

**LA INFERENCIA DE LAS CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES FRENTE AL  
IMPACTO QUE A TENIDO EL ABANDONO DE ANIMALES DOMÉSTICOS  
DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19**

**THE INFERENCE OF SOCIAL MEDIA CAMPAIGNS IN THE IMPACT OF THE  
ABANDONMENT OF DOMESTIC ANIMALS DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

**Carlos Andrés Homez Homez & Ángela Tatiana Ríos Barajas**

**Resumen**

En el presente artículo de reflexión, se esclarece como la desinformación en los cuidados de las mascotas, la falta de sustentos económicos y poca empatía, ocasionaron el abandono de animales domésticos en la ciudad de Bogotá durante la pandemia del Covid-19.

El objetivo principal fue la compilación de las causas por las que se da el abandono animal en la pandemia del 2020, así mismo, se involucra el análisis de campañas previamente ejecutadas sobre dicha problemática y que se puede inferir a partir de las opiniones de diferentes individuos de nuestro entorno personal. A modo de contribuir en la producción de una campaña informativa sobre las consecuencias de abandonar animales, implementada en la red social Instagram.

Las herramientas empleadas para el desarrollo de este proyecto fueron el mapa de empatía para conocer los aspectos personales de algunos habitantes sobre las campañas, la matriz DOFA para comprender las visiones generalizadas y poder ejecutar de manera eficiente la campaña informativa y el árbol de problemas para encontrar la razón que desata toda la problemática.

**Palabras Clave:** Abandono, animal doméstico, enseñanza multimedia, medios sociales, pandemia, transferencia de información y vivienda.

### **Abstract**

This reflection article addresses, the reasons that give life to the research project on domestic animals (specifically canines) and how they suffer abandonment from the Covid-19 or Coronavirus pandemic.

The main objective was the compilation of the causes for which animal abandonment occurs in the 2020 pandemic, in order to contribute effectively to generate the transfer of information in a current multimedia environment to the people of the city about this problem, involving and analyzing previous campaigns and how was the reaction of the inhabitants in our personal environment.

The tools used for the development of this project were the empathy map to know the personal aspects of some inhabitants, the DOFA matrix to understand the generalized views and the problem tree to find the reason that unleashes the whole problem.

**Keywords:** Abandonment, domestic animals, housing, information transfer, multimedia teaching, pandemic, social media.

## **1. Introducción**

Colombia es un país ubicado en América del sur cuenta con 50 millones de habitantes, en su capital Bogotá cuenta con 7 millones, siendo este un promedio según el último censo efectuado por la DANE en el 2018. Según el periódico digital La República seis de cada diez hogares tienen mascotas, siendo Bogotá, Medellín y Cali las ciudades con más tenencia de animales domésticos, en este artículo se enfatiza sobre la ciudad de Bogotá ya que cuenta con el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal siendo casi pioneros en la Latinoamérica en el cuidado de animales, no obstante, no es una noticia alentadora.

Aunque la ciudad capitalina es una de las mayores en la tenencia de mascotas es complicado hacer un conteo de personas que estén conscientes sobre los cuidados a los animales domésticos, a causa de que por años los animales han sido un negocio inestable de compra y venta de cachorros tanto caninos como felinos y todo esto ha producido que se hayan elevado las cifras de abandono animal a partir de la pandemia del Covid-19, siendo la causa principal la desinformación sobre la transmisión de contagio, esto según la página oficial de la ciudad de Bogotá en el 2020 que era en este entonces el momento más crítico de abandono animal (Castiblanco, BOGOTÁ, 2020).

Actualmente en la ciudad y sin ser una cifra oficial, debido a la inexistencia de un modelo para poder censarlos como lo hacen con los habitantes, se estima que estaría alrededor de 800 a un millón de animales domésticos sin cuidador solo en la ciudad de Bogotá convirtiéndose en una cifra alarmante.

En la ciudad 402 personas propietarias de mascotas fueron entrevistadas. En el resultado de las encuestas se logró inferir que las mascotas están en los hogares de los bogotanos en forma continua desde pocos meses hasta más de cinco años, es decir que tener una mascota es una iniciativa que toman frecuentemente los habitantes de la ciudad (Baquero, 2019).

Las últimas dos referencias extraídas de la página oficial de la ciudad, contempla que el cuidado de los animales y tenerlos en cuenta para hacer parte de la familia, diversifica y aumenta la adquisición de los animales, pero por otro lado en diferentes portales web como EFE, RCN Radio, El Tiempo, de nuevo la pagina de Bogotá, DW o el Ministerio de Salud, informan que el abandono de los animales domésticos se tornó trágico y con mayor cantidad de casos en un solo día, el personal puede llegar a hacer hasta 10 atenciones por arrollamiento, ingesta de venenos , infecciones , heridas y enfermedades degenerativas. (Yermanos, 2020).

Con estos dos extremos encontrados se desarrolla un análisis a profundidad sobre cómo se toman las decisiones que arraigan al problema del abandono de animales domésticos en la ciudad con mayor tenencia de mascotas. A lo largo de este documento, usted podrá encontrar metodologías aplicadas, alcances, resultados, y contrastes que sustenten la razón por la cual es importante conocer elementos básicos para no caer en acciones deplorables en contra de los animales callejeros.

Con todo lo que podría abarcar esta problemática, hemos abordado toda nuestra investigación en la pregunta ¿Cuál es la manera más eficaz para informar a los ciudadanos de la ciudad de Bogotá de la problemática del abandono animal, que actualmente se vive a

consecuencia de la pandemia del Covid-19? Siendo el objetivo, la compilación de las causas por las que se da el abandono animal en la pandemia del 2020, así mismo, se involucra el análisis de campañas previamente ejecutadas sobre dicha problemática y que se puede inferir a partir de las opiniones de diferentes individuos de nuestro entorno personal. A modo de contribuir en la producción de una campaña informativa sobre las consecuencias de abandonar animales, implementada en la red social Instagram. Para conseguir respuesta a nuestra pregunta se desarrollaron tres objetivos específicos:

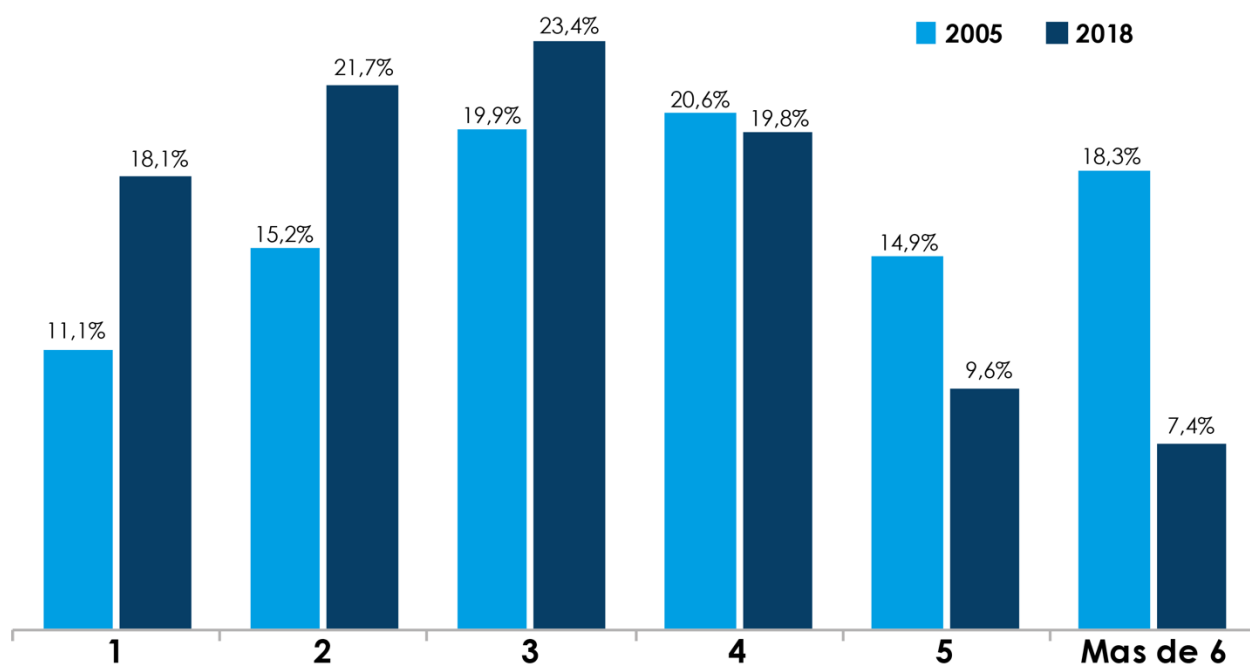
1. Identificar y analizar los motivos que causan la problemática del abandono a animales domésticos en la ciudad de Bogotá.
2. Comparar campañas ejecutadas con fines de mitigar el abandono animal, de modo que se puedan extraer las mayores fortalezas de cada una de ellas, con ayuda de comentarios de sujetos en un entorno personal.
3. La creación de una pieza principal que se distribuirá en plataformas multimedia actuales, con fines de poder tener un panorama donde se evidencie las razones por las que el abandono animal no debe ser una decisión de contemplación.

## 2. Desarrollo del Tema

### 2.1 Panorama actual en la adquisición de mascotas

La adquisición de mascotas por medios de compra o adopción ha tenido un auge en los últimos años, a raíz de la diversificación de los modelos familiares, donde se encuentran situaciones en las que el número de individuos del núcleo familiar se ha visto reducido hasta el punto de solo ser unipersonal, según datos de la encuesta multipropósito 2017 realizada por el DANE. En un Balance entre el 2005 al 2018 siendo la última fecha, el último censo realizado a nivel Colombia

*Figura 1 Número de personas por familia.*



*Fuente: Censo poblacional DANE 2005-2018*

Con estos datos, se puede interpretar que en espacios donde se tiende a vivir en soledad, es más común plantearse la adquisición de una mascota como integrante de la familia, sin

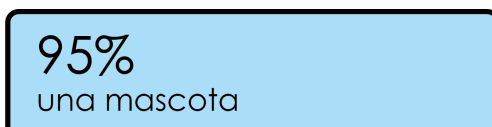
generalizar, ya que existen casos donde nunca se toma en cuenta esta opción de vida; no obstante, vayámonos al otro extremo, donde integrantes de un núcleo familiar un poco más amplio toman la decisión de adquirir un animal doméstico para hacer parte de la familia.

Se infiere que para el año 2017 6.844.687 perros se vacunaron contra la rabia (Baquero, 2019) ,Aunque estas cifras anteriormente citadas son extraídas de una plataforma oficial de la ciudad de Bogotá, no se tienen cifras exactas donde establezcan un censo que abarquen a todos los animales domésticos que están en la familia y en condición de calle, ya que, al ser una situación tan variable, es casi imposible tener algo claro y eficaz para poder monitorear y llevar un control de partícipes de cuatro patas en los hogares colombianos.

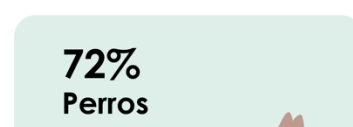
Así mismo existen diferentes factores por los cuales la adquisición de un animal doméstico está contemplado en un panorama como Colombia, las razones son llenar espacios afectivos, aumento de la capacidad económica, desplazamiento de poblaciones campesinas trayendo con ellas la cultura de la posesión de animales, tener un perro en cuidado de la casa, vigilancia, compañía para el desarrollo en un niño de etapas tempranas de edad (Leonardo F. Gómez, 2007). También se toman en cuenta factores como un gusto personal, algo que trae un estatus superior a causa de las diferentes razas de los animales, la compra y venta de los mismos con un modelo de negocios totalmente cruel, etc. Son diferentes variables que debemos plantear para conocer la razón principal en la que se toma en cuenta la adquisición de animales para la vida cotidiana.

En una encuesta realizada por SDDE a través de la dirección de Estudios de Desarrollo Económico a fines de conocer datos sobre la tenencia de mascotas en Bogotá, han arrojado los siguientes datos graficados

*Figura SEQ Figura \\* ARABIC 2  
Numero de mascotas por hogar*



*Figura SEQ Figura \\* ARABIC 3 Clase  
de animales en los hogares de Bogotá*



Con estos resultados se infiere que el animal favorito de los bogotanos es el perro, y seguido el gato; era de esperarse estos resultados ya que habitualmente se relaciona la palabra perro con el término mascota, así mismo eso quiere decir que la mayor demanda de animales domésticos es el perro, a causa de todo esto es el animal más común para poder conseguir ya sea en adopción o en venta.



## 2.2 Gastos en cuidados de mascotas

Los gastos de mascotas es una circunstancia que por años se vino contemplando en los salarios de los bogotanos, a partir de la adquisición de los mismos, de tal manera convirtiéndose en un nicho de mercado donde las grandes empresas como de comida han podido incrementar sus ganancias, esto según la gerente general de Gabrica<sup>1</sup>, en una entrevista que otorgó para el portal digital AGRONEGOCIOS (Gonzalez, 2021) a partir de ello es consistente pensar que el costo por mascota varía según su tamaño y en algunos casos incluso hasta por su raza.

En el mercado existen diferentes componentes que determinan los costos de tu mascota, desde la adquisición, tomemos como ejemplo un canino Golden Retriever, habitualmente las personas compran estas razas por su pelaje, tamaño y aspecto estético; a partir de estas características es relativamente imposible conseguirlos en adopción, en base a ello se recurre a comprar animales de esta raza.

En la internet existen diferentes plataformas bastante conocidas donde puedes conseguir ejemplares de esta raza, tomaremos como referente uno de los mayores exponentes en ventas digitales como lo es Mercado Libre, en la plataforma puedes adquirirlos en promedio por un costo de \$850.000 hasta las \$4.000.000 de pesos colombianos<sup>2</sup>, sin contar que puedes adquirir un certificado en el cual rectifique que tu mascota es de raza pura y no tiene enfermedades genéticas. Este es el costo inicial que se debe contemplar, a menos que desees adoptar, lo cual ayudaría de manera significativa a reducir el negocio como la compra y venta de animales.

---

<sup>1</sup> Gabrica es una empresa que desarrolla el mercado de las mascotas ofreciendo soluciones integrales para los expertos en mascotas y sus responsables. Esta es la definición que ellos mismos establecen en su pagina web [gabrica.co](http://gabrica.co)

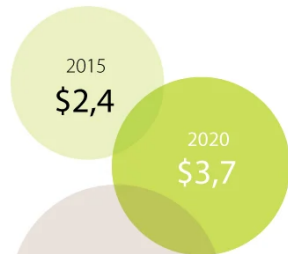
<sup>2</sup> Costos extraídos de la plataforma MercadoLibre Colombia específicamente en la ciudad de Bogotá en septiembre del 2021

Una vez tienes tu mascota es la primera fase, ya que existen anexos como, la vacunación, comederos, bebederos, collares, mantas, arneses, transportadores para pasear, juguetes, casa, etc. Que se deben contemplar para el cuidado de un animal doméstico, eso quiere decir que el gasto inicial se ha multiplicado en algunos casos de manera drástica. Sin contar que la comida es lo fundamental para mantener de manera saludable a tu perro, esto, haciendo estimaciones vagas donde para cada caso es algo diferente, sin embargo, se planeta como lo esperado para brindarle a los animales un espacio vital para su buen desarrollo y una vida digna. En el siguiente esquema podemos establecer un balance un poco más acercado a costos después de la fase de adquisición:

Figura 4 Esquema básico de costo por mascota

**MERCADO DE MASCOTAS EN COLOMBIA**

**\$** Gasto en 'pet care', que agrupa tanto alimentos como productos (accesorios, salud y bienestar, suplementos y otros) (Cifras en billones de pesos)



Gasto promedio por mascota (2020) **\$318.686**

En seis de cada 10 hogares del país hay un canino o felino

Fuente: Euromonitor/Sondeo LR

Gasto promedio por mascota en 2019



Cosas esenciales que requiere su mascota

- Plan de vacunación
- Arneses
- cama
- Mantas
- comederos
- Juguetes
- Bebederos
- Collares

Presupuesto básico para

- Mantener un perro labrador cachorro
  - Alimento \$104.000
  - Baño Entre \$35.000 y \$42.000
- Total al rededor de \$150.000**
- Mantener un gato persa
  - Alimento \$116.000
- Mantener un hamster
  - Alimento \$7.000
  - Cascarilla de arroz \$6.500 x kilo

### **2.3 Cuidados anexos a las mascotas**

1. La alimentación: Aunque todas las personas piensan que no es algo tan importante, es necesario que la alimentación vaya acorde a sus necesidades de cada animal doméstico, donde las circunstancias de alimentación ayuden y potencien al crecimiento y sano a nivel físico y mental.
2. La educación: Un aspecto que para unos es tan importante que recurren al adiestramiento de los animales como una medida correctiva que regule sus acciones y modo de actuar frente a las situaciones cotidianas; en base a esto se pueden ramificar las diversidades formas de adiestramiento, nacen momentos como los es la opción de formar a un perro desde pequeño para el cuidado de una persona con diferentes problemas cognitivos, o para la vigilancia en instancias como la policía existiendo en este ámbito más formas de adiestramiento, para identificación de drogas, rescate de personas en circunstancias de problemas ambientales, reconocimiento de muerte, etc. Otras formas en las que se toma la medida de un entrenamiento es para actuar en casa, aprender a comunicar sus ideas, como cuando tiene hambre, ganas de ir al baño, y englobando acciones cotidianas que por diferentes momentos no pueden hacer de manera natural por causa del espacio.

Analógicamente nos encontramos también con las personas que dejan a los perros en un libre desarrollo de “personalidad” y las medidas correctivas se miden de manera sencilla como el no estar en algún espacio o hacer sus necesidades fisiológicas en ambientes donde no está la posibilidad de expulsar olores.

Con todo esto claro, el adiestramiento de las mascotas ayuda en algunos casos a regular sus conductas, de no ser esta forma ellos actuarán de manera “natural” en todos los entornos.

3. Higiene: Los baños son la medida en la que los animales domésticos están físicamente limpios. Esta medida se debe contemplar por causas como el pelaje sucio, o la raza y su tolerancia al agua. El cepillado es la instancia donde se evitan multes de pelo generando problemas en su piel y condiciones como una rasta que impida algunas acciones por el descuido excesivo. Cuidado dental, es esencialmente importante para evitar el sarro y el mal aliento a consecuencia de la mala alimentación, y limpieza que puede traer con ello un problema de salud que ocasione la pérdida de sus dientes, y la problemática de que le implica no consumir alimentos de manera autónoma.
4. Ciclos sexuales y esterilización: En caso de los animales hembra es importante controlar sus sangrados vaginales, a consecuencia de que en estas etapas se encuentran en un momento donde son más susceptibles a infecciones. Tanto las hembras como los machos pueden estar sometidos a la esterilización según el portal web Madrid Salud lo define como:

Proceso quirúrgico en el cual se retira en su totalidad o parcialmente el órgano reproductor . (Madrid Salud, 2018).

5. Ejercicio físico: Llevar a nuestras mascotas a pasear, o a que jueguen con otro animal es necesario para un buen desarrollo, ya que con ello podemos evitar que tomen una actitud de celos con otras personas o animales y se tornen agresivos, además, que de ayudarlos a

evitar enfermedades como la obesidad por estar constantemente en un espacio sin actividad física.

#### **2.4 Panorama del abandono animal en la pandemia**

La página de Bogotá publicó el 2 de abril del 2020 que, en los últimos 25 días, en la ciudad ya habían ingresado entre 40 a 115 animales por urgencias, sin embargo, en la fecha de publicación se esclarece con esta información “A la fecha han ingresado más de 200 animales entre perros y gatos al área de urgencias del Instituto Distrital de Protección Animal y también ha incrementado el número de llamadas a la línea 123, a través de la cual la ciudadanía reporta maltrato y abandono de animales.” (Castiblanco, BOGOTÁ, 2020), convirtiéndose en una situación alarmante ya que en un momento de contingencia donde nadie salía de su casa a menos que fueran trabajadores de la salud, en tan solo 21 días se presentaron estos casos.

Este fue el inicio de etapas difíciles para las mascotas donde crecieron estigmas como que los animales domésticos eran posibles portadores del coronavirus, lo que ocasionó que las personas tomaran a los animales como una amenaza. Es por ello por lo que el Ministerio de Salud (Minsalud) el 1 de abril en el 2020 un artículo digital donde esclarece con apoyo de referencias tener cuidado con la desinformación por transmisión o contagio de nuestras mascotas informa la Organización Mundial de Salud (Ministerio de Salud, 2020).

A partir del encierro que afectó fuertemente a las compañías, muchas personas perdieron el trabajo y al verse envueltos en una situación de escasez, tomaban decisiones como abandonar a las mascotas con la excusa de que no tenían forma de abastecer las necesidades de todos los partícipes en el núcleo familiar (El Tiempo, 2020), sin embargo, el detonante de la situación fue

cuando el gobernador de Cundinamarca denunció que habían en promedio 12 mil mascotas desamparadas entre carreteras y grandes ciudades.

Las localidades que más se han reportado casos de abandono son: Ciudad Bolívar, Usme, Tunjuelito, Bosa y Kennedy (Rodríguez, 2021), en esta circunstancia se puede evidenciar la falta de empatía hacia los animales, igualmente como lo cita Rodríguez en su artículo para la cadena RCN Radio el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, hizo un llamado a la ciudadanía: los animales son seres sintientes hay que tener conciencia ciudadana . Aunque las cifras se conocen y es información que ha existido desde los inicios de la pandemia, se dice que sigue siendo la falta de información sobre el contagio, la causante de que miles de personas y familias piensen que los animales son portadores del virus.

En un plano donde el abandono esté lejos de descender, las medidas tomadas por las autoridades fueron mucho más claras frente esta situación:

“La ley 1774 establece que los actos dañinos y de crueldad contra los animales que no causen la muerte o lesiones que afecten de manera grave su salud o integridad física serán sancionados con **multas de 5 a 50 salarios mínimos legales mensuales vigentes.**

En caso de que se cometan delitos contra la vida e integridad física y emocional de los animales, sean de compañía, silvestres, vertebrados o exóticos, entre otros, y que se les cause la muerte o lesiones de salud graves, **la pena será de prisión entre 12 a 36 meses e inhabilidad especial de 1 a 3 años para poder ejercer la**

profesión, oficio, comercio o tenencia que tenga relación con los animales y multas de 5 a 60 SMMLV.”

## 2.5 Centros de ayuda contra el maltrato y abandono de animales

1. **Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal:** Es la primera entidad pública a nivel Colombia y Bogotá que vela por la protección y bienestar animal, con objetivos claros como la protección a la vida de animales, impulsar proyectos donde se involucren la transformación cultural en un ambiente del relacionamiento humano-animal. Fomentar información de calidad para los ciudadanos y garantizar la accesibilidad de esta; todo esto en base a la definición que en su página oficial describen.<sup>3</sup> (Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, 2021)

*Figura 5 Logotipo del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal*



*Fuente: Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal*

2. **Asociación Defensora de Animales y del Ambiente:** O conocida también con las siglas ADA Colombia, esta asociación de manera privada y con ayuda de ciudadanos que aportan su tiempo y recursos, trabajan en pro de informar y dar una conciencia de cuidado, preservando el ambiente, respeto y protección de los derechos de los animales.

---

<sup>3</sup> Información extraída de la página web del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal de la ciudad de Bogotá en Colombia.

De manera sencilla en un esquema en su página web, hablan sobre sus valores como el respeto a la vida y la dignidad de cada individuo, sin importar la raza ni especie. El rechazo por el maltrato animal o un ser vivo. (Ambiente, 2021)

*Figura 6 Asociación Defensora de Animales y del Ambiente*



*Fuente: Asociación Defensora de Animales y del Ambiente*

3. **Patrullas de Protección Animal de la Policía Nacional:** En compromiso por la protección de la vida la Policía Nacional de Colombia, atribuye Patrullas de Protección Animal, con el fin del apoyo a las autoridades en todo lo relacionado a los animales y su vida digna. (Mindefensa, 2021)
4. **Fundación Amigos del Planeta:** Es una fundación con integrantes principales dedicados a la protección y el respeto de cada uno de los individuos de este mundo, con un enfoque animalista y ambiental. De orígenes en el 2000 en la ciudad de Bogotá. Con objetivos como la ayuda de poner animales en adopción donde se vele por su bienestar, poder generar un espacio armónico entre el humano y los animales, viviendo en armonía y promover el respeto para cada individuo.

*Figura 7 Logotipo Fundación Amigos del Planeta*





*Fuente: Fundación Amigos del Planeta*

5. **Animal Love:** Esta fundación nos quiere dejar el siguiente mensaje “nos dedicamos a rescatar, dar tratamiento veterinario y terapia de amor, para así resocializar perritos y gaticos que vienen de situaciones que afecten su salud sentimental como su salud física.”  
(Animal Love, 2021)

*Figura 8 Logotipo Fundación Animal Love*



*Fuente: Fundación Animal Love*

## **2.6 Campañas de abandono animal**

### **2.6.1 #SeríasCapazDeAbandonar**

El Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030<sup>4</sup> del gobierno de España, re twitteó una campaña denominada *#SeríasCapazDeAbandonar*, en su cuenta oficial de Twitter, donde platican sobre el abandono de los animales.

---

<sup>4</sup> Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 con imágenes referenciales del apartado, extraídas de su cuenta oficial de Twitter @MSocialHob con fuente original de la cuenta @AnimalesGob

En épocas festivas, el número de animales que se abandonan crece y es por ello que lanzamos la campaña #SeríasCapazDeAbandonar<sup>5</sup> Con este trino la entidad quiere recalcar que toma el tema del abandono a animales domésticos como un asunto importante el cual quieren mitigar. Así mismo se crean piezas visuales que acompañan la frase del Tweet

Figura 9 Referente 1 Campaña #SeríasCapazDeAbandonar



**¿SERÍAS CAPAZ DE ABANDONARLA?**

**WANDA**  
Tuvo la suerte de que fuera encontrada y operada. Debido a la imposibilidad de reconstruirla, hoy le falta una pata, pero al menos siguió viva y ahora es feliz.

*Fotopets*

**Su vida depende de ti.  
Eres su familia.**

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030  
SUBSECRETARÍA  
DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES

tenencia responsable

Fuente: Twitter

<sup>5</sup> Enlace de la citación oficial de la cuenta del ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030: <https://twitter.com/AnimalesGob/status/1420684481892073475>

Aunque esta no es la única imagen que re twitteó la cuenta es la más antigua y campaña más reciente donde el gobierno español se ha proclamado frente a la circunstancias del abandono de animales en el país. Específicamente la cuenta de D. G. Derechos Animales en Twitter es donde se lanzó esta campaña, y con ello se ejecutaron 8 piezas publicadas el mismo 29 de Julio del 2021.

Figura 10 Recopilación de Publicaciones Campaña 1



De una manera muy esencial, se retrata como el abandono afecta de manera sustancial la vida de los animales, ya que de forma gráfica nos muestran el sufrimiento y padecimientos que ellos deben asimilar a causa del abandono. Con el uso de un fondo plano y oscuro se plasma al animal como el eje principal de la fotografía y con tipografías legibles y nada exageradas se cuentan las historias que cada uno de los individuos debió de pasar con esta problemática, y así mismo acompañada de una paleta de color muy reducida que busca solo enfatizar en pocos elementos de la composición.

Toda esta campaña se justifica también con diferentes textos que acompañan en tweet, estos textos complementarios clarifican y contextualizan a las personas sobre la campaña y su importancia.

Aunque las otras publicaciones con estas imágenes también contienen mensajes que justifican la campaña son realizadas por otras entidades y que D. G. Derechos Animales han re twitteó.

### **2.6.2 #NOALABANDONO**

La entidad Perroton España realiza una campaña con un enfoque de conciencia ciudadana que inicia durante los meses de mayo y junio, ya que por inicios del Covid-19 se han percatado del abandono de perros y gatos; a causa de los mitos como que son transmisores del virus y eso podría afectar a múltiples individuos en casa. Se entiende que esta entidad deja a un lado a los gatos, ya que su mismo nombre lo indica “Perrotón” pues no fue la excepción a la hora de

ejecutar la campaña que se lanzó a inicios de la pandemia, ya que solo podemos observar caninos como fuente gráfica que sustente sus argumentos, sin embargo, tomaron a los gatos como una de las cifras para hablar sobre el tema del abandono.

Figura 11 Recopilación de piezas



Fuente: cuentamealgobueno

Estas piezas específicamente no están en el portal oficial de esta entidad, sin embargo, han sido rescatadas de otros portales que han hablado de la causa tomando como ejemplo principal a dicha entidad. De manera sencilla quieren retratar sobre cómo se vive el abandono animal, aunque no se contextualiza en su historia, se muestran imágenes aludidas a la compañía que se siente al tener un canino y la soledad que sienten los animales al renunciar a ellos.

En cada una de las piezas se puede ver una diferencia mayor y el centro que los une son el imago tipo de la entidad y la etiqueta, sin embargo, se puede encontrar una gran desconexión contextual entre imagen de fondo de las diferentes piezas.

Por otro lado, la intención es conmover al espectador para que comprenda y pueda evidenciar esta problemática.<sup>6</sup>

### **2.6.2 #NoSonUnaModa**

En el 2016 la fundación Affinity en su página oficial habla sobre la nueva campaña en contra de no pensar en la adquisición de un perro o gato para la vida cotidiana de los individuos. Fue lanzada el 4 de octubre del 2016 a causa del *Día Mundial de los Animales*.

Esta campaña fue un éxito en el país de España teniendo gran recibimiento de la ciudadanía con un mensaje aludido a que los animales domésticos no son una moda o accesorio para combinar, sino que son individuos que se deben tener en cuenta y que, si deseas adquirirlos debe ser con responsabilidad y no ser parte de un estilismo por moda pasajera, ya que podrían acabar por actuar en el rechazo y abandono. Esta campaña a su vez también tuvo piezas complementarias como un look book<sup>7</sup> y fashion film<sup>8</sup> para una Colección Primavera-verano 2017 de perros y gatos que complementa esta idea de que no son un accesorio, pero que podrían tener ellos un accesorio. Igualmente, como lo ha dicho su directora de la fundación,

Desgraciadamente la gente an

---

<sup>6</sup> Todos estos referentes fotográficos han sido extraídos del portal web Cuentamealobueno | Periódico de Buenas Noticias

<sup>7</sup> “El look book es una carpeta que se usa en el mundo de la moda principalmente por diseñadores y modelos para presentar su trabajo. En el caso de los diseñadores, es allí en donde encuentras las influencias, las inspiraciones los colores que predominarán en la colección y la sugerencia de estilos o pintas del diseñador.” Definición extraída de la revista aló.co

<sup>8</sup> “El fashion film se ha convertido en una tendencia en el sector de la moda. Se trata de pequeños cortos de entre 1 y 15 minutos que sirven a los diseñadores y grandes marcas para presentar un nuevo producto o colección con un concepto innovador”. Definición extraída del portal web: La Vanguardia

ve a los animales como un objeto au gusto o elección .Por ello hemos ideado esta campaña, #NoSoyUnaModa, con la que pretendemos captar la atención y trasladar un mensaje claro sobre la necesidad de hacer una reflexión en profundidad antes de decidir convivir con un animal de compañía”.

*Figura 12 Campaña #NoSoyUnaModa*



*Fuente: Fundación Affinity*

Aunque actualmente solo se puede encontrar esta fotografía como prueba de la campaña la fundación Affinty en su página oficial en la web<sup>9</sup> tiene la sección de campañas de concientización que también hablan sobre los animales y generan otras visiones del acompañamiento de un animal.

---

<sup>9</sup> Pagina oficial de la fundación Affinity:  
<https://www.fundacion-affinity.org/la-fundacion/campanas-de-concienciacion>

De manera muy estilística la fotografía (Figura 12) retrata su etiqueta en un fondo blanco que juega con un gato del mismo color, enfatizando en el nombre de la campaña con un color negro, se podría pensar que es básica y que no tiene un trasfondo, sin embargo, es perfecta y acorde con lo que busca la fundación y es mostrar como los animales son un lujo y deben ser adquiridos legítimamente pensando en su bienestar.

#### **2.6. 4 En Navidad un peluche, en verano un amigo abandonado**

Esta campaña se ha efectuado desde el área de Bienestar y Protección Animal de Izquierda Unida de Castilla-La Mancha, aunque no se conocen muchas piezas publicitarias de dicha campaña la directora de esta institución dice que

“En verano por diferentes circunstancias hay un repunte de abandonos y, aunque parezca increíble, hay que seguir recordando que eso no está bien. Las adopciones deben ser responsables y cuando adoptas un animal como compañero de vida se debe hacer para siempre”, ha destacado. A su juicio, "estas campañas son una herramienta para visibilizar un problema y para reclamar medidas para solucionarlo" y han recordado que "en Navidad se publicó una campaña contra el uso de animales como regalo navideño”.

"Los seres vivos no se regalan, la familia no se regala. Muchos de los cachorros regalados en Navidad son abandonados en verano, han crecido, dan trabajo y llegan las vacaciones y los viajes, algo que mucha gente no piensa antes de regalar. Todo esto genera más trabajo para las protectoras de animales, que ya de por sí están desbordadas. Por ello hay que hacer incidencia en la educación y la



empatía hacia los animales, en la esterilización para evitar camadas indeseadas que sigan engrosando el número de animales abandonados y en la adopción responsable como opción ética".<sup>10</sup>

Esto es lo que relata Patricia Ballesteros frente al tema del abandono animal, y la razón por la cual esta campaña debe ser tomada muy en cuenta por todos los ciudadanos, ya que así mismo afirma que eso de regalar animales se ha vuelto un clásico y no se toman la fundamentación de lo que implica hacer una tenencia de un animal en las circunstancias cotidianas de la vida.

*Figura 13 Campaña En Navidad un peluche de regalo, en verano un amigo abandonado.*



*Fuente: El Diario Es*

Esta es la única imagen que se pudo extraer sobre la campaña *En Navidad un peluche de regalo, en verano un amigo abandonado*; Y aunque el animal (Can) que esta en la pieza esta en

---

<sup>10</sup> Estos parlamentos citados fueron extraídos del portal: El Diario Es

buenas condiciones físicas y emocionales, quieren enfatizar en que los animales no deben ser tomados a la ligera y que su adquisición debe ser consensuada de tal manera que no lleguen al punto del abandono como una medida desesperada por los “dueños”.

En distribución sencilla nos plasman el título de la campaña y en letras de menor calibre se informan que “Se estima que la mitad de los perros regalados durante la Navidad acabarán siendo abandonados.” Puede que su alcance sea mínimo ya que no pudimos encontrar más referentes sobre esta campaña de concientización, pero algo es claro y llegamos a conectar de manera sensata con Patricia Ballesteros y es que los animales no deben ser un símbolo de regalo en ninguna festividad, por que ellos hacen parte de la familia.

#### **2.6.5 Este verano no me abandones**

Este verano no me abandones, es la campaña ejecutada por La Delegación de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Valencia en el 2017 con tema del abandono animal, a partir de ello, se ha plasmado el abandono animal como un acto de crueldad y con ayuda de un refugio sin ánimo de lucro de la ciudad se encargaron de ayudar a la mayoría de los animales abandonados en las calles para poder darle comodidades básicas, hasta poder encontrarles una familia que desee tener uno de estos animales. El delegado Juan Jiménez del Ayuntamiento de Valencia dice: “Quiero resaltar esta cuestión porque si el corazón no es el que impera a la hora de abandonar a un animal por lo menos que sea el bolsillo el que nos duela” (Jimenez, 2017) con ello se esclarece el motivo de la efectividad de la multa de 30.000 euros por el abandono de los animales.

Figura 14 Campaña: *Este verano no me abandones*



**ESTE VERANO**

**NO ME ABANDONES**  
**Bajo multa de hasta 30.000 €**

Art. 12.1 Ordenanza Municipal sobre Limpieza Pública  
Art. 4.1.a y b Ley Andaluza 11/2003 de protección de los Animales



En colaboración con

Ayuntamiento de El Viso del Alcor

*Fuente: Ayuntamiento de El Viso del Alcor*

Más allá de tomar el tema del abandono como un tema sensible que afecta de manera drástica la vida y salud de los animales se toma una medida ponderada por el dinero como fuente de sensibilización frente a la problemática; con un monto de 30.000 euros como la multa bajo los Artículos 12.1 *Ordenanza Municipal sobre Limpieza Pública* y la 4.1.a y b *Ley Andaluza 11/2003 de protección de los Animales* constitucionales los cuales avalan la multa como medida de reparación por los daños ocasionados a los animales, de tal manera que puedan hacer hincapié en esta situación y que la fundación Lasa, La Sonrisa Animal pueda obtener recompensas por su labor en la ayuda de los animales rescatados.

Como en esta y otras campañas hemos visto que solo se presentan una pieza que se distribuye por las redes sociales que generarían tráfico para difundir dicha información, en esta pieza se puede evidenciar lo que el Delegado Juan Jiménez enfatiza cual será la multa y la acción que desencadena la misma, no obstante adjuntan en la pieza los sustentos legales para poder efectuar la sanción como una medida que mitigue el problema; Así mismo, en la pieza informativa podemos tomar a un perro como el eje central donde se puede ver caris bajo, en representación a la problemática del abandono y su tristeza, ya que en otra sección de este artículo el dice: “Queremos hacer un llamamiento a la tenencia responsable de animales, tenemos que tomar conciencia de que un animal no es un objeto sino un ser vivo que siente y, por lo tanto, siente el abandono, el dolor, y la tristeza”. Con una paleta sencilla y con tipografías legibles se muestra toda esta información.

### 2.6.6 NO ABANDONES.

*Figura 15 Recopilación Campaña: NO ABANDONES.*



*Fuente: Comunidad Valenciana | Europa press*

El ayuntamiento de Valencia en España lanza la campaña *NO ABANDONES*. La cual busca conmovir a los ciudadanos de esta ciudad sobre el abandono de los animales en temporada de vacaciones, y se busca retratar de manera sencilla con fotos reales tomadas en temporada de vacaciones lo sencillo que puede ser viajar con su mascota, la diseñadora que ha realizado esta campaña dice: “La facilidad y la felicidad de convivir con una mascota durante las vacaciones”.<sup>11</sup> (Redacción, s.f.) Así mismo esta campaña fue efectuada en el inmobiliario público de la ciudad, lo cual quería masificar la información ya que estaría a disposición de todos; esta iniciativa tiene origen a partir de que en la época del verano las cifras del abandono animal aumenta a causas de los viajes de los habitantes de grandes ciudades convirtiéndose en una circunstancia crítica, que quizá el ayuntamiento de Valencia no puede manejar de manera eficaz.

Yukari la diseñadora de esta campaña dice: “El diseño está inspirado en las casetas de playa o de una camiseta marinera, mientras que los otros elementos son complementarios de un buen rato de verano”. Y el fotógrafo de dicha campaña Raúl Belichón expresa: “He querido mostrar panoramas de cómo es compartir las vacaciones con las mascotas. Los animales y compañía son parte de la familia y se debe contar con ellos”.

Es una forma muy sencilla de informar a las personas sobre la importancia de las mascotas en nuestra vida cotidiana y recalcar que se debe convivir con ellas incluso en instancias donde siempre se piensa que no hacen parte de las circunstancias. En otra instancia la concejala de Bienestar Animal del Ayuntamiento de Valencia

Eso quiere decir que la campaña más allá de solo contextualizar a los ciudadanos sobre la problemática, generó algo más en los individuos del lugar y ayudó a la adopción de animales,

---

<sup>11</sup> La diseñadora que desarrollo esta campaña es Yuraki Taki

puede ser positivo de manera que habrá más animales domésticos en casas con cuidadores calificados y que les brinden una estabilidad en todos los aspectos esenciales.

### **2.6.7 La leçon de conduite | La lección de conducción**

La fundación francesa 30 Millions d'Amis llevó a cabo una campaña sobre el abandono de animales de compañía en una pieza audiovisual el 2016, esta campaña fue una de las más exitosas ya que se encontraron en diferentes redes sociales y fue transmitida vía televisión en Francia.

Esta pieza se desarrolla con un cortometraje que relata la historia de un amo y su perro; de manera muy breve la historia transcurre, desde que el perro está acostado en el suelo de un cuarto de emergencias en un hospital donde se ve un hombre mal herido en cama a punto casi de su muerte. En la siguiente escena se ve un flashback donde se ve el perro y el hombre que para ese entonces estaba bien en el automóvil, llegan un bosque es ahí cuando el amo, le quita la correa del cuello al perro y le pide que se siente en tono de molestia, el perro obedece y se queda en el mismo sitio donde lo ha sentado el amo, el hombre llega al automóvil se sube y lo abandona, no obstante, el perro corre detrás de él y por el vidrio retrovisor el conductor se percata del animal, y en cuestión de segundo el hombre se ve volcar en el automóvil, ocasionando un accidente trágico; el can corre y lo saca del auto, y lo deja a una distancia considerable ya que por la magnitud de los hechos el carro explota.

Pasa el tiempo llega el equipo de paramédicos y el perro lo acompaña en la ambulancia, después de ello volvemos a la escena principal donde se ve el canino quedarse sentado, mientras

que la frase “Él nunca te abandonaría” se muestra en pantalla seguida de la etiqueta #Noalabndon<sup>12</sup>

En base a esta historia la fundación cumplió con lo estimado y era poder transmitir a cada espectador lo desgarrador que es para un animal el abandono, y que, aunque en algunos casos como lo evidenciamos en el cortometraje no llega a ser un amor recíproco, los animales están siempre dispuestos a darles un amor fiel, incluso cuando se dan situaciones así de desafortunadas.

Esta pieza audiovisual en la cuenta oficial de YouTube la fundación actualmente (16 de septiembre del 2021) cuenta con 4.791.640 de visualizaciones, y en su cuenta oficial de Instagram cuenta con 5.017 reproducciones; son cifras extraordinarias donde se ve el alcance de este video y cómo puede aportar de manera positiva al abandono animal. Por otro lado, y de manera visual, está ejecutada perfectamente y relata un sentimiento tan subjetivo como lo es el amor.

*Figura 16 Campaña #NONALABANDON*



<sup>12</sup> El video es de

## 2.7 Uso de las redes sociales en Colombia

A causa de la pandemia y confinamiento en todo el mundo, el uso de las redes sociales y de la internet ha ido en ascenso, ya sea por estudio o por trabajo las personas deben estar conectadas para evitar el contagio y para mantener las relaciones interpersonales.

Según estadísticas publicadas por We are Social y Hootsuite, en su último reporte anual del 2020 a 2021, confirma que en Colombia el uso de las redes sociales aumentó en un 1,4 millón de usuarios a partir de la pandemia; así mismo, la cifra completa de usuarios sería de 39,00 millones de usuarios activos.

Figura 17 Uso de redes sociales





Fuente: branch

Las redes sociales y el uso de dispositivos multimedia se ha diversificado, y no solo están los teléfonos inteligentes como medio principal, sino que se han utilizado consolas de videojuegos, televisores con plataformas de streaming que facilitan el acceso a la internet, consigo mismo trae aspectos como que se multiplican las horas donde se implementa un dispositivo digital en la vida cotidiana de un individuo.

A consecuencia de la pandemia las personas han tenido que buscar alternativas que ayuden a disminuir el estrés de estar en casa, y es cuando las redes sociales como TikTok e Instagram han tenido la posibilidad de crecer incluso más de lo que ya venían aumentando en popularidad a través de los años.

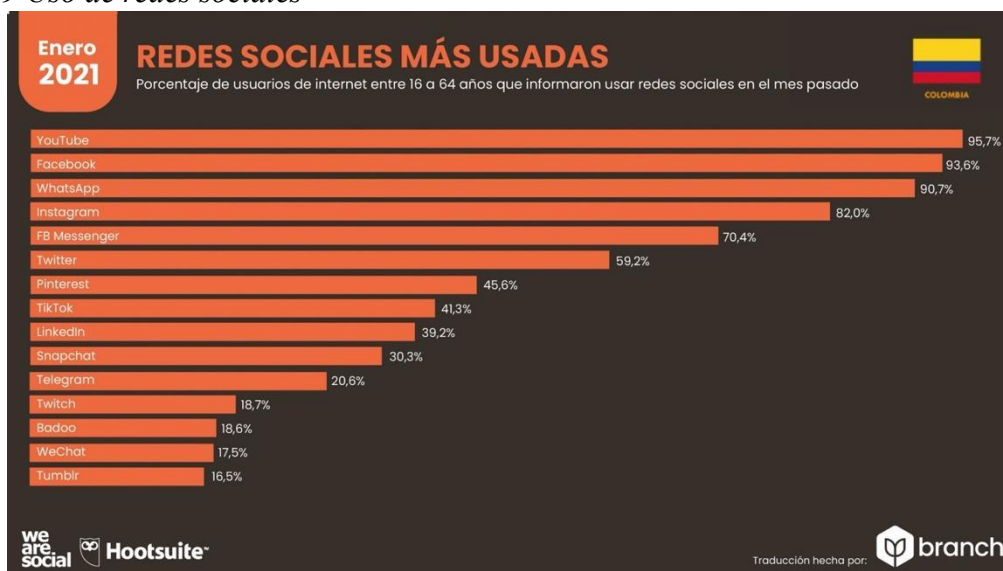
Figura 18 Posesión de Dispositivos



Fuente: branch

Con estos datos se puede inferir que la vida de los partícipes de esta oleada digital a causa de la pandemia han podido hacer uso de elementos distintos a los habituales puesto a que constantemente están a su disposición desde el hogar. Y las redes sociales es cuando tienen su auge y pueden abarcar a un gran nicho de mercado porque las personas constantemente están atraídas en conocer diferentes temas de interés. En estos mismos datos graficados por la plataforma branch informa que la red social más usada en Colombia en el periodo 2020 a 2021 fue YouTube, seguida de Facebook, WhatsApp e Instagram.

Figura 19 Uso de redes sociales



Fuente: branch

El alcance que estas redes sociales pueden tener es increíblemente alto, por ejemplo Facebook que tiene un alcance hasta de 36 millones de personas en una vaya publicitaria dentro de sus aplicativos, o Instagram con un público potencialmente que rodea a los 16 millones, y aunque ambas redes sean de la compañía de Facebook el contraste es significativo en la cantidad de personas que ven la publicidad, y acá es cuando debemos conocer cuales son los intereses del público que usan las plataformas digitales.

Actualmente cada red social ha tenido un enfoque diferente, ocasionando en los individuos el uso de varias de ellas que satisfagan sus necesidades; el enfoque de YouTube ha sido poder conectar con los usuarios a través del algoritmo en la cual te recomienda desde que entras a la plataforma videos que pueden ser interesantes para ti, con temas como la cocina, tecnología, entretenimiento, películas, etc. Haciendo que puedas pasar horas sin aburrirte, por otro lado Facebook se ha enfocado en la interacción entre sus usuarios, por medio de las herramientas integradas dentro de la app principal como la tienda, la sección de tu perfil de citas, y la mítica opción cómo compartir fotografías, WhatsApp aunque no ha tenido mayores cambios en todo este plazo de tiempo ha integrado mejoras que faciliten la interacción en mensajería, no obstante, se da más reconocimiento a la app de Telegram la cual también ayuda a la mensajería instantánea, con el factor diferencial que tiene mas herramientas que hacen del aplicativo una experiencia totalmente diferenciada. Instagram por otro lado, ha mejorado sus herramientas a la hora de compartir fotografías en las historias y para que puedas estar horas dentro de la app presentándote mejoras en algoritmos que den recomendaciones de reels, publicaciones, publicidad y tiendas virtuales; esto se podría parecer bastante con la app TikTok que se ha enfocado en poder entretenerse de manera asertiva con temas de tu interés, ya que se pueden

encontrar un sinnfín de videos y de todo tipo, dejando un amplio espectro de contenido multimedia que pueden ver los usuarios.

En Colombia los usuarios de Instagram tienen en promedio entre 18 a 34 años de edad, este rango estaría representando el 65% de los usuarios en Colombia, esto según cifras del portal IEDGE.

Figura 20 Resumen de Audencia Instagram



Fuente: branch

### 3. Métodos de Recolección de información

Los métodos de recolección de información como, la matriz DOFA y el mapa de empatía fueron extraídos del libro Desingpedia, escrito por Juan Guasca y Rafael Zaragozá; este libro fue elegido como referente principal para la recolección y orientación de la investigación, a consecuencia de cumplir uno de nuestros objetivos y ejecutar de manera satisfactoria la campaña que se encuentra al final del documento. Una vez esto claro, es importante resaltar, que el libro ayuda a comprender y desarrollar nuevas ideas que den como soluciones piezas de creatividad,

desde el Design Thinking<sup>13</sup> y que recopila varias herramientas que ayudan a entender diferentes perspectivas sobre un problema, con diferentes fases de ejecución; encajando de manera idónea con nuestro objetivo de responder a la problemática del abandono animal de manera visual que se distribuya a través de la red social Instagram.

El método del árbol de problemas fue elegido para comprender de manera gráfica y más estructurada el origen del problema que se desata la investigación, y como se muestra en la Figura \*\* cuenta con tres bases fundamentales que simplifican el problema.

### 3.1 Matriz DOFA

Tabla 1 Matriz DOFA

DOFA   Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas	
Debilidades	<p>Primero que nada, hay que aclarar que las condiciones precarias en las que están algunas de estas mascotas a causa de la pandemia y de la escasez de los recursos e ingresos económicos de sus dueños para sostenerlos, debería ser una de las mayores, por no decir que la mayor debilidad.</p> <p>Además de esto, una debilidad debe ser que a causa del desempleo y de la falta de oportunidades, muchas personas que tenían mascotas decidieron deshacerse de estas ya que sus gastos se aumentaban para poderles dar estabilidad y bienestar a sus mascotas, dejándolas abandonadas en la calle, en la cual van a estar desamparados, aguantando frío y hambre, aparte del maltrato de personas inescrupulosas.</p>
Oportunidades	<p>La oportunidad principal es poder brindarles una nueva oportunidad de sostenerse beneficiarse a todas estas mascotas que se vieron afectadas por el abandono a causa del COVID-19, en la ciudad de Bogotá, una de las ciudades principales que más fueron afectadas por esta pandemia, y no solamente se les dará la oportunidad a estos animales de tener esta buena estabilidad, sino que también a algunas familias se les podrá brindar la oportunidad de tener la compañía de uno de estos animales que además de brindar una compañía fiel</p>

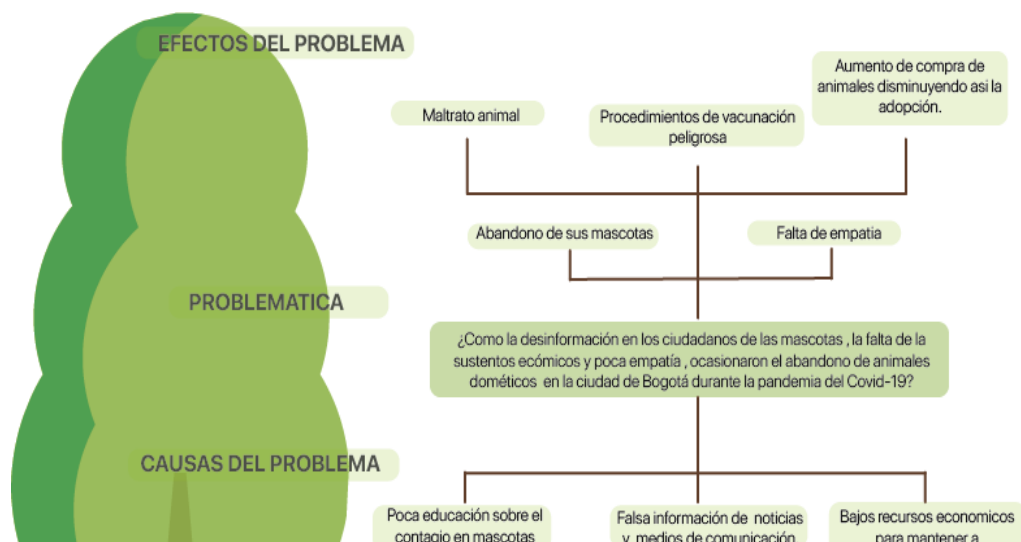
<sup>13</sup> Es una filosofía del proceso creativo cuyo principal objetivo es generar ideas innovadoras que centren su eficacia en entender y dar solución a las necesidades o problemas reales de los usuarios. Definición extraída del portal web: Platzi

	<p>e incondicional, pueden ayudar con la salud mental de algunas personas que quedaron afectadas por la pandemia.</p> <p>Además de dar una oportunidad de que no se siga fomentando y creciendo el aumento de abandonos de mascotas, fomentando una idea clara y concisa de que estos animales no deberían ser abandonados independientemente de la situación por la que se esté pasando.</p>
Fortalezas	<p>Las fortalezas, junto con las oportunidades, están enfocadas en el bienestar de todas las mascotas y en el bienestar de las personas que siempre han querido estar acompañadas de estos animalitos.</p> <p>Aunque, además de éstas, se ve una fortaleza muy grande y destacada es que se van a poder ver más destacados los valores como el amor, la solidaridad, y el cariño.</p> <p>Viendo que se va a poder brindar el cariño y apoyo que se necesita al saber que están sufriendo de una u otra manera al estar expuestos a los peligros que acechan día a día en la calle.</p>
Amenazas	<p>La principal amenaza es lo mencionado anteriormente de los peligros que se pueden observar que corren estos animalitos al estar en la intemperie día a día, sabiendo que, así como hay seres humanos con mal corazón que principalmente los dejaron abandonados, hay otros seres humanos que no les importa que estas mascotas sean un ser vivo más y creen que pueden hacerles daño y no pasa nada.</p> <p>Otra amenaza muy grande, es que estos peligros pueden llegar a causarles hasta la muerte, sumando uno a uno de los daños que pueden ser causados a estos, hasta que llega el punto que tal vez puedan fallecer.</p>

Fuente: Creación propia

### 3.2 Árbol de Problema

Figura 21 Árbol del Problemas



### 3.3 Mapa de Empatía



Figura 22 Mapa de Empatía

3.3.1 El DOFA nos ayudó al análisis tanto interno (Debilidades y Fortalezas) como externo (Amenazas y Oportunidades) de nuestro proyecto.

3.3.2 Con el árbol de problemas logramos centrar nuestras preguntas encontrando así las causas y efectos que están abatiendo esta gran problemática.

3.3.3 Y por último con nuestro mapa de empatía y con una persona entrevistada logramos conocer a nuestro público objetivo basándonos en lo que sienten, piensan, oyen, ven, dicen y hacen.

## 4. Conclusión

Tras el análisis, de toda la información presentada paulatinamente durante todo el documento, hemos llegado a la conclusión que, los animales domésticos en su mayoría se adquieren con un propósito, estos propósitos se han definido de 3 maneras para ejemplificar, el primero de ellos sería el gusto por los animales y que hagan parte fundamental en sus vidas, el

segundo es a partir de adquirir animales de asistencia para personas con discapacidad, o entidades de seguridad, etc. Y el último se desarrolla por la necesidad de ver a los animales como un medio “sustentable” para producción monetaria y satisfacción personal.

En cualquiera de los tres propósitos se encuentran falencias grandes que afectan de manera consistente a los animales, en el primero de ellos, es porque aunque existen individuos que les gusten los animales están lejos de proporcionarles una vida digna y sana, cumpliendo todos los requisitos que involucra el tener un animal; el segundo de ellos, es porque los animales en algunos casos son estrictamente contenidos para desarrollarse de una manera saludable y cumplen solo con las expectativas que desee el dueño legítimo. Y en el último de los propósitos los problemas son mucho más grandes en contraste a los otros dos, ya que, los animales son explotados de muchas maneras, para satisfacción ajena a ellos.

Todo esto trae consecuencias perjudiciales en la vida de los animales, tales como enfermedades, infecciones, llegar a la medida correctiva del maltrato, extremos de retención de la libre personalidad, etc. Y en la mayoría de los casos, los animales son abandonados como la única alternativa para librarse de las responsabilidades que se adquieren cuando se hace tenencia de un animal; lo cual complica mayoritariamente la situación que ya trae consigo el abandono, siendo esto una de las maneras más crueles de maltrato. Y durante la pandemia del Covid-19 las cifras de dicha problemática solo han ido en ascenso, generando que las entidades, que se dediquen al cuidado de animales sin dueño, hayan tenido sobre cupo en sus instalaciones y que las recompensas por el trabajo hayan sido nulas. Los problemas con el abandono no solo radican en dejar al animal en la intemperie, sino, que deben adaptarse al no comer lo suficiente, al ser



capaces de aguantar las condiciones deplorables de la calle, donde se registran que los animales son quemados, envenenados y maltratados; sobrevivir frente a los extremos climas, etc.

Actualmente las redes sociales venden estereotipos de cómo actuar, cómo vivir tu vida, qué productos consumir, y todo lo que conlleva; a consecuencia de ello, existen personas que estas plataformas digitales se convirtieron en la conciencia y existen casos donde su estrecha relación con los dispositivos ocasiona que adquieran un animal solo por postureo digital. Estas situaciones dejan un panorama preocupante para los animales, ya que son tomados como un ser de segunda categoría y sus necesidades básicas son irrelevantes para diferentes sujetos, anexándose en propósitos tergiversados de la adquisición de un animal doméstico. A niveles personales creemos que la adquisición saludable de una mascota empieza desde, el educarse para brindar un espacio seguro cuando llegue el animal, hacer tenencia de él apoyando la adopción, cuidar su vida reproductiva, tener la disponibilidad de tiempo para compartir y desarrollar su personalidad, y por último, tener los recursos monetarios para satisfacer sus necesidades básicas; con estas características se pueden evitar situaciones desastrosas que atenten a la vida de los animales y estar conscientes que su vida debe ser digna y saludable.

Y aunque las personas no están informadas de los beneficios que trae una mascota a la vida cotidiana, son significativos, como evitar el sentimiento de soledad, aliviar depresiones, aumentar el sentimiento de felicidad, reducir estrés, aumentar el sentido de responsabilidad, mejorar la vida social, mejorar el físico, etc. Estos beneficios, aunque se dan de manera natural con la relación entre individuo y animal, se debe tener claro que el costo está en tener a los animales en un entorno saludable, para no tener que recurrir al abandono como la medida extremista para solucionar problemas.

“Abandonar a una mascota que en otro momento nos hizo pasar momentos de alegría es un acto cruel e inhumano que debe ser repudiado, y recuperarlas o adoptarlas, una acción que nos haría mejores personas.” (Editorial, 2020)

## Bibliografía

- CITYNOTICIAS. (5 de Julio de 2019). *Hay más de 7 millones de habitantes en Bogotá, según cifras del censo*. Recuperado el Septiembre de 2021, de EL TIEMPO:  
<https://www.eltiempo.com/bogota/numero-de-habitantes-de-bogota-segun-el-censo-del-dane-384540>
- Data Commons. (2020). *Data Commons Place Explorer*. Recuperado el Septiembre de 2021, de [https://datacommons.org/place/country/COL?utm\\_medium=explore&mprop=count&popt=Person&hl=es](https://datacommons.org/place/country/COL?utm_medium=explore&mprop=count&popt=Person&hl=es)
- Benavides, L. M. (18 de Febrero de 2019). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-hogares-del-pais-tienen-mascota-segun-brandstrat-2829114>
- Hay mas de 7 millones de habitantes en Bogotá, s. c. (2019). *EL TIEMPO*. Obtenido de EL TIEMPO:  
<https://www.eltiempo.com/bogota/numero-de-habitantes-de-bogota-segun-el-censo-del-dane-384540>
- Castiblanco, C. (2 de Abril de 2020). *BOGOTA*. Obtenido de BOGOTA:  
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/abandono-de-animales-durante-cuarentena-en-bogota>
- Baquero, J. A. (27 de Junio de 2019). *BOGOTA Observatorio de Desarrollo Económico*. Obtenido de La Economía alrededor de las mascotas en Bogotá:  
<https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>
- Yermanos, C. P. (16 de Mayo de 2020). *EFE*. Obtenido de EFE: Agencia EFE:  
<https://www.efe.com/efe/america/sociedad/perros-y-gatos-sufren-abandono-en-colombia-durante-la-cuarentena-por-coronavirus/20000013-4247805>
- Leonardo F. Gómez, C. G. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 378.
- Gonzalez, X. (27 de Enero de 2021). *AGRONEGOCIOS*. Obtenido de AGRONEGOCIOS:  
<https://www.agronegocios.co/mascotas/mascotas-un-gasto-que-se-debe-tener-en-cuenta-en-el-presupuesto-de-los-hogares-3116134>
- Madrid Salud. (24 de Marzo de 2018). *Madrid Salud*. Obtenido de <https://madridsalud.es/cuidados-basicos-para-los-animales-de-compania-perros-y-gatos/>
- Ministerio de Salud. (1 de Abril de 2020). *Minsalud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/MinSalud-rechaza-abandono-de-animales-de-compania-por-desconocimiento-sobre-COVID-19.aspx>

El Tiempo. (4 de Octubre de 2020). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/opinion/editorial/abandono-animal-editorial-de-el-tiempo-541491>

Rodriguez, S. (10 de Febrero de 2021). *RCN Radio*. Obtenido de RCN Radio : <https://www.rcnradio.com/bogota/en-bogota-hay-casi-un-millon-de-mascotas-sin-hogar>

Castiblanco, C. (20 de Febrero de 2020). *Bogota*. Obtenido de Bogota: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/sanciones-y-multas-para-el-maltrato-animal-en-colombia>

Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal. (2021). *Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal*. Obtenido de <http://www.proteccionanimalbogota.gov.co>

Ambiente, A. D. (2021). *Asociación Defensora de Animales y del Ambiente*. Obtenido de Asociación Defensora de Animales y del Ambiente: <https://www.adacolombia.org>

Mindefensa. (2021). *Policia Nacional*. Obtenido de <https://www.policia.gov.co/proteccion-ambiental/patrullas>

Animal Love. (2021). *Animal Love*. Obtenido de Animal Love: <https://www.fundacionanimallove.org/index.php/fundacion/que-hacemos>

AnimalesGob. (29 de Julio de 2021). *Twitter*. Recuperado el Septiembre de 2021, de D. G. Derechos Animales: <https://twitter.com/AnimalesGob>

Vives, J. (6 de Noviembre de 2018). *La Vanguardia*. Recuperado el Septiembre de 2021, de Junior Report: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20181106/452776837442/fashion-film-cortometrajes-promocionar-moda.html>

Redacción ALO Mujeres. (2 de Febrero de 2012). *Revista Aló.co*. Recuperado el Septiembre de 2021, de Revista Aló.co: <https://www.alo.co/moda-y-tendencias/sabes-exactamente-que-es-un-lookbook>

Fundación Affinity. (4 de Octubre de 2016). *Affinity*. Recuperado el Septiembre de 2021, de Affinity Fundación 1987: <https://www.fundacion-affinity.org/blog/fundacion-affinity-lanza-la-campana-nosonunamoda-contraelabandono-deanimales>

Redacción. (19 de Mayo de 2020). *Cuentamealobueno*. Obtenido de Cuentamealobueno: <https://www.cuentamealobueno.com/2020/05/campana-contraelabandono-animal-noalbandono/>

Redacción. (1 de Julio de 2021). *elDiario.es*. Recuperado el Septiembre de 2021, de elDiario.es: [https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/izquierda-unida-lanza-campana-reclama-medidas-abandono-animal\\_1\\_8093924.html](https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/izquierda-unida-lanza-campana-reclama-medidas-abandono-animal_1_8093924.html)

Jimenez, J. (17 de Julio de 2017). *Ayuntamiento de El Viso del Alcor*. Recuperado el Septiembre de 2021, de Ayuntamiento de El Viso del Alcor: <http://www.elvisodelalcor.es/temas/noticias/CAMPANA-DE-CONCIENCIACION-SOBRE-EL-ABANDONO-Y-EL-MALTRATO-ANIMAL/>

Redacción. (s.f.). *Comunidad Valenciana*. Recuperado el Septiembre de 2021, de Europa Press: <https://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-valencia-lanza-campana-conmover-contrabandono-animal-fotografias-reales-20210706160803.html>

IEDGE. (s.f.). *IEDGE*. Recuperado el Septiembre de 2021, de Business School: <https://www.iedge.eu/instagram-en-colombia-2020-por-javier-garcia>

Clay Alvino, We are social & Hootsuite. (12 de Abril de 2021). *branch*. Recuperado el  
Septiembre de 2021, de  
<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>