divide en 3 bloques:

Bloque 1 8:20 min

Bloque 2 6 min

Bloque 3 7:40 min

Tiempo efectivo 22 minutos

### 3.2.\_ Contenidos del programa

Mundo Canino tendrá varias secciones en donde el público se informará acerca del cuidado de sus peludos amigos, obtendrán consejos y a su vez se divertirán con los entretenidos contenidos que éste innovador programa propone. Se tratarán diferentes temas referentes a los perros como por ejemplo:

- Informar a los televidentes a establecer un excelente vínculo con sus mascotas y obtener así la confianza de las mismas.
- Informar las diferentes tipos de razas que existen y sus características
- Resaltar la importancia de la adopción, así como reconocer el esfuerzo y trabajo de las diferentes asociaciones que día a día están brindando ayuda y hogares temporales a los perros callejeros o rescatados por maltrato y presentar casos de gente que hayan adoptado y cuenten su experiencia.

Toda los temas de información mencionados serán organizados en secciones para tener un ritmo en el programa y sobretodo estructurar la información que capte la atención del televidente.



A continuación se detallan las secciones que conforman Mundo Canino.

### 3.2.1.\_ Razas

Con tantas razas que elegir, Mundo Canino presenta las necesidades, cualidades de cada una de las diversas razas que existen para que el público tenga mayor información si desea adquirir un nuevo miembro de la familia, o simplemente por el gusto de conocer las cualidades de los diversos peludos.

Cabe mencionar que en ésta sección no se hará a un lado a los perros mestizos, pues también se hablará de las ventajas de tener un can que no es de raza pura y sensibilizar al público a la adopción.

### 3.2.2\_ Nutrición

Los perros necesitan ciertos nutrientes para crecer, curarse y mantener el funcionamiento del sistema inmunitario.

En esta sección se explicará los requisitos nutricionales de cada perro de acuerdo a su raza, y se harán énfasis a los seis nutrientes básicos que todos los canes necesitan; agua limpia, proteínas hidratos de carbono, minerales, grasas y vitaminas.

Esta sección tendrá un toque especial ya que se presentarán cápsulas de lugares dónde preparen comida para perros, ya sean pasteles, galletas o lo que pueda consentir a los canes fuera de su comida básica.

### 3.2.3.\_ Vámonos de pata de perro

Cada semana se hará una locación diferente, mostrando lugares adecuados para una buena convivencia. Serán lugares donde la gente pueda pasar un rato agradable con su perro, ya sean parques, o espacios dedicados especialmente a los canes.

### 3.2.4\_ Comunicación Canina

En esta sección estarán presentes especialistas que ayuden a entender el comportamiento de los perros y ayuden a su vez al dueño a comprenderlos y poder crear un vínculo amistoso que les permita a ambos tener una excelente relación de amistad.

Los especialistas invitados serán veterinarios, expertos en comunicación canina, etólogos entre otros.

### 3.2.5\_ La estrella de tu perro

Se invitará a los televidentes que envíen sus videos de sus perros haciendo algo gracioso o algo que les gustaría compartir con el público. Los videos serán presentados en shots de 30 a 40 segundos dentro del contenido.

Además se agregarán cortinillas de 30 segundo con información curiosa, entrará con un Sabías qué...?

### 3.2.6\_ Adopta un perro

Esta sección pretende sensibilizar al público para tomar en cuenta la adopción de perros, cada semana se invitará a una asociación diferente para ayudarles con la difusión de sus canes en adopción, estarán los canes presentes y se dará información del sufrimiento y maltrato que viven

los perros en las calles o en las perreras con el fin de motivar a la gente a que adopte y no compre, destacando las ventajas de la adopción. Además se brindará un espacio para ayudar a encontrar perros perdidos y puedan regresar a casa.

### 3.3.\_ Conducción

Para la conducción del programa se requiere de una persona amante de los perros, fresca y que transmita toda su energía positiva a la audiencia. Se necesita una mujer entre 25 a 30 años, divertida y dinámica, con credibilidad y que siempre este mostrando el interés y cariño a los canes. Que cuente con un tono amable la información, con apariencia noble y tierna.

Para darle más empatía la conductora debe tener un perro y la acompañe a las grabaciones, esto para darle un poco más de sensibilidad al programa.

Con base a las características antes mencionadas, se propone como dos opciones a Laura G y Nuria Gil, ambas elenco de televisa.

Laura G



Nuria Gil



### 3.4.\_ Patrocinios y Plan Comercial

Para Mundo Canino es fundamental tener una responsabilidad social que permita ayudar a través de la información y difusión el respeto y cuidado hacia la vida de los perros, por ello es indispensable que la publicidad y patrocinios correspondan a esta misma misión.

Evidentemente las marcas que participen dentro del contenido del programa tienen que estar enfocadas en el bienestar de la vida canina, ya sea en alimentación, cuidado de la higiene y salud principalmente.

Marcas participantes

Golden Dog / presenta sección Razas

Empresa de productos de excelencia para mascotas, fabrican la línea de productos de la más alta calidad, reconociendo la importancia de

satisfacer sus necesidades y las de sus dueños, asumiendo un compromiso de ayuda a la ecología mexicana.



Dog Chow / Mención un minuto

Durante más de 75 años, Dog Chow ha estado ayudando a los dueños de mascotas a asegurar que sus adorables perros disfruten de una vida más larga, saludable y feliz. De hecho, Purina tiene más experiencia en desarrollar alimentos nutritivos de calidad que cualquier otra compañía del mundo.

Donativo también en especie para las asociaciones con perros rescatados.



## Canal 2 (XEW-TV)

HORARIO	LUNES A VIERNES			
	1er. TRIMESTRE	2do. TRIMESTRE	3er. TRIMESTRE	4to. TRIMESTRE
06:00 a 07:00	127,812	147,030	147,030	161,732
07:00 a 08:00	184,907	212,708	212,708	233,979
08:00 a 09:00	200,954	231,180	231,180	254,298
09:00 a 10:00	204,312	235,099	235,099	258,609
10:00 a 11:00	172,965	199,088	199,088	218,997
11:00 a 12:00	152,440	175,391	175,391	192,931
12:00 a 13:00	205,432	236,404	236,404	260,046
13:00 a 14:00	204,312	235,099	235,099	258,609
14:00 a 15:00	232,672	267,752	267,752	294,526
15:00 a 16:00	291,075	334,736	334,736	368,210
16:00 a 17:00	485,124	557,893	557,893	613,682
17:00 a 18:00	506,768	582,896	582,896	641,186
18:00 a 19:00	415,714	478,223	478,223	526,043
19:00 a 20:00	586,067	674,137	674,137	741,550
20:00 a 21:00	937,224	1,077,908	1,077,908	1,185,700
21:00 a 22:00	1,236,508	1,422,160	1,422,160	1,564,376
22:00 a 23:00	805,493	926,401	926,401	1,019,041
23:00 a 24:00	242,375	278,761	278,761	306,636
Not. Matutino	178,376	205,245	205,245	225,770
Not. Vespertino	296,299	340,893	340,893	374,981
Not. Nocturno	881,060	1,013,351	1,013,351	1,114,685
Not. TD	365,149	420,006	420,006	462,007

HORARIO	SABADO			
	1er. TRIMESTRE	2do. TRIMESTRE	3er. TRIMESTRE	4to. TRIMESTRE
06:00 a 07:00	46,087	53,177	53,177	58,495
07:00 a 08:00	95,533	109,900	109,900	120,890
08:00 a 09:00	110,646	127,252	127,252	139,976
09:00 a 10:00	201,139	231,366	231,366	254,504
10:00 a 11:00	201,699	232,114	232,114	255,324
11:00 a 12:00	184,347	212,148	212,148	233,363
12:00 a 13:00	127,252	146,472	146,472	161,118
13:00 a 14:00	99,265	114,190	114,190	125,609
14:00 a 15:00	145,912	167,928	167,928	184,720
15:00 a 16:00	166,995	192,184	192,184	211,402
16:00 a 17:00	204,872	235,659	235,659	259,225
17:00 a 18:00	222,598	255,996	255,996	281,596
18:00 a 19:00	240,697	276,895	276,895	304,582
19:00 a 20:00	272,229	313,091	313,091	344,400
20:00 a 21:00	270,923	311,599	311,599	342,759
21:00 a 22:00	339,775	390,899	390,899	429,989
22:00 a 23:00	322,608	371,120	371,120	408,232
23:00 a 24:00	250,587	288,277	288,277	317,103

HORARIO	DOMINGO			
	1er. TRIMESTRE	2do. TRIMESTRE	3er. TRIMESTRE	4to. TRIMESTRE
06:00 a 07:00	27,242	31,347	31,347	34,482
07:00 a 08:00	44,780	51,498	51,498	56,648
08:00 a 09:00	96,279	110,833	110,833	121,915
09:00 a 10:00	129,707	142,366	142,366	156,603
10:00 a 11:00	131,729	151,507	151,507	166,658
11:00 a 12:00	130,485	151,428	151,428	166,571
12:00 a 13:00	131,358	151,136	151,136	166,250
13:00 a 14:00	155,053	178,376	178,376	196,216
14:00 a 15:00	175,578	202,073	202,073	222,280
15:00 a 16:00	177,444	204,126	204,126	224,538
16:00 a 17:00	274,468	315,703	315,703	347,273
17:00 a 18:00	304,509	350,222	350,222	385,244
18:00 a 19:00	306,374	352,461	352,461	387,707
19:00 a 20:00	456,949	525,613	525,613	578,174
20:00 a 21:00	539,235	620,213	620,213	682,233
21:00 a 22:00	707,535	813,703	813,703	895,073
22:00 a 23:00	470,758	541,474	541,474	595,620
23:00 a 24:00	213,082	245,175	245,175	269,691
Más Deporte	178,376	205,245	205,245	225,770
Acción	399,296	459,190	459,190	505,109
La Jugada	493,336	567,409	567,409	624,150

\*Son tarifas para anuncios de 20".

\*Las tarifas están sujetas a ajustes de conformidad a las **VARIABLES** aplicables a las mismas.

\*Las tarifas de 30", 40", 60" ó según sea el caso, son calculadas de conformidad con las **VARIABLES**.

\*Las tarifas no incluyen I.V.A.

\*En el caso de que un programe abarque en su transmisión dos franjas horarias con diferentes tarifas, se aplicará la más alta.

\*Las bebidas alcohólicas de 20° G.L., o más sólo podrán anunciarse a partir de las 22:00 hrs.

\*Tarifas en Moneda Nacional

1er. Trimestre: Enero 1ro - Marzo 29  
 2do. Trimestre: Marzo 30 - Junio 28  
 3er. Trimestre: Junio 29 - Septiembre 27  
 4to. Trimestre: Septiembre 28 - Diciembre 31

En la tabla se muestra el trimestre y horario que ocuparía Mundo Canino, así mismo el costo de pautas publicitarias de 20'.

Es importante señalar que las marcas mencionadas, son sólo propuestas que pueden encajar perfectamente con el contenido del programa, sin embargo, es de necesario resaltar que conforme a las políticas de televisa, es el departamento de ventas quien se encarga de este proceso.

“Creamos historias que tienden un puente con las emociones de la audiencia. En todos los medios, formatos y plataformas, nuestra propuesta transmite y despierta sentimientos. La familia mexicana se reúne alrededor de nuestros contenidos, y se conmueve con ellos.

Resaltar las marcas a través de las emociones es la mejor manera de mantener la atención de los consumidores, de inspirar su preferencia y de generar fidelidad hacia una marca. Nuestros contenidos se han ganado un lugar en el corazón de la gente. Tal logro ha sido posible con creatividad y buenas historias, que dan como resultado un sentido de pertenencia, a la vez que reflejan y determinan estilos de vida y modos de consumo.”<sup>91</sup>

Es ventas la que a través de los contenidos de los programas, proporciona la información a los anunciantes, reciben las necesidades de los mismos y crean un plan de comercialización.

### 3.5\_ Escaleta y Guión

---

<sup>91</sup> [http://televisaventas.tv/quienes-somos/#.Ve-vPtJ\\_Oko](http://televisaventas.tv/quienes-somos/#.Ve-vPtJ_Oko) 11:53 pm 8/9/2015

AL AIRE: 03 Enero 2016			CORTES: 2		BLOQUES:3		DUR. 30 min/tiempo efectivo 22 min	
<b>BLOQUE 1</b>								
B	Horario	Tiempo	Elenco	Contenido	loc	Observaciones		
1	10:00:00	00:01:00	Conductora y Santiago	PRESENTACIÓN BIENVENIDA *****	Parque México	Paneo parque		
1	10:01:00	00:00:20		ENTRADA				
1	10:01:20	00:01:30	Conductora y Santiago	DESCRPCIÓN LOCACIÓN *****	Parque México			
1	10:02:50	00:04:00	Conductora y Santiago/ Especialista	ENTREVISTA ESPECIALISTA EN ENTRENAMIENTO CANINO *****	Parque México			
1	10:06:50	00:01:00		GOLDEN DOG PRESENTA RAZAS *****	VTR			
1	10:07:50	00:00:30		AYUDAME A REGRESAR A CASA *****	VTR	Fotos de 3 perros extraviados con teléfonos		
1	10:08:20	00:04:00	<b>CORTE 1</b>					
2	10:12:20		<b>BLOQUE 2</b>					
2	10:12:20	00:04:00	Conductora y Especialista	ENTREVISTA CON ESPECIALISTA EN NUTRICIÓN *****	Parque México			
2	10:16:20	00:00:30	Conductora	BUMPER ***** Avance adopción de perros	Parque México			
2	10:16:50	00:01:00	Conductora	MENCIÓN DOG CHOW *****	Parque México	Stand de productos Dog Chow		
2	10:17:50	00:00:30		AYUDAME A REGRESAR A CASA *****	VTR	Fotos de 3 perros extraviados con teléfonos		
2	10:18:20	00:04:00	<b>CORTE 2</b>					
3	10:22:20		<b>BLOQUE 3</b>					
3	10:22:20	00:00:20	<b>CORTINILLA 1/1 SABÍAS QUÉ...</b>					
3	10:22:40	00:01:00	Conductora	IMPORTANCIA DEL CUIDADO DE LA VIDA CANINA Y DE LA CONCIENCIA DE LA ADPCIÓN ***** Se hará énfasis de que los perros no son juguetes y necesitan cuidado, dedicación y tiempo	Parque México	Se manda a VTR de asociación		
3	10:23:40	00:04:00	VTR	CÁPSULA DE ASOCIACIÓN *****	VTR			
3	10:27:40	00:00:30	Conductora	VIDEOS LA ESTRELLA DE TU PERRO ***** Invita al público a enviar videos de sus perros al Mundo Canino	Parque México	Se manda a VTR		
3	10:28:10	00:01:00	VTR	LA ESTRELLA DE TU PERRO *****	VTR			
3	10:29:10	00:00:30	Conductora y Santiago	DESPEDIDA *****	Parque México			
3	10:29:40	00:00:20	<b>SALIDA</b>					
	10:30:00							



**GUIÓN LITERARIO**  
**MUNDO CANINO**  
**3 DE ENERO 2016**

**BLOQUE 1**

**10:00:00**

**1.- PRESENTACIÓN BIENVENIDA**

**BIENVENIDA**

**CONDUCTORA:** HOLA BIENVENIDOS AL PRIMER PROGRAMA “MUNDO CANINO”, ESTE ES UN PROYECTO ÚNICO EN MÉXICO, DEDICADO A GENTE QUE AMA A LOS PERROS Y HECHO POR PERSONAS QUE AMAMOS A LOS PERROS.

A TRAVÉS DE MUNDO CANINO CONOCEREMOS MEJOR A NUESTROS AMIGOS PELUDOS, CON LA AYUDA DE ESPECIALISTAS QUE NOS GUIARÁN Y NOS PROPORCIONARÁN TIPS E INFORMACIÓN PARA EL CUIDADO Y EL BIENESTAR DE ESTOS FABULOSOS COMPAÑEROS, ADEMÁS ESTAREMOS EN LUGARES DONDE PUEDES TENER UNA INCREIBLE CONVIVENCIA E INTERACCIÓN CON OTROS PERROS.

VAMOS A REFLEXIONAR Y TOMAREMOS CONCIENCIA ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE PERROS, VISITANDO DIFERENTES ASOCIACIONES QUE NOS HARÁN PENSAR EN ESTA OPCIÓN.

ASÍ QUE NO ESPEREMOS MÁS Y DEMOS INICIO A ESTE FANTÁSTICO MUNDO... MUNDO CANINO.

**10:01:00**

## **2.\_ ENTRADA**

**VTR**

**11:01:20**

## **3.\_ DESCRPCIÓN LOCACIÓ**

**CONDUCTORA:** ANTES QUE NADA QUIERO PRESENTARLES A MI QUERIDO COMPAÑERO Y AMIGO SANTIAGO, EL ES CIENTO POR CIENTO MESTIZO ES UNA CRUZA DE FRENCH CON COCKER Y ME ESTARÁ ACOMPAÑANDO EN ESTA BONITA AVENTURA LLAMADA MUNDO CANINO. (ESTO VA A DEPENDER DEL LA RAZA Y NOMBRE DEL PERRO DE LA CONDUCTORA)

EN ESTA OCASIÓN NOS ENCONTRAMOS EN EL MUY FAMOSO Y SIEMPRE BELLO, "PARQUE MEXICO" UBICADO EN LA CONDESA, ESTE LUGAR SE CARACTERIZA PORQUE MUCHAS PERSONAS VIENEN A PASEAR CON SUS PERRITOS SOBRE TODO EN DOMINGO. ES EL ÚNICO PARQUE EN EL DF QUE YA CUENTA CON UN ESPACIO DEDICADO EXCLUSIVAMENTE PARA LOS CANES, AQUÍ SE ENCUENTRAN BEBEDEROS Y UNAS ESPECIES DE PILETAS O CONTENEDORES DE AGUA DONDE NUESTROS AMIGOS PUEDEN PASAR UN EXCELENTE RATO DE DIVERSION.

SIN DUDA ES UN LUGAR DONDE TANTO USTEDES COMO SUS PELUDOS PODRÁN SOCIALIZAR Y PASAR UN RATO AGRADABLE, EL PARQUE MÉXICO SE HA CONVERTIDO EN EL LUGAR PREFERIDO PARA QUE CIENTOS DE PERROS DISFRUTEN DEL AMBIENTE. SIN EMBARGO, MUCHAS PERSONAS ME HAN COMENTADO QUE LES

ENCANTARÍA QUE SU PERRO FUERA UN POCO MÁS ENTENDIDO Y OBEDECIERA, Y PARA ESTO HAY ESPECIALISTAS EN ENTRENAMIENTO CANINO, Y UNO DE ELLOS ESTA PRECISAMENTE EN ESTE PARQUE, SU NOMBRE ES \_\_\_\_\_, VALLAMOS A PREGUNTARLE ALGUNOS TIPS PARA ENTENDER MEJOR SU COMPORTAMIENTO.

**10:02:50**

#### **4.\_ ENTREVISTA ESPECIALISTA EN ENTRENAMIENTO CANINO**

¿CÓMO SURGE LA MOTIVACIÓN PARA ENFOCARTE AL ENTRENAMIENTO CANINO?

¿CÓMO BENEFICIA UN ENTRENAMIENTO CANINO LA RELACIÓN ENTRE LOS DUEÑOS Y PERROS?

¿CUÁLES SON LAS REGLAS BASICAS PARA LOGRAR QUE NUESTRO PERRO TE OBEDEZCA?

¿ES VARIADO EL COMPOETAMIENTO DEPENDIENDO LA RAZA DEL PERRO?

MANDA A CÁPSULA RAZAS

**10:06:50**

#### **5.\_ VTR RAZAS COCKER PRESENTADO POR GOLDEN DOG**

**10:07:50**

#### **6.\_ AYUDAME A REGRESAR A CASA**

**10:08:20**

#### **CORTE 1**

## **BLOQUE 2**

**10:12:20**

**7.\_ ENTREVISTA CON ESPECIALISTA EN NUTRICIÓN**

**10:16:20**

**8.\_ BUMPER**

**CONDUCTORA:** VAMOS A IR A UNA BREVE PAUSA, PERO AL REGRESAR HABLAREMOS DE LA ADOPCIÓN CANINA, ASÍ QUE SI ESTAS EN BUSCA DE UN PERRITO ÉSTA ES UNA GRAN OPCIÓN PARA BRINDRALE HOGAR Y CARIÑO. CONTINUAMOS.

**10:16:50**

**9.\_ MENCIÓN DOG CHOW**

**10:17:50**

**11.\_ AYUDAME A REGRESAR A CASA**

**VTR**

**10:18:20**

**CORTE 2**

### **BLOQUE 3**

**10:22:20**

**12.\_ CORTINILLA 1/1 SABÍAS QUÉ...?**

**10:22:40**

**13.\_ IMPORTANCIA DEL CUIDADO DE LA VIDA CANINA Y DE LA  
CONCIENCIA DE LA ADPCIÓN**

**CONDUCTORA:** YA ESTAMOS DE VUELTA EN MUNDO CANINO, Y ME GUSTARÍA RESALTAR ALGO SUMAMENTE IMPORTANTE, Y ES QUE SE ACERCA EL DÍA DE REYES Y MUCHAS PERSONAS CONSIDERAN QUE UN BUEN REGALO PARA LOS NIÑOS SON LOS PERROS, SOBRETUDO CACHORROS Y QUIERO PEDIRLES QUE ANALICEN BIEN ANTES DE TOMAR ESA DECISION, YA QUE SON MUCHOS LOS CASOS EN QUE ESTOS INOCENTES TERMINAN EN LA CALLE SUFRIENDO TODO TIPO DE MALTRATO, POR LO QUE SI NO ESTAN SEGUROS NO COMENTAN ESTE ERROR, PERO SI AL CONTRARIO DESEAN TENER UN FIEL AMIGO PELUDO Y SERÁN UN DUEÑO RESPONSABLE, OPTEN POR LA ADOPCIÓN MILES DE PERROS ESTAN EN BUSCA DE UN HOGAR, Y PARA TENER MÁS INFORMACIÓN VAMOS A LA SIGUIENTE CÁPSULA.

**10:23:40**

**13.\_ CÁPSULA DE ASOCIACIÓN PRESENTADO POR DOG CHOW  
VTR**

**10:27:40**

**14.\_ VIDEOS LA ESTRELLA DE TU PERRO**

**CONDUCTORA:** ASÍ QUE YA LO SABEN OPTEN POR LA ADOPCIÓN, Y PASANDO A MÁS INFORMACIÓN, QUIERO INVITARLOS A QUE NOS ENVIEN AL CORREO QUE APARECE EN PANTALLA (MUNDOCANINO@TELEVISA.TV) VIDEOS SOBRE SUS PERRITOS HACIENDO ALGO DIVERTIDO O SIMPLEMENTE COMPARTENEMOS CUANTO LO QUIERES. PODRÁS VER LA ESTRELLA DE TU PERRO AQUÍ EN MUNDO CANINO, Y QUÉ LES PARECE SI VAMOS A VER ALGUNOS DE ESTOS DIVERTIDOS VIDEOS.

**10:28:10**

**15.\_ VTR LA ESTRELLA DE TU PERRO**

**10:29:10**

**15.\_ DESPEDIDA**

**CONDUCTORA:** HEMOS LLEGADO AL FINAL DEL PROGRAMA, PERO RECUEDEEN QUE TENEMOS MUCHO QUE APRENDER E INFORMARNOS ACERCA DEL MUNDO CANINO, Y ESTA AVENTURA APENAS COMIENZA, ASÍ QUE LOS ESPERO EL PRÓXIMO DOMINGO EN PUNTO DE LAS 11 DE LA MAÑANA PARA SEGUIR DESCUBRIENDO TODO LO RELACIONDO A ESTOS ENCANTADORES SERES Y ASÍ LOGRAR UNA MEJOR RELACIÓN CON NUESTROS AMIGOS Y RECURDEN QUE DEBEMOS RESPERTARLOS Y ESTAR AL PENDIENTE DE SUS CUIDADOS. ME DESPIDO PERO ANTES LES COMPARTO NUESTRAS REDES SOCIALES PARA QUE NOS DEJEN SUS COMENTARIOS O DUDAS QUE TENGAS... (APARECEN EN PANTALLA) ADIOS...

**10:29:40**

**SALIDA CORREN CRÉDITOS**

## PLAN DE GRABACIÓN

### “MUNDO CANINO”

LUNES 21 DE DICIEMBRE 2015

PRODUCCIÓN LLAMADO 8:00 AM TELEVISIA

FECHA GRABACION	FECHA AIRE	LLAMADO PRODUCCIÓN	LOCACIÓN	GRABACIÓN
LUNES 21 DE DICIEMBRE 2015	DOMINGO 3 DE ENERO 2016	8:00 AM MAQUILLAJE Y PEINADO FORO 2	PARQUE MEXICO. AV. MEXICO S/N, CUAUHTEMOC, COL	ENTREVISTA ESPECIALISTA ENTRENAMIENTO CANINO.
		9:00 AM SALIDA A LOCACION PUERTA 2	HIPODROMO CONDESA, MEXICO DF.	ENTREVISTA ESPECIALISTA NUTRICION.
		11:00 AM INICIO GRABACIÓN		BUMPER ADOPCION DE PERROS.
		14:00 PM FIN GRABACIÓN		IMPORTANCIA, CUIDADOS Y CONCIENCIA DE ADOPCION.
		<b>LLAMADO INVITADOS</b>		MANDAR A VIDEOS LA ESTRELLA DE TU PERRO.
		10:30 AM LOCACIÓN ESPECIALISTAS		DESPEDIDA
		14:00 PM FIN GRABACIÓN		

## PLAN DE GRABACIÓN

### “MUNDO CANINO”

MARTES 22 DE DICIEMBRE 2015

PRODUCCIÓN LLAMADO 8:00 AM TELEVISA

FECHA GRABACION	FECHA AIRE	LLAMADO PRODUCCIÓN	LOCACION	GRABACION
MARTES 22 DE DICIEMBRE 2015	DOMINGO 3 DE ENERO 2016	8:00 AM MAQUILLAJE Y PEINADO FORO 2	ASOCIACION “EL ARCA DE NOÉ” DELEGACION XOCHIMILCO.	ENTREVISTA CON ARACELY DE EL ARCA DE NOÉ
		9:00 AM SALIDA A LOCACION PUERTA 2		
		10:00 AM ASOCIACION		
		10:30 AM INICIO GRABACION.		
		12:30 PM REGRESO A TELEVISA		
		14:00 PM GRABACION VOZ OFF”RAZAS”		
		15:00 PM CORTE PRODUCCIÓN.		

**\*ENTREGAR DIRECCIÓN Y HOJA DE INFORMACIÓN A LA ASOCIACIÓN PARA LA ENTREGA DE BULTOS DE ALIMENTO DOG CHOW.**



**MUNDO CANINO**  
**PRESUPUESTO POR PROGRAMA**  
**CC.01830001**

<b>SERVICIOS</b>	<b>COSTO</b>
CAMAROGRAFO/REALIZADOR	\$3,500
CÁMARA PORTATIL	\$6,828
EDITOR	\$5,000
TRANSPORTE CAMIONETA (7 PLAZAS)	\$ 1,500 X DIA = 3,000 2 DIAS
COMIDA (8 BOX LUNCH)	\$70 C/U = 560 X DIA = 1,120 2 DIAS
PERMISO LOCACIÓN	\$771.25
MAQUILLAJE Y PEINADO	\$638 X LLAMADO = 1276X 2=2,552
DISEÑADOR DE VESTUARIO	\$800X LLAMADO
ASESOR DE VESTUARIO ELEMENTO DE SEGURIDAD	\$638XLLAMADO= 1,276 \$800x8HRS HR EXTRA \$100
<b>ELENCO</b>	
CONDUCTORA	\$10,000
<b>PRODUCCIÓN</b>	
PRODUCTOR	\$ 14,000
REDACTOR	\$4,000
ASISTENTE DE CAMAROGRAFO	\$3,000
ASISTENTE GENERAL	\$3,000
SCOUTING	\$4,000
CAJA CHICA (INCLUYE PARQUIMETRO)	\$1,000
	<b>COSTO TOTAL \$64,647.25</b>

**TELEVISA COSTOS**

PRODUCTOR EJECUTIVO\_ ADMINISTRADOR DE CENTROS DE  
COSTOS

CC. 01830001

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>COSTOS DIRECTOS</b>
<b>SERVICIOS</b> CÁMARA PORTATIL TRANSPORTE MAQUILLAJE Y PEINADO / FREE LANCE VESTUARIO /FREE LANCE COMERDOR BOX LUNCH	PERMISO DE LOCACIÓN PARQUÍMETROS SEGURIDAD

Toda la propuesta desarrollada acerca de Mundo Canino se presentaría a Televisa, como una idea original de proyecto. Evidentemente los costos, y la parte de producción están sujetos a cambios que la empresa considere.

Se pretende presentar el proyecto como idea original, por lo que queda claro que lo propuesto anteriormente es para acercar a los ejecutivos a cómo se desarrollaría el programa. Será Eduardo Clemesha, Director general de nuevos proyectos y formatos de Televisa y José Luis Romero, Director de formatos, quienes asignen productor para la realización de Mundo Canino.

Partiendo con base que la propuesta es para crear nuevos contenidos, es necesario registrar previamente el proyecto ante la SOGEM, Sociedad General de Escritores de México, esto para evitar problemas a la hora de ceder los derechos a Televisa y recibir el pago.

#### 4.\_ Conclusiones

Durante el desarrollo de esta investigación, se pudieron hallar varias cosas que no estaban contempladas, si bien el objetivo es crear conciencia sobre las personas para el cuidado y la calidad de vida canina, durante la investigación de campo se encontraron varias novedades en cuanto a cómo las personas que en verdad les tienen un amor a sus perros, grandes cosas que la mercadotecnia ha sabido aprovechar de ese vínculo amistoso.

Durante la investigación fue sorprendente la cantidad de perros sin dueño y saber lo lamentable que las personas carezcan de sensibilidad ante el abandono de los seres vivos que brindan un cariño incondicional a sus dueños, es triste saber que las personas incultas impidan un avance positivo en lo social y sigan con la idea de superioridad ante las demás especies.

Para la sociedad, este proyecto además de crear conciencia tiene la garantía que las personas podrán tener un mayor acercamiento con sus mascotas por el simple hecho que en la televisión mexicana no existe un programa que tenga el interés en el cuidado y los perros y que ayude a los dueños a brindarles una mejor calidad de vida, por lo que a partir de este proyecto se pueden generar varios proyectos más, como revistas, otros proyectos de televisión, libros, aplicaciones para celular etc.

Mundo Canino es una excelente opción para algo nuevo e innovador en la televisión mexicana que además de informar y entretener tiene como objetivo mejorar a la sociedad en cuanto a conciencia y respeto hacia la vida de los perros.

## BIBLIOGRAFÍA

**AQUILES** Chihu, Amparán. Sociología de la identidad, Porrúa, México 2002, p.p 15-16

**ÁVILA**, Baray Héctor Luis, Introducción a la metodología de la investigación, España 2006.

**BANDURA**, Aggression: A social learning analysis, 1973

**BIAGI**, Shirley. Impacto de los medios, Edit. Thomson, cuarta edición.

**BIDNEY**, David. Theoretical Antropology, Nueva York 1953

**BRANDOHAW**, John. Entender a nuestro perro: porque los perros necesitan nuestra comprensión. Editorial Paidotribo, Barcelona 2013.

**DAVIDS**, K y Newstrom, J. Comportamiento humano en el trabajo. 10 ed. Mc Graw-Hill, México, D.F

**DIAZ**, Flores Martha. Metodología de la investigación, Editorial Trillas, México 2013.

**DRAMAID**, Valérie. Interpretra el lenguaje de tu perro. Zaragoza, España, 2011

**DUMAHED**, Georges. Está en peligro la cultura: Coloquio sobre los medios de información: Prensa, cine, radio, televisión, Madrid 1958.

**FEVRÉS**, J. Televisión y Educación. Paidós, Barcelona, 1994

**FISKE**, Hartley, Reading Television, 1978, pp 16-18

**GARY** Weaver R. Culture, Communication and conflict. Simón & Schuster Publishing, Needham Heights

**GUBER**, Roman. El eros electrónico, taurus. 2000.

**GUERVÓS**, Javier de Santiago. Principios de comunicación persuasiva, Arco/libros, Madrid 2005.

**HERNÁNDEZ**, Sampieri Roberto. Metodología de la investigación. McGrawHill, Cuarta edición.

**KOTLER**, Philip. Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación y implementación y control. Octava edición.

**LAKHANI**, Dave. Persuasión el arte de influir y obtener lo que desea. Editorial Alfaomega, México 2009, pp 204-207

**MCCONNELL**, Patricia. Por el amor de un perro: comprende tus emociones y los de tu amigo, KNS Ediciones, Coruña España, 2010

**MCGREEVY**, Paul. Manual práctico para dueños de perros editorial paidotribo p.216

**NIGHTINGALE**, Virginia. El estudio de las audiencias, El impacto de lo real, Paidós Comunicación 1999 p 27

**PÁRAMO**, T. “Avances teóricos en el estudio de las audiencias televisivas”, México, 1998

**REARDORN**, Kathleen Kelly. La persuasión en la comunicación: teoría y contexto, Paidos, México, 1991. 276p

**ROJAS**, Soriano Raúl. Métodos para la investigación social, una proposición dialéctica, Plaza Valdés, Novena Edición, México, Mayo 1989.

**SARTORI**, Giovanni. Homo videns: La sociedad teledirigida, punto de lectura, 2007.

**SIERRA**, F. Persuasión (en línea) [http://www.mtas.es/insht/ntp\\_570.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp_570.htm)

**TERRY** Eagleton. La idea de cultura, Paidós, Barcelona, 2001, p58

**TOLEDO**, Sergio. Como crear un programa de televisión: la creatividad y su aplicación a la audiencia. Barcelona, España, 2012.

**VAIRA**, Angelo. Tu perro cómo conocerlos, edicarlo y construir juntos una relación perfecta, Editorial Paidotribo, Barcelona 2013.

**VALADEZ** Azúa, Raúl. *Domesticación Animal*, Edit. Plaza y Valdés Editores e Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, México, 1996, pág 45.

**WIESENGRUND**, Adorno Theodor. *Teoría Crítica y cultura de masas. Fundamentos.*

<http://www.aces.edu/pubs/docs/U/UNP-0058/UNP-0058.pdf>

<http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

<http://www.presidencia.gob.mx/2-de-noviembre-dia-de-muertos/>

<http://www.elredentor.com/historia-de-halloween>

<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-informacion-y-comunicacion-audiovisual/persuasion.htm>

<http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-222>

<http://www.televisa.com/programas-tv/la-rosa-de-guadalupe/acerca-de/>

[http://ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen\\_solucion\\_al\\_problema\\_de\\_los\\_perros\\_callejeros](http://ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen_solucion_al_problema_de_los_perros_callejeros)

<http://www.revistapuntodevista.com.mx/2014/07/27/el-70-de-los-perros-en-mexico-con-callejeros/34916/>

<http://www.cronica.com.mx/notas/2013/721525.html>

<http://www.metro.df.gob.mx/transparencia/imagenes/fr1/normaplicable/lccdf0712.pdf>

<http://www.elfinanciero.com.mx/archivo/en-el-df-existen-al-menos-millon-200-000-perros-callejeros.html>

<http://www.mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelior/item/142-perros-callejeros-problemas-de-salud-p%C3%BAblica.html>

<http://noticieros.televisa.com/foro-tv-los-reporteros/1301/duenos-irresponsables/>

<http://www.animanaturalis.org/1149>

<http://www.partidoverde.org.mx/pvem/2009/01/demanda-pvem-frenar-la-reproduccion-de-perros-callejeros-pues-sus-heces-y-orin-son-un-graverias/>

[http://www.centrodeadopcionanimal.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=107&Itemid=53](http://www.centrodeadopcionanimal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=107&Itemid=53)

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/894862.html>

<http://www.youtube.com/watch?v=1oTJXU9U7RU>

<http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20131122/54393704768/el-vinculo-afectivo-con-los-animales.html>

<http://www.adiestradorcanino.com/webdelperro/la-comunicacion-en-el-perro/75>

[http://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2014/01/22/los\\_perros\\_pueden\\_hablar\\_266731\\_310.html](http://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2014/01/22/los_perros_pueden_hablar_266731_310.html) 18 octubre 2014,

<http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2014/brigada-animal-ensenia-a-comunicarse-con-animales-1024576.html>

<http://www.nuestro.mx/vida-y-estilo/mascotas/danan-o-abandonan-a-su-mascota/>

<http://www.lja.mx/2014/07/se-cree-que-mexico-permite-las-peleas-de-perros-por-no-considerarse-delito-federal/>



<https://www.youtube.com/watch?v=L320XY34pQA>

<http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/08/11/975660>

[http://www.milenio.com/df/maltrato\\_animal-denuncia\\_de\\_maltrato\\_animal\\_0\\_256774602.html](http://www.milenio.com/df/maltrato_animal-denuncia_de_maltrato_animal_0_256774602.html)

<http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2014/bva-atiende-17-denuncias-diarias-de-maltrato-animal-en-el-df-1023036.html>,

<http://www.milagroscaninos.org/>

<http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/07/09/969797> 23 de octubre 2014

<http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/2014/fbi-califica-crueldad-a-animales-como-delito-grave-1042600.html>

<http://www.gepda.org/esp/estudios/abuso.htm>

<http://mkinternacional-patrocinios.blogspot.mx/2010/06/definicion-y-tipos-de-patrocinio.html>









