

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



HABLA POR ELLOS: CAMPAÑA CONTRA LA CRUELDAD ANIMAL

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Aaron Jafet Rodríguez Chenet

Código 20070927

Lima – Perú
Octubre de 2019

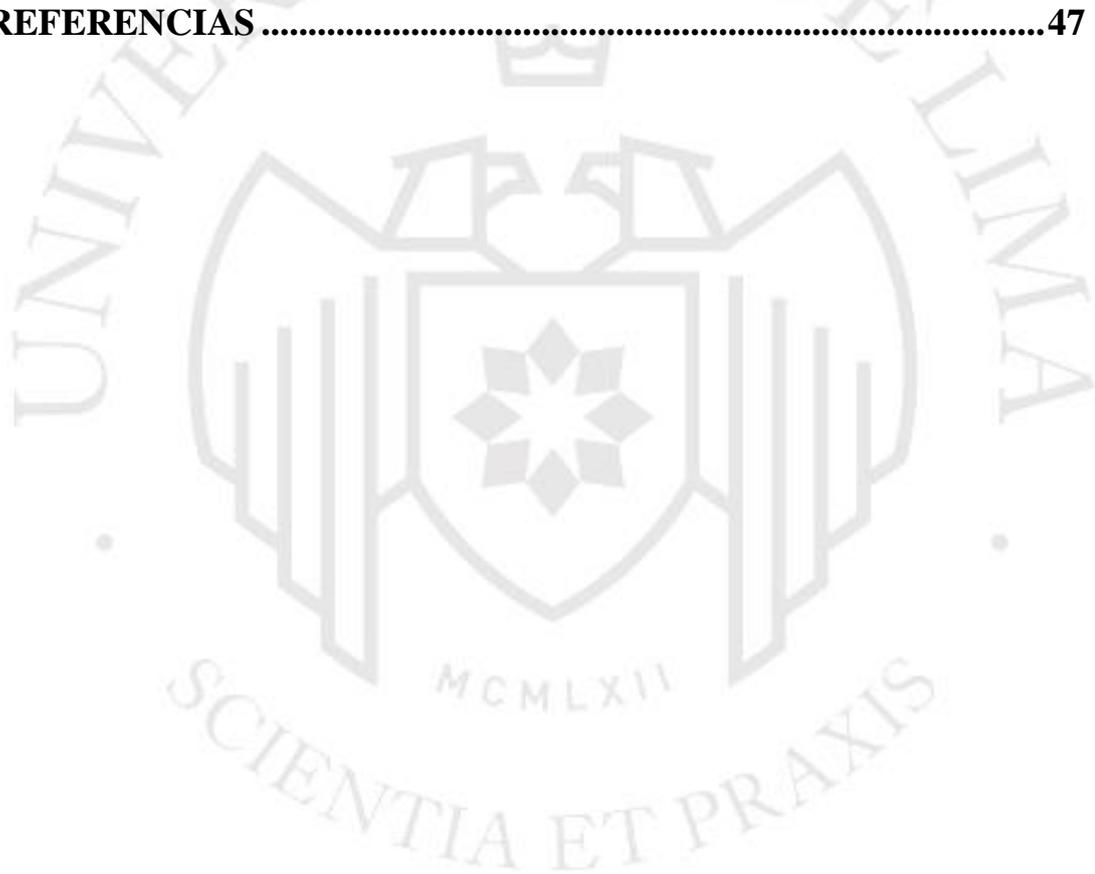


**HABLA POR ELLOS: CAMPAÑA CONTRA
LA CRUELDAD ANIMAL**

ÍNDICE

RESUMEN EN ESPAÑOL	8
PALABRAS CLAVE:.....	8
RESUME IN ENGLISH.....	8
KEYWORDS:.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
1.ANTECEDENTES DEL TRABAJO.....	10
1.1. La violencia en la sociedad	10
1.2. La crueldad animal como antesala de la violencia social .	11
1.3. Crueldad animal en el Perú	13
1.4. Campañas contra la crueldad animal en el Perú	15
1.4.1. #SOMOSPATAS.....	15
1.4.2. Cruzada por la vida.....	16
1.5. Casos de crueldad animal.....	16
1.5.1. Sentencia por maltrato animal.....	17
1.5.2. Mujer arroja a perro del quito piso.....	17
1.5.3. El rescate de Busher	18
2. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN	20
2.1. Campaña “Habla por ellos”.....	20
2.1.1. Objetivo general	20
2.1.2. Objetivos específicos.....	20
2.1.2.1. Objetivos primarios.....	20
2.1.2.2. Objetivos secundarios	20
2.1.3. Mensaje principal	21
2.1.4. Público objetivo.....	21
2.1.5. Período de la campaña.....	21
2.1.6. Canales de difusión	22
2.1.7. Financiamiento	23

2.1.8. Contenidos.....	24
2.1.8.1. Promoción de la campaña	25
2.1.8.2. Emisión de informes	27
3. SUSTENTACIÓN	36
3.1. El espacio escogido.....	36
3.2. Las redes sociales como fuente de información	37
3.3. Efectividad de redes sociales para combatir la crueldad ..	38
3.4. Estructura de los informes.....	40
4. RECOMENDACIONES.....	43
REFERENCIAS	47



**Dirección web de las piezas y producciones de comunicación
parte del trabajo**

https://drive.google.com/drive/folders/1SyJKpxTQllrP9BJx1Y6S-PXmhzbTt_L9?usp=sharing



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la campaña.....	26
Figura 2. Captura de promoción	27
Figura 3. Captura de la promoción.....	27
Figura 4. Captura de cuña	28
Figura 5. Captura de cuña	28
Figura 6. Claqueta	28
Figura 7. Banner.....	29
Figura 8. Frame de storyboard 1	29
Figura 9. Frame de storyboard 2	30
Figura 10. Frame de storyboard 3	30
Figura 11. Frame de storyboard 4	30
Figura 12. Frame de storyboard 5	31
Figura 13. Frame de storyboard 6	31
Figura 14. Frame de storyboard 7	32
Figura 15. Frame de storyboard 8	32
Figura 16. Frame de storyboard 9	33
Figura 17. Frame de storyboard 10	33
Figura 18. Frame de storyboard 11	33
Figura 19. Frame de storyboard 12	34
Figura 20. Frame de storyboard 13	34
Figura 21. Frame de storyboard 14	35

RESUMEN EN ESPAÑOL

“Habla por ellos” es una campaña que busca eliminar los actos de crueldad animal a través de la difusión de informes periodísticos que sensibilicen y animen a que todos los actores de la sociedad denuncien estos actos, y así reducir la tolerancia que la gente tiene a estas prácticas inaceptables. La campaña cuenta con distintos medios audiovisuales que presentan historias de rescate, sanación y búsqueda de hogar a los animales, víctimas de violencia y maltratos.

Palabras clave:

Crueldad, maltrato, violencia, animal, campaña, periodismo, noticias, televisión.

RESUME IN ENGLISH

Speak for Them, is a campaign that seeks to eliminate acts of animal cruelty by spreading awareness through all news outlets and denounce society for tolerance of this unacceptable act. The campaign will have different audiovisual media that present stories of rescue, healing and finding a good home for these animals of abuse.

Keywords:

Cruelty, abuse, violence, animal, campaign, journalism, news, television.

INTRODUCCIÓN

La crueldad animal es un problema muy grave por el que atraviesa cualquier sociedad. Muchas personas no le dan la importancia debida porque no están informados sobre este tema y los peligros de tolerar estos actos; numerosos estudios relacionan los actos de crueldad (maltrato o abandono) de los animales con los índices de violencia familiar, criminalidad y hasta de homicidios. En las siguientes líneas, se abordará los principales motivos por los que se debe implementar políticas de prevención de actos de crueldad animal y se analizarán los esfuerzos realizados hasta el momento. De ahí que este trabajo proponga y justifique una campaña periodística para involucrar a todos los actores de la sociedad y lograr el cambio estructural que se necesita para eliminar la tolerancia a esta práctica. De esta manera, se podrá lograr la reducción de los índices de crueldad animal y así, convivir en sociedad menos violenta.

MCMLXII
SCIENTIA ET PRAXIS

1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO

1.1. La violencia en la sociedad

La violencia es el origen de la mayoría de problemas que afronta cualquier sociedad. La Organización Mundial de la Salud (OMS) la define como “El uso deliberado de la fuerza física o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones” (2002). Niños, mujeres, hombres, familias y los animales conforman los grupos que integran las sociedades modernas y pueden ser víctimas de violencia.

El círculo de la violencia desencadena diferentes conflictos, comportamientos, actos que van más allá del daño físico. “La violencia provoca depresión, ansiedad y otros trastornos de salud mental. También contribuye a la aparición de cánceres, enfermedades del corazón, accidentes cerebrovasculares y VIH/sida” (Krug, E., 2014). Hablamos entonces de una verdadera dificultad a la que debemos enfrentarnos para poder tener sociedades saludables, armoniosas y seguras.

La violencia es previsible y evitable. Es cierto que no existe un único elemento que explique por qué un individuo es más violento que otro, sino de un conjunto de factores sociales, culturales, económicos y biológicos. Está comprobado que la identificación y medición temprana de estos factores son fundamentales para predecir la violencia y advertir el problema a las instancias estatales responsables. Invertir en prevención es mucho menos costoso económica y socialmente para una nación que la solución tardía cuando ya ha ocurrido un acto de violencia.

En el Perú, los niveles de violencia se han incrementado en los últimos años. De enero a junio del presente año, 86 334 casos de violencia fueron atendidos en el Centro de Emergencia Mujer (CEM), lo que representa un aumento del 41% respecto al mismo período en el año 2018, donde se atendió a 61 440 víctimas. El 29% de los casos registrados este año corresponde a niños, niñas y adolescentes, y el 65% a personas adultas, donde las mujeres representan el 96% de este último porcentaje. (MIMP, 2019).

Es importante encontrar métodos para combatir la violencia en nuestro país, pero sobre todo ejecutar acciones para prevenirla, para eso es imperativo actuar de manera simultánea en varios niveles y sectores de la sociedad. Sensibilizar a la población, combatir la desigualdad sexual, reducir las brechas sociales, identificar factores de riesgo individuales, fomentar actitudes y comportamientos positivos en los niños y crear entornos familiares saludables. Ninguna clase de violencia debe ser permitida.

1.2. La crueldad animal como antesala de la violencia social

Si la crueldad hacia cualquier persona es un acto condenable, ¿por qué no lo sería cuando se trata de animales? Es importante explicar por qué es importante que las personas como individuos sociales, tomen conciencia sobre el respeto a la vida de estos seres (considerados inferiores, pero no por ellos incapaces de sentir dolor, abandono o crueldad).

Si nos basamos en la idea de que ningún ser vivo debe experimentar dolor, asumiendo que cuando hablamos “seres” nos referimos a toda forma de vida que sea sensible (humanos o animales), entonces, no solo las personas merecen consideración, sino los animales y plantas también. Hay que dejar

en claro que no se exige consideración o preocupación hacia los animales desde el punto de vista moral (la importancia del ser humano), sino por un criterio de sensibilidad que hace inmoral la provocación innecesaria del dolor. (Rincón, E., 2011)

Los animales son criaturas conscientes, que tienen derecho al cuidado y protección contra cualquier injusticia o sufrimiento. Por eso, entendemos la crueldad hacia ellos como una acción igual de condenable que si se tratara de un ser humano, puesto que son actos reprochables para la sociedad tanto como la violencia doméstica o infantil, así como las violaciones u homicidios.

El maltrato animal está relacionado con algunas patologías mentales como el trastorno disocial, que puede iniciarse antes de los 16 años y cuyo desarrollo suele dar lugar a un trastorno antisocial de la personalidad. (Santiago, L., 2013). Para evitar la psicopatía en la adultez, los expertos aseguran que es importante evaluar el comportamiento de los niños y adolescentes con los animales, y encontrar soluciones para reducir la tolerancia que existe frente a estos actos.

La detección temprana del maltrato animal puede ayudar a descubrir otros comportamientos violentos y posibilitar la intervención necesaria de los especialistas. A su vez, la identificación de violencia interpersonal en los hogares debe convocar nuestra atención hacia la posible consecuencia de maltrato animal. (Díaz, M. & Olarte, M., 2018), puesto que se ha registrado altos índices en este patrón de comportamiento en el seno familiar, sobre todo en niños víctimas de abuso sexual.

En ese sentido, la crueldad animal es un problema que debe ser tratado con la misma importancia que otros problemas sociales, ya que este es un claro indicador de violencia familiar. Es necesario un trabajo adecuado de prevención dirigido a las familias, núcleo de la sociedad, donde se constituye la formación de la personalidad de sus miembros.

1.3. Crueldad animal en el Perú

En nuestro país, aún existe un gran desconocimiento sobre la violencia animal. Hasta el año 2015, no era considerado un problema, sino solo una falta. De allí que solamente siete personas fueran sancionadas. Los casos de crueldad animal continúan siendo numerosos y gracias a la tecnología (y a las redes sociales), hoy en día es posible encontrar videos que evidencian este problema.

La idiosincrasia de la mayoría de los peruanos desmerece el valor de la vida animal, pues lo aborda como un asunto de buenas costumbres (Foy, P., 2015). Esto está cambiando gracias a la labor de varios actores de la sociedad como los grupos animalistas o las organizaciones no gubernamentales (ONG).

En el año 2016, se promulgó la ley N.º 30407, Ley de Protección y Bienestar Animal, a través de la cual el Estado peruano reconoce a los animales como seres sensibles que merecen gozar de buen trato. Esta norma tiene como objetivo proteger la vida y la salud de los animales vertebrados, domésticos o silvestres mantenidos en cautiverio; impedir el maltrato y la crueldad, causados directa o indirectamente por el ser humano, que les ocasiona sufrimiento innecesario, lesión o muerte; fomentar el respeto a la vida y el bienestar de los animales a través de la educación; y velar por su bienestar

para prevenir accidentes a sus poblaciones y aquellas enfermedades transmisibles al ser humano.

De esta manera, la ley N.º 30407 sanciona los actos de crueldad contra un animal doméstico o silvestres, así como el abandono de estos seres hasta con tres años de prisión y 180 días multa. Si como consecuencia de los actos de crueldad el animal pierde la vida, la sanción puede llegar hasta los cinco años y 360 días multa. En ambos casos el sentenciado puede quedar inhabilitado de poseer un animal como mascota.

Tres días después de promulgada la esta ley, la Asociación Peruana de Protección a los Animales (ASPPA) informó que el número de denuncias por crueldad animal subió en un 60% (Carrión, A., 2016). Sin embargo, no fue hasta el mes de octubre de ese año que se obtuvo la primera sentencia por crueldad animal. Se trató de un profesor que dejó grave a un perro tras golpearlo con un palo. Recibió un año de prisión suspendida y la imposición del pago de más de S/ 4000 por concepto de reparación civil y días multa.

Pese a que la norma actual establece las medidas necesarias para brindar la protección a los animales y faculta a las personas naturales y jurídicas a denunciar los hechos de crueldad, solo cuatro comisarías cuentan con una sección de protección y bienestar animal. Estas se encuentran en Lima y son la únicas que pueden actuar de oficio denunciando la crueldad ante la fiscalía. El resto de comisarías del Perú solo recibe denuncias.

1.4. Campañas contra la crueldad animal en el Perú

No existe mucha información sobre campañas que se hayan realizado para combatir la crueldad animal en el país. Por lo general, son las asociaciones o las ONG quienes se encargan de defender los derechos de estos seres.

1.4.1. #SOMOSPATAS

Somos patas es una campaña de la Policía Nacional del Perú, lanzada en el año 2016 por los entonces ministros del Interior Vicente Romero y de Vivienda Carlos Bruce, tras la promulgación de la ley N.º 30407, cuyo objetivo fue promover la importancia de denunciar la crueldad animal en las comisarías.

Sin embargo, el trabajo que realizaron se limitó a su presentación en los medios de comunicación dos veces en 17 meses para explicar los alcances de la norma y la importancia de reportar casos de maltrato. La primera presentación se llevó a cabo en el horario estelar de los noticieros matutinos a través de una conferencia de prensa. En esta cita, se pudieron visualizar reportajes en vivo, un show de la policía canina y un baile a cargo de policías femeninas denominado “Scooby doo papá”. Muestra de ello es la tendencia en el principal medio de prensa del país, que registró la actividad de la siguiente manera: “#SOMOSPATAS: Así es la campaña de la PNP contra el maltrato animal” (El Comercio, 2 de marzo del 2018).

En agosto de este año, se relanzó la campaña con las mismas temáticas y estrategia de difusión. Lo único que cambió fue la presentación de las nuevas secciones de protección y bienestar animal: “Maltrato animal: Instalan áreas de protección y bienestar animal en comisarías de Lima” (La República, 2 de agosto del 2019).

1.4.2. Cruzada por la vida

“Cruzada por la vida” es una asociación sin fines de lucro que busca ayudar a los animales en situación de vulnerabilidad, peligro o maltrato. Olga Rey, responsable de la organización, trabajó hace más de 20 años en la campaña “Salvemos a los delfines”, cuya misión fue crear conciencia sobre la matanza indiscriminada que sufrió esta especie. Esto permitió reducir notablemente la caza, el consumo de carne de delfín y la creación de una ley que respaldara la protección a estos mamíferos (Cruzada por la vida, actualización de Facebook, 2018). También realizó una campaña contra los delfines en cautiverio en el Hotel Los Delfines y trabajaron de la mano con el Estado por el problema entre la pesca artesanal y los lobos marinos.

Actualmente, la asociación se dedica a buscarle hogar a los perros maltratados y abandonados, y a realizar campañas de esterilización en animales y promover la adopción. Es decir, solo abarca los aspectos de la crueldad hacia los animales como el abandono y la no atención de salud correspondiente; no realizan campañas contra la violencia física, salvo la publicación de un video que trata esta problemática; poderoso es cierto, pero insuficiente. (Video publicado por Cruzada de la Vida, 25 de agosto del 2018).

1.5. Casos de crueldad animal

Las redes sociales reciben videos constantemente sobre casos de abuso animal que rápidamente son compartidos y condenados por los internautas. El gran número de personas que rechaza estos videos ha logrado que las

pautas de los noticieros y los periódicos brinden espacios importantes a este tipo de noticias.

Sin embargo, aún no la prensa no le ha dado la importancia necesaria para lograr erradicar este problema social. A continuación, mostraremos tres casos reportados por los medios de comunicación.

1.5.1. Sentencia por maltrato animal

El caso de Roque fue importantísimo en la lucha contra la crueldad animal. Se trató de la primera sentencia en el Perú hacia una persona por crueldad animal. No obstante, el tratamiento que recibió como noticia periodística no fue el adecuado: no generó suficiente interés y el caso dejó de seguirse.

El 5 de octubre del 2016, el profesor Enrique Tocas Ríos de 58 años fue sentenciado a un año de prisión suspendida por golpear con un palo y dejar al borde de la muerte a un perro llamado “Roque”, en Chiclayo, solo porque se sentó en la vereda de su casa. Las diversas plataformas virtuales de los medios de prensa informaron la noticia y la decisión del Poder Judicial (Diario Correo, 5 de octubre del 2016; Radio Capital, 8 de octubre del 2016; RPP Noticias, 5 de octubre del 2016), pero, lamentablemente, no fue material para continuar con campañas de sensibilización sobre el tema ni tampoco para informar las penalidades que sentencia la ley aprobado ese mismo año.

1.5.2. Mujer arroja a perro del quinto piso

A finales de julio del 2019, Lady Cenepo arrojó del quinto piso de su casa en el distrito de San Martín de Porres a un perro callejero cuyo único error

fue ingresar al domicilio en busca de comida. Un equipo de América Noticias llegó hasta el lugar y recogió los testimonios de los vecinos que presenciaron tan terrible hecho, así como el de la victimaria, quien manifestó que solo lanzó al perro; que no lo mató. El informe periodístico muestra un video del can agonizando en la pista. (América Noticias, 30 de julio del 2019).

A diferencia del primer caso reportado, esta noticia sí causó mayor interés y fue seguida por el mismo medio al día siguiente desde la fiscalía: a Lady Cenepo se le abrió una investigación en el Ministerio Público. (El Comercio, 31 de julio del 2019). Luego de ello, no hubo más información sobre el caso.

1.5.3. El rescate de Busher

En el año 2018, el noticiero 90 segundos reportó el caso del maltrato salvaje que se cometió en contra “Busher”. Este perro se encontraba amarrado en el patio de una casa y golpeado severamente con un palo por su dueña. El medio de prensa viajó hasta Lurín para convencer a la señora de soltar al animal. El reportero recogió declaraciones de los vecinos que aseguraban que Busher era maltratado a diario. Se realizaron dos enlaces en vivo en el noticiero central (uno de 14 minutos al inicio; otro de 7 minutos a la mitad del programa) y se logra la intervención de la policía para rescatarlo. (Latina Noticias, 29 de octubre del 2018).

Ese mismo día, en el noticiero 90 Noche, se realizó otro enlace en vivo desde la comisaría de Lurín para mostrar al animal rescatado, tomar declaraciones de representantes de los grupos animalistas que llegaron para brindar apoyo al animal y se buscó la declaración de la dueña. El 30 de octubre se continuó y se mostró en el noticiero matutino la forma en que el animal se iba

recuperando en una veterinaria; por la tarde, la cobertura viró a la búsqueda de un hogar para Busher.

Además de los noticieros, también mostraron interés dos programas más del mismo canal: “Válgame Dios” y “Tengo algo que decirte”. Ambos espacios dedicaron bloques para mostrar a Busher y solicitar su adopción por parte de alguna familia. Luego, algunos medios siguieron con el caso por algunos días. Busher fue finalmente adoptado y así, se cerró el círculo de la noticia.



2. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN

2.1. Campaña “Habla por ellos”

2.1.1. Objetivo general

“Habla por ellos” busca combatir la crueldad animal, sensibilizar a las personas, animarlas a denunciar y reducir la tolerancia a este acto socialmente inaceptable, difundiendo historias de rescate, sanación y búsqueda de hogar a los animales, víctimas de violencia y maltratos por parte de los seres humanos.

2.1.2. Objetivos específicos

2.1.2.1. Objetivos primarios

- Promover el respeto hacia la protección y lucha contra la crueldad animal en todos los actores de la sociedad; ciudadanos y autoridades.
- Reducir la tolerancia ante estos actos.
- Difundir los alcances y promover el cumplimiento de la ley N.º 30407, Ley de protección y bienestar animal.
- Animar a la población a denunciar estos hechos.

2.1.2.2. Objetivos secundarios

- Disminuir los índices de violencia en el país.
- Aumentar la cantidad de informes sobre crueldad animal en los noticieros.
- Brindar un modelo a los medios de comunicación para una mejor cobertura de los actos de crueldad animal.

2.1.3. Mensaje principal

Los actos de crueldad animal no deben ser vistos como una práctica aceptable. Por ello, es deber de todos los actores de la sociedad, promover el bienestar de los animales y asegurar su protección ante cualquier acto que atente contra su integridad. Reduciendo los índices de maltrato animal podemos también disminuir los índices de violencia en la sociedad.

2.1.4. Público objetivo

- Niños, adolescentes, adultos y adultos mayores. Se busca un cambio en el comportamiento de los integrantes del núcleo familiar que reconozcan, detecten y condenen los actos de crueldad.
- Autoridades con capacidad de tomar decisiones, entes rectores y órganos ejecutores de apoyo incluidos en la ley N.º 30407 como los ministerios de Agricultura, Ambiente, Producción, Salud y Educación. Además del Ministerio del Interior, encargado de recibir las denuncias contra el maltrato animal.
- Gobiernos regionales y locales encargados de la fiscalización de las normas y la ejecución de las sanciones especificadas en la ley N.º 30407.
- Asociaciones de protección y bienestar animal.

2.1.5. Período de la campaña

“Habla por ellos” durará siete semanas y se dividirá en dos partes: las primeras dos semanas (desde el 22 de octubre), serán para tareas de difusión y promoción de las denuncias ciudadanas a través de las plataformas WhatsApp, Instagram, Facebook y Twitter. Este material servirá de base para los casos a investigar en los informes que se empezarán a emitir una

vez por semana desde el martes 5 de noviembre hasta el martes 10 de diciembre (5 semanas), Día Internacional de los Derechos Animales.

2.1.6. Canales de difusión

La campaña será promocionada y transmitida en las redes sociales de Latina Televisión (Instagram, Facebook y twitter) y sus respectivos noticieros (90 Mediodía, 90 Central y 90 Noche), siendo la edición matinal la elegida para estrenar los informes. Además, se promoverá las denuncias ciudadanas a través de una línea de WhatsApp y un *hashtag* en las redes sociales ya mencionadas.

Sobre las plataformas digitales, Facebook es la red social más importante de Latina. Su página principal, Latina.pe, cuenta con 4 855 206 seguidores, superior a la de otros medios como Panamericana Televisión (1 299 148 seguidores), ATV (1 433 956 seguidores), TV Perú (335 974 seguidores), La República (2 951 315), Exitosa Noticias (1 627 766), Diario Correo (2 659 494), entre otros; aunque por debajo de RPP Noticias, El Comercio y América Televisión.

La segunda plataforma con más alcance es Twitter, pues cuenta con casi tres millones de seguidores (2 993 932). Los *posts* publicados en esta red social, tienen enlaces que redireccionan a informes y notas de las páginas de Facebook y Twitter de otros usuarios.

En tercer lugar, está Instagram que, actualmente, registra 1 100 000 seguidores. Es una plataforma que sirve básicamente para promocionar los contenidos del canal. Le siguen la página web y la App de Latina.

La plataforma utilizará el WhatsApp como medio para recibir denuncias de crueldad animal. Actualmente, Latina cuenta con un número de este medio, donde recibe decenas de denuncias diarias sobre problemas vecinales, agresiones, robos, crímenes, etc. Muchos de los informes realizados en el área de prensa contienen datos o información audiovisual recibidos en el WhatsApp. Si hablamos de informes policiales, se trata del 99% de los casos.

En ese sentido, esta plataforma se constituye como una gran fuente de información. Por ello, se estudió la posibilidad de separar las denuncias y se creó una nueva línea para casos específicos de crueldad animal.

No obstante, se seguirá recibiendo las denuncias (fotos y videos) en las demás redes sociales y se promoverá el #HABLAPORELLOS. El *hashtag* es una herramienta de comunicación que se utiliza para clasificar los contenidos publicados en las redes sociales. Esto permitirá una mayor interacción entre el contenido y los usuarios interesados en el tema. Así se podrá clasificar e identificar los contenidos en las redes sociales.

2.1.7. Financiamiento

La campaña será financiada por la gerencia de noticias de Latina. No se necesitará más recursos que los que se usan para la producción del noticiero, ya que los informes serán producidos por los reporteros del área de prensa. Además, se buscará que “Habla por ellos” sea auspiciada por alguna marca dedicada al rubro del cuidado de mascotas como la empresa alimentaria MiMaskot que ya ha apostado por segmentos en noticieros como “Pancho SOS”, el cual se trasmite durante el programa “ATV Noticias Matutino”.

Se evaluará la audiencia de la campaña, si son favorables se propondría volverla un segmento del noticiero, además de crear páginas propias en las plataformas digitales con el nombre “Habla por ellos”. Todo esto también será financiado por la empresa que apostó por la difusión de los informes durante los meses de octubre, noviembre y diciembre.

2.1.8. Contenidos

Como ya se ha detallado, “Habla por ellos” es una campaña que durará siete semanas. Se presentarán seis informes (uno cada martes) en el noticiero “90 Matinal” y de forma simultánea en las plataformas digitales de Latina hasta el 10 de diciembre, fecha en la que se conmemora el Día Internacional de los Derechos Animales.

Cada informe durará cuatro minutos, el mismo tiempo que un reportaje especial del noticiero. Se presentarán historias de animales que sufren de crueldad y se cubrirá el caso desde el inicio hasta el final. Es decir, se mostrará el caso (en algunas ocasiones a través de videos) y testimonios, o declaraciones, de dueños o abusadores; se buscará la ayuda de organizaciones que permitan rescatar al animal víctima de maltrato en coordinación con la Policía Nacional del Perú. También se necesitará las opiniones de expertos en salud y materia penal. Se vigilará el proceso legal iniciado al abusador y se intentará reubicar a los animales en lugares seguros o, en el mejor de los casos, lograr su adopción.

En cuanto a las plataformas digitales, se apostará por contenidos independientes de los informes, es decir, publicaciones diarias en cada una de ellas para generar interés en los informes que se emitirán una vez por semana. Se asignará un tema específico para cada día.

- Lunes: ¿Cómo adoptar responsablemente?
- Martes: Emisión de informes
- Miércoles: Cifras sobre crueldad animal
- Jueves: Nutrición para mascotas
- Viernes: Lugares o eventos para recreación
- Sábados: Información sobre donación para albergues
- Domingo: Difusión de organizaciones dedicadas al rescate

Del mismo modo, se puede promover alianzas estratégicas con otros grupos animalistas u organizaciones dedicadas al rescate animal, intercambiado publicaciones e historias diarias. Esto solamente en Instagram y Facebook debido a que Twitter no cuenta con esta herramienta. Además, se pueden utilizar etiquetas en las publicaciones y solicitar que se haga lo mismo en sus plataformas digitales resaltando el #HABLAPORELLOS.

La campaña se dividirá en dos partes:

2.1.8.1. Promoción de la campaña

Durante dos semanas se emitirá un video de promoción (30 segundos) de la campaña “Habla por ellos” con la finalidad de presentar sus objetivos, las intenciones de frenar los actos de crueldad y comprometer a la ciudadanía a denunciar los hechos mediante el número de WhatsApp y el *hashtag* creado. Para ello, se usarán las siguientes frases:

- “Pronto pondremos un alto a la crueldad animal”
- “Si eres testigo o sabes de un caso de crueldad animal, envía tus fotos, videos o denuncias al WhatsApp 991-125418 o publícalos en tus redes sociales con el #HABLAPORELLOS”
- Tú puedes empezar el cambio”

- “Los animales no tienen voz, HABLA POR ELLOS”.

El video de promoción será un *reel* de imágenes de casos de crueldad animal (abuso, abandono, negligencia, irresponsabilidad). Se usará una melodía musical amigable que despierte la sensibilidad y empatía de los televidentes e internautas; se resaltarán las palabras “ALTO”, “CRUELDAD” y “ANIMAL” para darle más fuerza al mensaje.

El nombre de la campaña será presentado con un logotipo con tres tipografías distintas (Semringah, Amore y Faradisa) y unas huellas de perro sobre un fondo que simula un cuadro colgante de madera que haga alusión a las casas de los animales.

Figura 1. Logo de la campaña



Los colores escogidos para la campaña son el marrón, verde, blanco y amarillo, tonalidades de la naturaleza que podrían ir más acorde con temas relacionados a los animales.

Figura 2. Captura de promoción



Figura 3. Captura de la promoción



Se mostrará el número a donde se pueden denunciar los hechos de crueldad animal, con letras verdes, fondo blanco y el logotipo de WhatsApp para dar a entender que solo se reciben mensajes, no llamadas. También se resaltará el #HABLAPORELLOS y los logotipos de Instagram, Facebook y Twitter.

2.1.8.2. Emisión de informes

Con información, fotos y videos recibidos sobre actos de crueldad animal en distintas partes de la ciudad, se prepararán los informes que serán presentados durante el noticiero matutino como parte de un segmento.

Este segmento contará con una cuña que mostrará en 10 segundos los videos de la promoción y terminará con el nombre de la campaña para dar pase a él o los conductores del programa, quienes presentarán el informe. Los lineamientos gráficos serán los mismos que el video de promoción.

Figura 4. Captura de cuña



Figura 5. Captura de cuña



El o los conductores deberán presentar el informe con una claqueta detrás, es decir, una imagen que irá de fondo para mostrar que se está transmitiendo el bloque “Habla por ellos”.

Figura 6. Claqueta



Se usará, además, un tipo de *banner* especial para colocar el título de la nota o los créditos, distinto al que se usa en los informes regulares del noticiero.

Esto para hacer notar que se trata de informes especiales. Seguirá el mismo diseño del logotipo de la campaña, una madera de fondo, las huellas de perros y los nombres de los entrevistados o el título de la nota con la misma tipografía.

Figura 7. Banner

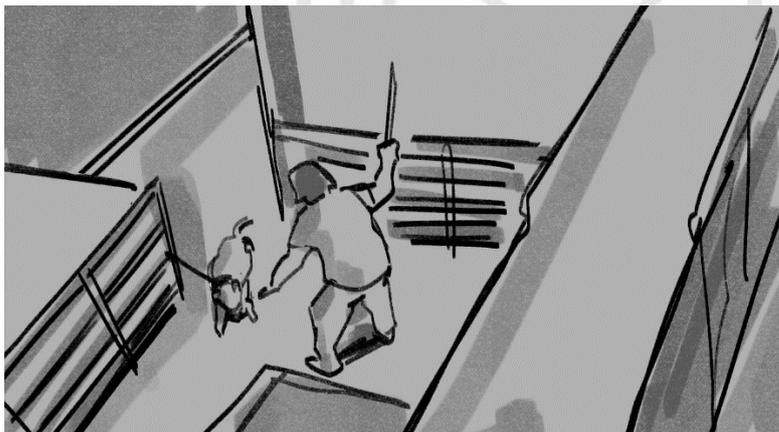


Informes

Los informes presentados tendrán una duración de cuatro minutos como tiempo máximo. Todos tendrán la misma estructura.

Se comenzará presentando el caso con las imágenes recibidas al WhatsApp durante el tiempo de la promoción. Se mostrarán fotos o videos donde se aprecien los actos de crueldad animal.

Figura 8. Frame de storyboard 1



Luego, se mostrará el lugar en donde ocurren los actos de crueldad animal.

Figura 9. Frame de storyboard 2



Se recoge la declaración de la persona que denuncia los hechos y de otros testigos.

Figura 10. Frame de storyboard 3



Se muestra la situación del animal víctima de crueldad.

Figura 11. Frame de storyboard 4



Se busca la palabra del acusado o acusada de los actos de crueldad animal.

Figura 12. Frame de storyboard 5



Se entrevista a un especialista en derechos de los animales, puede ser algún representante de una ONG, grupo animalista o abogado para que brinde detalles sobre los pasos a seguir cuando se detectan casos de crueldad animal. ¿Qué se debe hacer? ¿Ante quién se debe denunciar?

Figura 13. Frame de storyboard 6



Se busca a un oficial de la Policía Nacional del Perú para que proceda con el rescate del animal y la intervención de la persona acusada.

Figura 14. Frame de storyboard 7



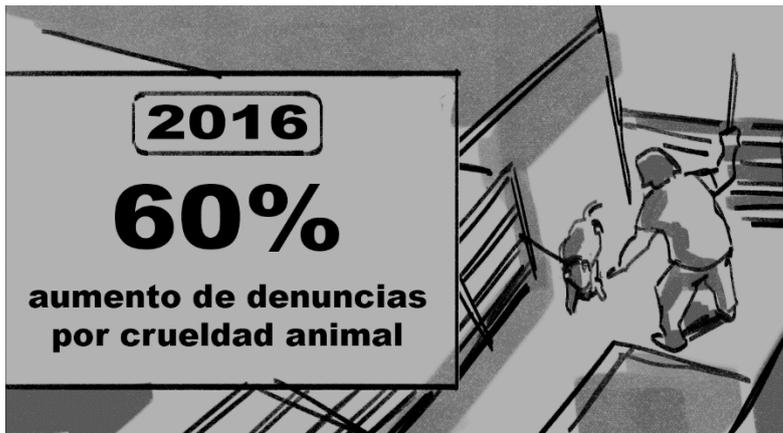
Se entrevista a un representante de la PNP para que explique la situación legal del intervenido. Es necesario conocer lo que ocurre con un animal luego de ser rescatado, cómo se le puede prestar atención.

Figura 15. Frame de storyboard 8



Debemos hablar de cifras, números, casos que evidencien el problema al que se está enfrentado.

Figura 16. Frame de storyboard 9



Con ayuda de personas especializadas en rescate animal, se le retira de la dependencia policial.

Figura 17. Frame de storyboard 10



Se brinda atención médica al animal víctima de crueldad.

Figura 18. Frame de storyboard 11



Se busca la opinión de un médico especialista en salud mental que explique los peligros de permitir actos de crueldad animal en la sociedad y la importancia de eliminar la tolerancia de estos hechos.

Figura 19. Frame de storyboard 12



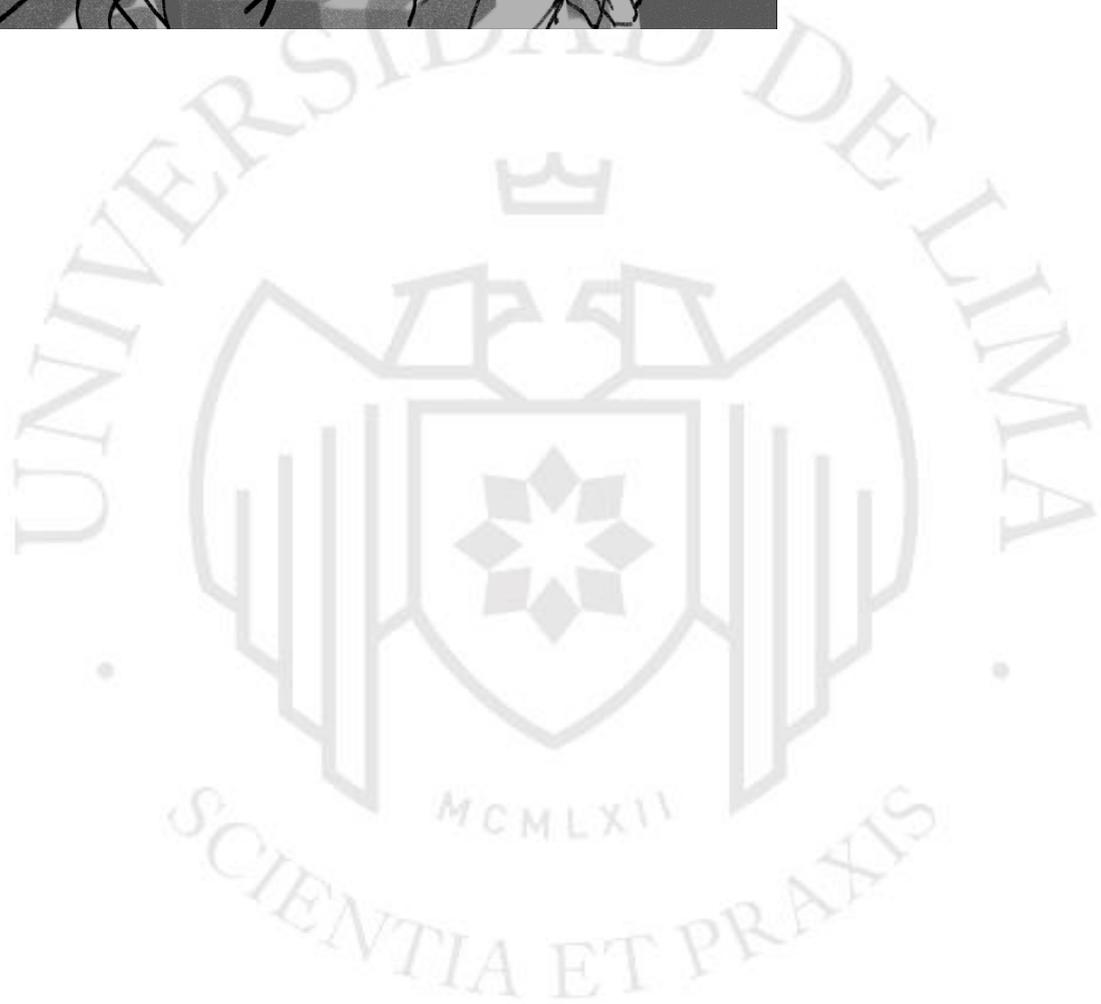
Se sigue de cerca el caso del culpable de los actos de crueldad. Verificar que quede detenido, que la fiscalía cumpla con su trabajo, que se le siga un proceso judicial.

Figura 20. Frame de storyboard 13



Y, por último, se trata de buscar la adopción del animal o, por lo menos, asegurarse que viva en un ambiente seguro.

Figura 21. Frame de storyboard 14



3. SUSTENTACIÓN

3.1. El espacio escogido

Desde su creación se pensó que la campaña “Habla por ellos” debía ser transmitida por un medio de comunicación masivo, con alcance nacional. La idea de promover las denuncias ciudadanas sobre actos de crueldad animal y utilizar dicha información ayudó a delimitar más el tipo de medio de comunicación con el que se debía trabajar. Los videos, fotografías, audios y demás material audiovisual se aprovechan mejor en la televisión que en otros medios igual de importantes como la radio y la prensa escrita. Por ello, se decidió que esta campaña tendría un mejor impacto en la ciudadanía si se presentaban como informes periodísticos en un noticiero y en sus plataformas digitales. El canal escogido fue Latina por tratarse de un medio comprometido con los cambios estructurales en la sociedad peruana. Prueba de ellos son las múltiples campañas que han creado y promovido dentro de sus espacios periodísticos.

En el año 2013, Latina lanzó una campaña llamada “No más salvajes al volante”, una cruzada para denunciar a los conductores irresponsables que día a día violan las reglas de tránsito y provocan accidentes con consecuencias fatales. A inicios del 2017, este medio lanzó “Nos hacemos cargo”, campaña que buscó visibilizar los principales problemas que afronta nuestra sociedad como la violencia contra la mujer, corrupción, falta de promoción del talento peruano, entre otros. Luciana Olivares, ex gerente de Estrategia y contenido del canal, explicó en entrevista al diario *La República* el propósito de esta ventana.

Nos hacemos cargo es mucho más que una campaña publicitaria. Es la tangibilización de nuestro propósito: ser un agente de cambio social para

ciudadanos más felices. Porque estamos convencidos que, como medio de comunicación, además de entretener e informar, tenemos la oportunidad y la responsabilidad de abrazar causas y temas urgentes de nuestra sociedad. (La República, 2017).

En conjunto con la Municipalidad de Lima, lanzó en junio del 2019 la cruzada “Lima te abriga”, la cual buscó recaudar donaciones para llevar a miles de personas de distintos distritos de la capital que sufren por las bajas temperaturas; en julio, junto con el Touring y Automóvil Club del Perú, lanzó “Yo respeto las reglas del juego”, campaña cuya finalidad era evitar los accidentes y promover el respeto a las reglas de tránsito.

Se eligió el noticiero 90 Matinal para la trasmisión de “Habla por ellos” por ser el espacio de la parrilla que se utiliza normalmente para promover campañas de civismo o para emitir los informes especiales hechos por el área de prensa de la gerencia de noticias. De esta forma, se asegura que los informes sean repetidos en más de una oportunidad por la larga duración del noticiero (cuatro horas) y que sean replicados en los demás noticieros del día (Mediodía, Central, Noche), en el noticiero digital y en las redes sociales del canal.

3.2. Las redes sociales como fuente de información

El periodismo televisivo se nutre del contacto con las fuentes que hoy en día han cambiado gracias al uso de plataformas virtuales como las redes sociales. Estas brindan al periodista múltiples contactos y gran interactividad, le permiten el intercambio de datos, fotos y videos, características que han modificado de manera positiva el ejercicio profesional.

Muchos de los informes de las pautas de los noticieros, más aún de la sección policial, tienen como base la información que transmiten las redes sociales, por ello se les considera un arma poderosa para la recepción de noticias. Esto no significa que se puede confiar por completo de todo dato que viene de ellas; es deber de los periodistas corroborar la información, hablando directamente con las fuentes, averiguando información con autoridades o visitando el lugar donde se suscitó el hecho.

Una investigación realizada por la periodista Estefany Morales en el año 2016 a 30 periodistas del noticiero ATV Noticias (Andina de Radiodifusión) determinó lo siguiente:

(...) que la masificación de la Internet y las redes sociales han afectado la producción de los contenidos audiovisuales del noticiero, desde la selección de los temas que abordarán las noticias, el contacto con las fuentes periodísticas y la labor del reportero de televisión, hasta la elaboración del minutado y la retroalimentación generada en el entorno virtual de las redes sociales. (Morales, E., 2016).

Por estos motivos, la promoción de las denuncias ciudadanas vía WhatsApp es una manera efectiva de recopilar información relevante y fundamental en la elaboración de los informes.

3.3. Efectividad de redes sociales para combatir la crueldad

La mayoría de las campañas de rescate, adopción, salud (entre otras) promovidas por los grupos animalistas y organizaciones son difundidas en las redes sociales. Es descabellado pensar hoy en día es una campaña contra

la crueldad animal sin usar estas plataformas, pero sobre todo sin buscar aliados para promover el buen trato a los animales y la vigilancia de que las normas sean respetadas. Con el uso adecuado del Instagram, Facebook y Twitter se pueden lograr alianzas estratégicas con estos grupos para el apoyo en la fiscalización de actos de crueldad animal como la deforestación en la selva que deja sin habidad a los animales o la comercialización de animales en el mercado, sean mascotas o especies silvestres. Después del narcotráfico, el tráfico de armas y la trata de personas, el cuarto comercio ilegal que mueve más dinero en el mundo es el tráfico de animales silvestres (Andina, 2018).

Por ello, se utilizará las plataformas digitales para aumentar el alcance de la vigilancia de estos actos de crueldad. Esto se puede lograr con el intercambio de publicaciones, historias, fotos videos o transmisiones en vivo en cada una de las redes sociales. Los grupos y organizaciones animalistas buscan más seguidores para cumplir este cometido, aliarse con un medio de comunicación masiva con la cantidad de fans y seguidores en sus plataformas digitales será atractivo y beneficioso por lo que aceptarán estos intercambios.

También están los usuarios de redes sociales que se verían empoderados gracias a la interacción y podrían utilizar sus dispositivos móviles como un arma para fiscalizar estos actos de crueldad que se viven a diario en la sociedad. No solo con las denuncias publicadas vía WhatsApp o con el *hashtag*, sino también con el conocimiento que se les brindará gracias a los informes y las publicaciones que se harán en estas vías. De la misma manera, se puede comprometer a la Policía Nacional del Perú en el cumplimiento de la ley N.º 30407. Ya hemos explicado el papel de esta institución en la lucha contra la crueldad, por ello también se sumarían a esta campaña.

3.4. Estructura de los informes

Para delimitar lo que significa una buena cobertura de un caso de crueldad animal necesitaríamos las pautas brindadas por las entidades encargadas de velar por la seguridad de esta población. Lamentablemente, no existe tal información para la cobertura de casos de crueldad animal de parte de ningún organismo del Estado. Por ello, se tomará como ejemplo las “Pautas para el tratamiento informativo adecuado de la violencia contra la mujer en los medios de comunicación” creadas por el Ministerio de la Mujer y Desarrollo, hoy Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP, 2011); un texto ampliamente usado y difundido en la actualidad en las redacciones de prensa.

Este texto brinda el conocimiento necesario para poder elaborar una cobertura completa sobre la problemática de cualquier población vulnerable. Se usará exclusivamente como manual para elaborar un informe de “Habla por ellos”. Es importante recalcar que con esto no se pretende de ninguna manera comparar los problemas de violencia que afrontan las mujeres a diario con los casos de crueldad animal que se suscitan en la nuestra sociedad.

La elección de las partes del informe se hizo sobre la base de las pautas del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Estas son las siguientes:

1. Valorar la información de la violencia en su real dimensión.
2. Contextualizar la nota.
3. Acudir a las opiniones de expertas/os.
4. Respetar la dignidad de la víctima y su dolor.
5. Proteger la identidad de la víctima y guardar el anonimato de los lugares donde vive o refugia.

6. Difundir los casos de mujeres que salen de una situación de violencia y logran rehacer su vida.
7. Realizar el seguimiento de los casos.
8. Facilitar información útil.
9. Identificar la figura del agresor y no justificarlo.
10. Plantear enfoques novedosos.
11. Convertir la información en servicio.
12. Formar y/o especializar a las/los periodistas en torno a esta problemática.

El punto número 1 de esta lista se pone en práctica en la parte 12 del informe con la entrevista a un médico especialista en salud mental, psiquiatra o psicólogo, que explique los peligros de permitir actos de crueldad animal en la sociedad y la importancia de eliminar la tolerancia de estos hechos, ya que están vinculados directamente con otros actos de violencia como la doméstica (o con actitudes psicopáticas).

Los puntos 2 y 7 se evidencian en la parte número 13 del informe: reporte de los resultados de la vigilancia y seguimiento de la situación del acusado de crueldad animal.

El punto número 3 de las pautas, la búsqueda de opiniones de expertos, se cubre en las partes 6, 8 y 12 del informe.

El punto 6, la difusión de los casos que salen de situación de violencia, se pone en práctica en la última parte del informe, cuando se encuentra hogar al animal víctima de crueldad o por lo menos se le consigue un ambiente seguro para continuar con su vida. Se muestra el desenlace positivo.

El punto 8, la facilitación de la información se muestra en la parte 9 del informe, sección donde se presentan las cifras, números y casos que evidencian la problemática. También en la parte 6.

El punto 9, la identificación de la figura del agresor, es abordado en la parte 5 y 6 del informe cuando se busca al acusado de crueldad y se muestra la realidad del animal para mostrar las condiciones en las que esta persona tenía, maltrataba, explotaba, descuidaba o abandonaba al animal.

El punto 10, el enfoque novedoso que plantea disponer de los recursos periodísticos que contribuyan a evidenciar el problema para evitar que se genere en la audiencia el efecto narcotizante por la continua aparición de este tipo de noticias.

El punto 12, que es la capacitación a los periodistas, se logra con la realización de todo el informe. Se muestra algo novedoso al televidente y se marca una nueva manera de cubrir las noticias sobre crueldad animal.

El punto 11 se cubre en la parte 7, ya que con la intervención de la policía y el rescate del animal se logra convertir la información en servicio. Así se logra incentivar la participación ciudadana mostrando que las denuncias hechas tienen una solución.

Se considera que los puntos 4 y 5 de la pauta no deberían ser abordados en el informe debido a que son planteados exclusivamente para personas. En el punto 4, se pide respetar la dignidad de la víctima al no recoger su testimonio hasta que esta se encuentre recuperada, esto sería imposible con un animal. Además, en el punto 5 se exige guardar el anonimato de la víctima, esto tampoco aplica.

4. RECOMENDACIONES

El 20 de setiembre se creó un grupo cerrado de Facebook para recoger opiniones y recomendaciones sobre la campaña. Se explicó la finalidad de la campaña y se subieron todas las piezas en orden para su mejor entendimiento, es decir, el video de la promoción, el video de la cuña, el JPEG de la claqueta, el del *banner* y un álbum con el *storyboard* de uno de los informes propuestos. Los comentarios fueron los siguientes:

- Me parece que es una buena iniciativa y la estructura narrativa que propones para cada informe está muy bien elaborada. El proponer que la misma audiencia proponga los casos que se abordarán en ese bloque de informes especiales es una buena forma de comprometerlos con el tema y generar expectativa de que se dé solución a sus casos.
- Desde un punto de vista como público consumidor, considero imágenes muy fuertes. Un mensaje de esperanza y positivismo puede ser lo que necesita el público, tal vez eso podría llamar más la atención
- Para mí, particularmente, las imágenes quizás no sean tan fuertes como para que reaccione la gente. Por otro lado, una forma de ayudar es dar seguimiento a este tipo de casos, porque si se insiste y se le da pantalla la gente actúa.
- ¡Buena propuesta! Podrías abordar el tema con imágenes no tan fuertes o violentas, de repente hay otra manera de sensibilizar sin ser tan crudos con las imágenes.
- ¡Interesante proyecto! Es innovador porque no existe un espacio comprometido con los animales en los noticieros. Las asociaciones podrían ser tu mejor aliado para conseguir denuncias también. Sugiero

cambiar la tipografía y el color de las letras de la promoción, por todo lo demás, está ok.

- Pienso que es buena idea e iniciativa. Podrían algunos informes ser de alguna manera diferentes a los que he visto, que también sean de historias felices como, por ejemplo, cuando alguien adopta mascotas de la calle, el cambio para bien, o en general algunas organizaciones que ayudan a los animales en las calles.
- Me parece una buena propuesta para ayudar a los animales que llegan a un lugar que no merecen y sufren de diferentes maltratos.
- Me parece genial que se entreviste al agresor o se haga de todo para identificarlo y tratar de sacarle alguna declaración en caso se niegue. Confirmar a la audiencia que se haya dado una sanción al agresor, también el final feliz con la mascota teniendo una nueva familia, casos.
- Es una idea genial ya que nuestros hijos perrunos no pueden quejarse ni denunciar las agresiones a las que son sometidos a diario por seres irresponsables, inhumanos, malignos.
- Me gusta la idea. Cada vez son más los casos de violencia animal que se denuncian a diario y considero que, además de las redes, la televisión es un gran medio de difusión para combatirlos. La estructura con la que manejarás la historia me parece excelente. Tiene todos los pasos necesarios.
- Una idea con mucha proyección porque se posicionaría como un producto concreto que responde a la demanda de un gran sector de la población: el cuidado de los animales. La continuidad en los noticieros generaría un cambio positivo, bajarían los índices de maltrato, el ciudadano estaría más empoderado sobre la base de nueva

y mayor información que maneja para hacer frente a las personas que maltratan.

- Me gustaría o propondría que, para tener mucho más alcance, el contenido emitido sea enlazado con una cuenta en Instagram, una de las redes sociales más utilizadas por el tipo de público.
- Hola, aplaudo la iniciativa. Sin embargo, al ver el vídeo, las imágenes parecen muy fuertes. Creo que se puede buscar la manera de no sean tan violentas. Y sería genial que al final de cada informe puedas dar datos específicos para poder contribuir con la campaña.
- La idea me parece genial. En mi opinión creo que podrías mejorar en los siguientes puntos:
 1. Cambia los colores de las letras, no va de acuerdo a una campaña profesional.
 2. Si puedes usar imágenes propias, sería genial porque podrías trabajar con otro lenguaje visual.
- Me parece bien este tipo de campaña, el esfuerzo por tratar de sensibilizar a las personas al ver el sufrimiento de los animales, de por sí ya es loable.
- Me parece excelente la idea de crear consciencia del maltrato animal, aunque las imágenes son un poco fuertes y quizás algunas personas eviten ver un informe así. Si en el avance del informe pones imágenes de un final positivo, quizás las personas más sensibles se animen a ver todo el informe.
- Creo que podrías terminar cada emisión con un dato. Por ejemplo, el número de animales abandonados que hay, las sanciones que existen contra los agresores, etc.
- Me parece muy bueno. Trata en la mayoría de veces de tener un final positivo o alegre.

- Trata de no mostrar imágenes no tan directas, te puedes guiar por campañas de ONG, siempre evitan ser sensibles. Las redes sociales también restringen ello. Siempre pon algo positivo, por ejemplo, al final puedes mostrar la felicidad de un perro rescatado o algo así.

Los comentarios positivos resaltan la elección de la lucha por los derechos animales como tema de la campaña, la estructura de los informes y la promoción de las denuncias ciudadanas. Algunas recomendaciones ya habían sido considerados como parte de la estructura de los informes (como la inclusión de un final positivo, el seguimiento de los casos y la inclusión de datos).

Se tomaron en cuenta las sugerencias para mejorar las primeras piezas audiovisuales de la campaña. Entre ellas figuran las siguientes: La reducción de la cantidad de imágenes de violencia en los dos videos, el cambio de la tipografía y color del nombre de la campaña, la música y el tono de la locución.

El lunes 14 de octubre se cambió la propuesta de logotipo que se explica en los contenidos de la propuesta de comunicación. Se volvieron a editar los dos videos (cuña y promoción) con las sugerencias hechas en el grupo cerrado de Facebook y se cambió el banner por uno más acorde al logotipo de la campaña.

REFERENCIAS

- Carrión, A. (2016, 12 de enero). Ley de protección animal causa revuelo. En *El Comercio*. Lima, Perú. Recuperado de <https://elcomercio.pe/wuf/noticias/ley-proteccion-animal-causa-revuelo-390960> (Consultado el 12 de enero de 2016).
- Congreso de la República. (2016, 8 de enero). Ley N.º 30407, Ley de protección y bienestar animal. En *El Peruano, Normas Legales*. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30407.pdf> (Consultado el 8 de enero de 2016)
- Cruzada Por La Vida. (2016). ¿Quiénes somos? [Actualización de Facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/cruzadaporlavidape/about/?ref=page_internal
- De Santiago, L. (2013). El maltrato animal desde un punto de vista criminológico. *Criminología y Justicia*. Recuperado de <https://cj-worldnews.com/spain/index.php/es/criminologia-30/animales-y-violencia/item/2605-el-maltrato-animal-desde-un-punto-de-vista-criminol%C3%B3gico> (Consultado el 2 de julio de 2013)
- Foy, P. (2015). Maltrato animal: ¿crimen sin castigo? *La ley, el ángulo legal de la noticia*.
- Krug, E. (2014). La violencia puede afectar a cualquiera. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. Recuperado de <https://www.who.int/mediacentre/commentaries/violence-prevention/es/>
- Latina Noticias. (2018, 29 de octubre). Noticiero 90 Central. [Video de Facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/LatinaNoticias.pe/videos/781586448845825/?q=90%20CENTRAL%20-%2029%20DE%20OCTUBRE&epa=SEARCH_BOX
- Mercado Negro. (2017, 10 de julio). Latina TV estrena reposicionamiento con su nueva campaña “Nos Hacemos Cargo”. En *La República*. Recuperado de

<https://larepublica.pe/marketing/1060257-latina-tv-estrena-reposicionamiento-con-su-nueva-campana-nos-hacemos-cargo/> (Consultado el 10 de julio del 2017)

Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social. (2011). Pautas para el Tratamiento Informativo Adecuado de la Violencia Contra la Mujer en los Medios de Comunicación Social. Recuperado de https://www.mimp.gob.pe/files/programas_nacionales/pncvfs/pautasparaeltratamiento.pdf

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2019). Informe estadístico “Violencia en cifras”. En *Boletín N.º 6 – 2019*. Recuperado de file:///C:/Users/USER/Downloads/informe-estadistico-06-2019_PNCVFS-UGIGC.pdf

Morales, E. (2016, enero-diciembre). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. En *Correspondencias & Análisis, 141-161*. Recuperado de <http://www.correspondenciasy analisis.com/pdf/v6/pe/el-periodismo-televisivo.pdf> (Consultado el 30 de noviembre de 2016)

Redacción EC. (2018, 2 de marzo) #SomosPatas: Así es la campaña de la PNP contra el maltrato animal. En *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/pnp-lanza-campana-promueve-denuncias-maltrato-animal-noticia-501573?foto=10> (Consultado el de marzo de 2018)

Redacción EC. (2019, 31 de julio). Fiscalía abre investigación contra mujer que lanzó perro del quinto piso. En *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/judiciales/san-martin-porres-fiscalia-abre-investigacion-mujer-lanzo-perro-quinto-piso-noticia-660691> (Consultado el 31 de julio de 2019)

Redacción Multimedia. (2016, 5 de octubre). Chiclayo: Condenan a profesor a 1 año de prisión por maltratar a un perro. En *Diario Correo*. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/edicion/lambayeque/chiclayo-condenan-a-profesor-a-1->

ano-de-prision-por-maltratar-a-un-perro-702704/ (Consultado el 5 de octubre de 2016)

Redacción Multimedia. (2016, 5 de octubre). Condenan a un año de cárcel al profesor que golpeó a un perrito en Chiclayo. En *RPP*. Recuperado de <https://rpp.pe/peru/lambayeque/profesor-que-golpeo-a-perrito-se-salvo-de-ir-a-la-carcel-noticia-1000080> (Consultado el 5 de octubre de 2016)

Redacción Multimedia. (2018, 21 de junio). El otro tráfico: Contra el comercio ilegal de animales. En *Agencia Andina*. Recuperado de <https://www.andina.pe/agencia/noticia-el-otro-traffic-contra-comercio-ilegal-animales-714160.aspx> (Consultado el 21 de julio de 2018)

Redacción Multimedia. (2019, 2 de agosto) Maltrato animal: instalan áreas de protección y bienestar animal en comisarías de Lima. En *América Noticias*. Recuperado de <https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/maltrato-animal-instalan-areas-proteccion-y-bienestar-animal-comisarias-lima-n382349> (Consultado el 2 de agosto del 2019)

Redacción Multimedia. (2019, 30 de julio). SMP: mujer lanzó a perrito de quinto piso y le provocó la muerte. En *América Noticias*. Recuperado de <https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/smp-mujer-lanzo-perrito-quinto-piso-y-le-provoco-muerte-n381776> (Consultado el 30 de julio de 2019)

Redacción Web. (2016, 8 de octubre). Sentencian a un profesor que maltrató brutalmente a un perro en Chiclayo. En *Capital*. Recuperado de <https://capital.pe/actualidad/sentencian-a-un-profesor-que-maltrato-brutalmente-a-un-perro-en-chiclayo-noticia-1000832> (Consultado el 8 de octubre de 2016)

Rincón, E. (2011, enero-junio). Algunas razones filosóficas contra el maltrato animal ¿por qué los animales humanos deberíamos considerar moralmente a los animales no humanos? En *Polisemia*, 76-89.

World Health Organization. (2002). Informe mundial sobre la violencia y la salud: sinopsis. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. Recuperado de <https://apps.who.int/iris/handle/10665/67411>

