

LOS PERROS COMO CATALIZADORES DE SOCIALIZACIÓN Y DE CAMBIO EN ESPACIOS PÚBLICOS

DOGS AS CATALYSTS FOR SOCIALIZATION AND CHANGE IN PUBLIC PLACES

María José Rodríguez Terán¹
teran.mj@hotmail.com

Resumen

Este artículo es una recopilación de estudios realizados en años recientes en relación con los perros como facilitadores de socialización entre desconocidos, así como de la influencia que estas mascotas tienen en el espacio urbano moderno, con la creación de parques para perros. Los espacios públicos destinados a la socialización e interacción de perros pueden beneficiar a sus dueños, vecinos y a la comunidad en general, al aumentar significativamente los niveles de capital social y vida activa. En este trabajo, luego de obtener una noción de la demografía canina de Costa Rica y la creación del primer parque para perros del país, se discute la necesidad de la creación de este tipo de lugares.

Palabras clave: *perros, espacio público, socialización, capital social, gentrificación, parques para perros.*

Abstract

This article is a compilation of studies of recent years, in relation to dogs as facilitators of socialization among strangers, and the influence that pets have in the modern urban space. With the creation of dog parks In this work, after obtaining a notion of canine demography in Costa Rica, and the creation of the first dog park of the country, is discussed the need for creating such places. Public spaces for socialization and interaction of dogs, can benefit their owners, neighbors and the broader community, significantly increasing the levels of social capital and active life.

Key words: *Dogs, public space, socialization, social capital, gentrification, dog parks.*

1 Centro de Intervenciones Asistidas con Animales, Heredia.

Los animales han dado un matiz particular a la transformación de lugares públicos. Espacios exclusivos han sido creados para perros y, en consecuencia, para sus dueños (Tissot, 2011). Son lugares donde canes y humanos van a recrearse, ejercitarse y socializar. Sitios que buscan la integración de diversidad de personas, pero a la vez son excluyentes para otras que quizá no posean mascotas. Es por esto que la creación de espacios públicos exclusivos para perros puede verse como un tópico controversial que amerita ser estudiado en Costa Rica, donde estos cambios están apenas iniciando, ya que en abril del 2012 se inauguró el primer parque público para perros del país.

Se ha estudiado el poder catalizador de los perros en las interacciones sociales, fenómeno que puede ser muy útil para diversas poblaciones como niños y niñas, adultos mayores, y personas con discapacidades. Desde el enfoque de la psicología ambiental, es posible estudiar las percepciones, vivencias, actitudes de los dueños y no dueños de perros ante estos cambios urbanísticos y sociales. En este artículo, se considera la posibilidad de encausar los cambios y nuevas tendencias hacia un desarrollo equilibrado y sostenible, con mejoras en el capital social y aumento en los niveles de vida activa en las comunidades las cuales socialicen en espacios públicos con sus perros.

En las últimas décadas, varios investigadores del ámbito de las ciencias sociales como Guéguen & Ciccotti (2008), Wells (2004) y McNicholas, J., & Collins, G. (2000) entre otros, han estudiado el rol que cumplen los animales en la vida de sus dueños y sus comunidades; la literatura científica citada en este artículo apunta que el poseer mascotas está asociado con efectos positivos en el bienestar de las personas. Investigaciones han clasificado estos efectos en cuatro grupos: terapéuticos, fisiológicos, psicológicos y psicosociales (Wood, Giles-Corti, & Bulsara, 2005). En cuanto a este último aspecto, se mencionarán datos investigativos que destacan a los perros como facilitadores para la interacción y socialización entre personas. Como exponen Guéguen & Ciccotti (2008), en cuanto al perro como facilitador para la interacción social, este es percibido por los participantes como un poderoso antídoto para el anonimato humano en los sitios públicos de la actual sociedad, ya que promueve la

interacción entre personas desconocidas (Gómez, Atehortua, & Orozco, 2007), es así como estos animales pueden servir como fuertes lubricantes sociales (Wells, 2004). Definición respaldada por Wood, Giles-Corti, & Bulsara (2005) quienes sugieren que las mascotas pueden enriquecer la salud mental al servir como catalizadores para fortalecer las redes sociales, las cuales sirven de apoyo, distracción y esparcimiento a sus dueños.

En cuanto al papel del perro a la hora de interactuar con desconocidos en las calles, se ha visto que un extraño acompañado de un perro recibe más reconocimientos (Guéguen & Ciccotti, 2008) miradas, sonrisas y cumplidos verbales. De igual forma, se ha cuantificado en el mismo estudio realizado en una vía pública en Francia, que solicitudes hechas a peatones por una persona acompañada de un perro son más aceptadas que cuando la persona no está acompañada por este (Guéguen & Ciccotti, 2008). Otra actividad que se estudió fue el comportamiento de ayuda hacia extraños, el cual está influenciado por diversos factores asociados a la persona; como su atractivo físico, apariencia e inclusive el modelo de su carro. Los resultados del estudio de Guéguen y Ciccotti (2008) demuestran que un perro es también un factor que mejora el atractivo de la persona y le facilita el obtener mayor número de comportamientos de ayuda. Estos autores explican que la presencia del perro no tiene impacto alguno en la apariencia de estatus de la persona, pero sí influencia en cómo esta es percibida (Patterson, 2002), y que posiblemente la presencia del can llevó a los peatones a evaluar al sujeto como amable, considerado, o accesible, debido a que quienes aman a los animales, particularmente a los perros, se cree que tienen tales atributos. Los individuos quienes se relacionan con animales suelen ser juzgados por otros como más amistosos, alegres, seguros de sí mismos y relajados (Gunter, 2002).

La presencia del perro funciona como "rompe hielo" y facilita la vía para que se den más interacciones sociales luego de que la persona ya no se encuentre con él (McNicholas & Collins, 2000); esto ha sido estudiado con casos de perros guía y perros de asistencia, entregados a personas con alguna discapacidad física, las cuales luego de recibir al animal no sólo han obtenido

beneficios en cuanto a movilidad espacial y sus quehaceres diarios, sino también beneficios psicológicos como mejora en su autoestima, así como a nivel social, pues estos les facilitan las interacciones con personas no discapacitadas que de otra forma serían menos propensas a acercarse a algún usuario de silla de ruedas (Gunter, 2002).

A través de investigaciones alrededor del mundo, se ha podido determinar que más interacciones sociales se llevan a cabo cuando el experimentador está acompañado por un perro (McNicholas & Collins, 2000). En un estudio llevado a cabo en Irlanda (Wells, 2004), en el cual se estudian las respuestas de los peatones al acercarse a una persona en seis situaciones distintas: acompañada de un perro Labrador cachorro, un Labrador adulto y un Rottweiler adulto; de dos estímulos neutros (un oso de peluche y una planta) y de la persona sola, los resultados indicaron que más personas ignoraron más al experimentador cuando este caminaba solo, con la planta o el oso, que cuando caminaba con alguno de los perros. Según los resultados de este estudio, el efecto catalizador no es genérico para todas las razas, pero sí específico de los perros, lo que indica que se debe estudiar más las actitudes ante las diferentes razas, pues con el Labrador, al ser una raza apreciada como noble y juguetona, útil en la sociedad, aumentan las respuestas e interacciones, en contraste con el Rottweiler, que es generalmente percibido como agresivo. El autor sugiere estudiar otros factores los cuales pueden influenciar en la interacción y respuestas de los extraños en presencia de perros, como el sexo de este, color, tamaño, comportamiento y género del experimentador, así como características de los extraños, en la influencia de la habilidad de los perros para facilitar los contactos sociales.

La promoción de contacto social es el mayor beneficio a nivel comunitario atribuido a las mascotas hasta la fecha (Wood et al., 2005). Destaca Tissot (2011), que la sociología de los animales ayuda en la comprensión de la vida urbana contemporánea, pues la creación de parques para estas mascotas es una expresión de la reestructuración del ambiente urbano. Todo amo y todo perro pertenecen a una zona urbana específica, en ésta se mueven e interactúan con otros en zonas públicas como calles, aceras y parques,

pues los perros necesitan ejercicio y socialización, al igual que sus amos. Hay evidencia que sugiere que los parques para perros brindan una mayor oportunidad para el contacto social, más que cuando simplemente se sale a caminar con los perros por las aceras (Wood et al., 2005).

En un estudio llevado a cabo en Australia por Wood et al (2005), más de la mitad de los participantes afirmaron haber conocido gente de su residencial como resultado de tener su mascota. Los animales domésticos pueden originar un aumento de amistades al facilitar las interacciones con otras personas (Gunter, 2002). Encuentros casuales, como los experimentados por quienes caminan perros, pueden brindar un sentido de integración social y promover las oportunidades de contactos futuros, los cuales pueden convertirse en relaciones sociales más sustanciales como amistades (McNicholas & Collins, 2000). De la misma manera, determinaron que a los dueños de mascotas generalmente les cuesta menos conocer gente. Otro resultado de este estudio demuestra que los perros brindan oportunidades o motivación adicional a sus dueños para caminar en el propio barrio, participar en eventos comunales y usar áreas comunes como parques y espacios al aire libre. Por último, cabe destacar que los propietarios de mascotas resultaron con elevados niveles de soporte social y amistades en la comunidad. En general, puntuaron significativamente más alto en toda la escala de capital social luego de controlar las variables demográficas (Wood et al., 2005).

El capital social es valioso para el bienestar comunitario, ya que consiste en la existencia de valores afectivos entre personas: confianza, comprensión mutua, valores compartidos y comportamientos que unen a los miembros de redes y comunidades, y hacen la acción cooperativa posible, al obtener beneficios bilaterales (Cohen & Prusak, 2001). La conexión entre mascotas, interacción social y capital social, sugiere que el rango de la influencia de éstas se extiende más allá que sólo a su dueño y hogar, pues tiene un efecto positivo en el resto de la comunidad (Wood, 2009). Cuando se crea un vecindario amigable con los perros, lo es con las personas también. Los carros no viajan tan rápido ni peligrosamente, se crean lugares con vegetación para

salir y para caminar. Es por esto que los perros son buenos indicadores; donde sea que la gente ande caminando con sus perros, será un lugar con un alto sentido de comunidad (Walljasper, 2007). El autor no menciona estudios específicos, por lo que es necesario explorar este tópico en futuras investigaciones.

En cuanto a la interacción social, un parque para perros obliga a las personas a compartir un pequeño lugar repetidamente y por períodos relativamente largos de tiempo, genera interacciones que comúnmente se convierten en amistades (Tissot, 2011). En la investigación de este autor, se recibieron numerosas cartas de los usuarios del parque para perros las cuales mencionan la virtud socializadora de este lugar. Son sitios donde se puede combatir el hecho de que, como explica Odio (2012), la individualidad del sujeto urbano no tiene la oportunidad de entretenerse con otras individualidades si el espacio de intercambio con el que cuenta es inseguro y no fomenta encuentros entre los ciudadanos.

Como se mencionó anteriormente, las interacciones de los paseantes caninos se llevan a cabo en espacios públicos como parques y aceras, lo que implica asuntos relacionados con el vecindario en general; se encuentra que las mascotas están asociadas positivamente con algunas formas de contacto e interacción, ambas hacia otros propietarios de mascotas, vecinos y la comunidad local (Wood et al., 2005); no obstante, el poseer perros también puede servir como una marca de distinción, pues permite a propietarios de perros de clase media alta simbólicamente apropiarse de espacios públicos y crear nuevos; de esta forma, podría decirse que estos son lugares excluyentes, como los parques para perros (Tissot, 2011).

El tema de los parques destinados exclusivamente a pasear y jugar con perros tiene implicaciones para la inclusión de este tipo de áreas en el diseño de vecindarios, así mismo de leyes y políticas que regulen la presencia de perros en parques y lugares al aire libre. Con relación a esto, la investigación del autor antes mencionado estudia el caso de un parque para perros en una zona en proceso de “gentrificación”. Este término se refiere al proceso mediante el cual en comunidades de clase media, media-baja, debido a la remodelación de edificaciones, apertura

de supermercados de cadenas, boutiques o restaurantes, migran personas de una clase social mayor, y se tiene como resultado el aumento del valor de las edificaciones, lo que muchas veces tiene como consecuencia el desplazamiento de los antiguos residentes a otro lugar, pues los alquileres, precios de las casas, e impuestos territoriales se vuelven más altos. En zonas urbanas en proceso de gentrificación, los nuevos residentes incrementan el control de los espacios públicos; y los parques para perros no son la excepción, pues juegan un rol crucial en el proceso de inclusión y exclusión entre residentes de vecindarios que se encuentran viviendo estos cambios urbanísticos. Se podría afirmar que las mascotas han llegado a formar parte del proceso de imponer normas sociales específicas como cierta vestimenta, hábitos alimenticios y estilos decorativos, y las mascotas se han convertido también en marcadores sociales en el proceso de gentrificación en algunas ciudades (Tissot, 2011).

El reconocer las necesidades y derechos de los animales en general, y de las mascotas en particular, es un fenómeno que ha venido siendo reconocido con mayor fuerza en Costa Rica en las últimas décadas, gracias a programas televisivos y radiales informativos, así como actividades organizadas por asociaciones que velan por los derechos de los animales. Sin embargo, no a todas las personas les agradan los perros, y las zonas exclusivas para estos han servido para evitar disgustos o confrontaciones con vecinos que se molestan por las heces depositadas en sus cocheras o aceras, o la molestia de que perros sueltos se metan a sus jardines. En países como Canadá, Australia y Estados Unidos, se han comenzado a crear áreas públicas exclusivas para los perros y sus dueños a partir de 1975, como las que fueron mencionadas anteriormente, lugares donde se pueden pasear a los perros sin necesidad de que estén atados a una correa, pudiendo correr libremente y jugar con otras mascotas y sus dueños. En Costa Rica, recientemente se inauguró el primer parque exclusivo para perros, precisamente en un vecindario en proceso de gentrificación, que abarca: Freses de Curridabat y Lourdes de Montes de Oca.

En el proceso de creación de parques para perros en vecindarios en proceso de

gentrificación, los recién llegados a la comunidad expresan su apertura a la diversidad porque, como la mayoría de los espacios públicos, los parques para perros y el parque en donde esté ubicado fomentan interacciones entre desconocidos. Este espacio, no solo funciona como sitio de relaciones de poder, sino que sus usuarios pueden desarrollar apertura y tolerancia hacia los demás (Tissot, 2011), características resaltables de los procesos gentrificadores. Los espacios públicos son abiertos y accesibles, en principio, a todas las personas, pero no necesariamente así en la práctica (Orum & Neal, 2010). Un determinado espacio público es definido, interpretado, apropiado y vivido de muy distinta forma por cada uno de los individuos, grupos y sociedades con intereses en este, sin estructuras limitantes en cuanto a posibilidades de interacción y creación de nuevos ambientes (Leandro, 2011). Entonces, si una persona no tiene un perro, ese parque no le es útil. Puede entrar, pues tiene derecho, pero se sentirá excluida, su percepción y vivencia dista mucho de la de un amante de los canes. Una línea de investigación podría orientarse a determinar en qué medida estas personas, a pesar de que no poseen un can, son o no beneficiadas por las consecuencias de los cambios que un parque para perros trae a la comunidad.

Para tener una perspectiva práctica de la situación referente a este tema en Costa Rica, se presenta el caso del cantón central de Heredia, en el cual se pueden contabilizar más de 50 parques públicos, de los cuales al menos 25 tienen juegos infantiles, además de 6 canchas de fútbol, 5 de basquetbol y ningún parque para perros, así que si una persona no tiene hijos o hijas, no juega fútbol, ni básquet, esas áreas públicas le serían excluyentes. Ahora, según datos del Programa de Bienestar Animal del SENASA-MAG (Encuesta IDESPO-WSPA 2003, 2012), en Costa Rica hay aproximadamente un perro por cada cuatro habitantes en la GAM, lo que significa que el 25% de la población tiene perros en sus casas; por lo tanto, en este cantón hay cerca de treinta mil perros que necesitan ser ejercitados y socializados, no sólo por bienestar del animal, sino también para bienestar de sus dueños y de sus comunidades, pero no se cuenta ni siquiera con un espacio provisto para este fin.

Con estos números, se podría contextualizar para comunidades costarricenses lo visto en estudios de otros países: en los ambientes urbanos parece existir una real necesidad de lugares seguros donde los propietarios de perros puedan llevar a sus mascotas a correr libremente, jugar e interactuar con otros perros, y un parque para perros puede ser la solución (Allen, 2007); sin embargo, el efecto de tales usos del espacio requiere más investigación.

Con el avance del proceso de la gentrificación, muchos elementos y formas de interacción de las comunidades se ven modificados; entre estos, los parques y aceras que son lugares de los que una nueva población más afluyente progresivamente se apropia, mientras los antiguos residentes ven sus lugares de reunión tradicionales desaparecer (Tissot, 2011); no obstante, muchas de estas áreas tradicionales están en desuso y en mal estado. En cuanto a esto, podemos ver que el encontrar parques públicos en abandono es un fenómeno que se da en varios cantones del país, pues es plausible la falta de importancia que se le da a los espacios públicos como lugares los cuales puedan generar bienestar en la sociedad urbana costarricense. Se invisibiliza la necesidad de contribuir a la regeneración integral de algunos espacios para brindar lugar de ocio y recreación, así como de contacto con el entorno natural, y producir un efecto positivo en la calidad de vida de sus usuarios (Odio, 2012).

Al crear parques para perros, se incentivaría a este 25% de la población a tener una vida activa al caminar y ejercitarse con estos, y mejorar así su salud física y mental (Batch, 2002). Además, los canes socializados y ejercitados tienen menos conductas agresivas y ladran menos (Cutt, Giles-Corti, Knuiiman, & Adams, 2006), lo que beneficiaría a la comunidad, pues se reduciría la contaminación sonora que generan los ladridos de los perros confinados a jardines traseros. Otro beneficio a nivel comunitario es que al haber parques públicos y más personas caminando con sus perros, se mejora la seguridad comunitaria, pues los mismos paseantes pueden actuar como vigilantes durante sus caminatas (Batch, 2002).

En las comunidades donde hay parques para perros existen personas a favor y personas en contra de la creación de estos. Los principales

argumentos en contra de estas áreas son los excrementos que los perros depositan en el suelo y no son recogidos por sus dueños, (Cutt et al., 2006), los propietarios quienes salen a caminar con perros mal educados y/o agresivos (Batch, 2002) y la asignación de recursos municipales hacia los perros, en lugar de utilizarlos en alguna obra de bien social. Por ejemplo, con la creación del primer parque para perros de Costa Rica, a tan solo tres meses desde su apertura, la cual fue en abril del 2012, este había recibido elogios, pero también críticas por parte de la población. En el muro de Facebook de Noticias Repretel, al anunciar la apertura de este parque, el 79% de los comentarios fueron positivos; una usuaria lo describe como “un parque divino y muy divertido. Mi perrita y nosotros disfrutamos mucho. Cada persona que lo visita sigue las normas de aseo y cortesía que lo hacen un lugar maravilloso.” Por otro lado, un no amante canino comentó: “Tanta gente pobre y sin dinero para comprar un lote o para tal vez solicitar un bono de vivienda y hacen eso” (de: <https://www.facebook.com/noticiasrepretelcostarica>). A pesar de estos comentarios iniciales, actualmente, un año después de la inauguración del parque de perros, según Rodríguez (2013) es notable que la comunidad ha sido testigo de los beneficios y del éxito de este espacio público, ya en su investigación se cuantificó que este es un espacio altamente concurrido, y que fomenta la interacción entre los residentes de la comunidad y entre desconocidos, afirmando las cualidades facilitadoras de los perros para el capital social de sus propietarios; además de que se ha podido determinar que los usuarios de este espacio han incrementado sus niveles de vida activa, lo que es favorable para su salud tanto física como mental.

Una necesidad prioritaria de las comunidades es que todos sus habitantes tengan estilos de vida saludables y activos, que mejoren integralmente la comunidad, al incluir a sus habitantes humanos y de toda especie. La inversión no sólo beneficia a los animales, sino que principalmente busca beneficiar a sus dueños, vecinos y comunidad en general. Los parques para perros reciben un uso considerable y sirven a variedad de grupos y usuarios quienes generalmente se sienten satisfechos con estos parques (Lee, Shepley, & Huang, 2009).

Se puede afirmar que son plausibles los beneficios de los perros como lubricantes sociales², no solo para los propietarios en general, sino también para niños, ancianos, y personas con discapacidades, poblaciones con las que los profesionales de la psicología constantemente están trabajando. Actualmente, se están aplicando en centros educativos, terapéuticos y hospitalarios, actividades y terapias asistidas por perros, que se han venido introduciendo en el ámbito profesional al ir confirmando científicamente lo beneficioso que puede ser el contacto cariñoso, suave y sin prejuicios de un can, pero sólo con más estudios de las interacciones humano-animal se podrá ir formando un sustento teórico para poder avanzar en estas novedosas terapias, y se podrán encontrar maneras sostenibles de pensar en el desarrollo urbanístico de un país que cohabita con cerca de seiscientos cincuenta mil perros en tan sólo la Gran Área Metropolitana (“Encuesta IDESPO-WSPA 2003,” 2012), mascotas que podrían influenciar en construir un fuerte sentido de comunidad y desarrollar capital social activo, dos pilares fundamentales para una comunidad vibrante y saludable.

2 Ver cuadro 1.

Cuadro 1
Beneficios y Costos de los parques para perros

Beneficios	Incentivan a conocer nuevas personas, pues los perros funcionan como “rompe hielo” con los desconocidos.	(McNicholas & Collins, 2000)
	Promueven o motivan a tener un estilo de vida activa, lo que mejora la salud de los dueños.	(Wood, 2009), (Cutt et al., 2006)
	Contribuyen a la creación de capital social en la comunidad.	(Wood et al., 2005), (Cutt et al., 2006)
	Ayudan a que los vecinos se conozcan e interactúen entre si.	(Gómez et al., 2007), (Wells, 2004), (Guéguen & Ciccotti, 2008)
	Ayuda a mejorar la seguridad comunitaria.	(Cutt et al., 2006), (Tissot, 2011)
	Disminuyen problemas de mal comportamiento, agresividad y ladridos en los perros.	(Cutt et al., 2006), (Allen, 2007)
	Motiva a participar en actividades comunales.	(Tissot, 2011), (McNicholas & Collins, 2000)
	Promueve la tolerancia y diversidad en el vecindario.	(Tissot, 2011)
	Promueve la inclusión de áreas verdes que mejoran la apariencia de la comunidad.	(Allen, 2007)
	Al tener espacios para soltar los perros, se evitan posibles accidentes causados por perros sueltos en aceras y calles.	(Cutt et al., 2006)
Costos	Exclusión de cierta población de la comunidad.	(Tissot, 2011)
	Requiere de organización, planeación, presupuesto y plan de mantenimiento.	(Cutt et al., 2006)
	Se debe concientizar a los propietarios de una adecuada educación y manejo del perro en lugares públicos.	(Cutt et al., 2006)
	Se pueden presentar conflictos entre perros, entre dueños o entre usuarios y oponentes.	(Batch, 2002), (Patterson, 2002)
	Se debe tener cuidado con los cachorros ya que son vulnerables a enfermedades.	(Patterson, 2002)

Referencias bibliográficas

- Allen, L. (2007). Dog Parks: Benefits and Liabilities.
- Batch, E. (2002). The Case for Space: University of Southern California.
- Cohen, D., & Prusak, L. (2001). *In good company: How social capital makes organizations work*: Harvard Business Press.
- Cutt, H., Giles-Corti, B., Knuiman, M., & Adams, T. (2006). Who's taking who for a walk? Dog walking and regulation in West Australian local government. *Age, 12*, 27. [Encuesta IDESPO-WSPA 2003] (2012).
- Gómez, L., Atehortua, C., & Orozco, S. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias, 20*, 377-386.
- Guéguen, N., & Ciccotti, S. (2008). Domestic dogs as facilitators in social interaction: an evaluation of helping and courtship behaviors. *Anthrozoös, 21*(4). doi: 10.2752/175303708x371564
- Gunter, B. (2002). *Animales domésticos*. España: Paidós.
- Leandro, M. (2011). Ambiente, conducta y sostenibilidad *Informes Finales de Investigación*. San Jose, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Psicológicas.
- Lee, H. S., Shepley, M., & Huang, C. S. (2009). Evaluation of off-leash dog parks in Texas and Florida: A study of use patterns, user satisfaction, and perception. *Landscape and urban planning, 92*(3), 314-324.
- McNicholas, J., & Collins, G. (2000). Dogs as catalysts for social interactions: Robustness of the effect. *British Journal of Psychology, 91*, 61-70.
- Odio, D. (2012). [Investigaciones sobre el diseño y construcción social del espacio público del área metropolitana en San José, Costa Rica.].
- Orum, A., & Neal, Z. (2010). *Common Ground? Readings and reflections on public space*. New York: Routledge.
- Patterson, M. (2002). Walking the Dog: An Urban Ethnography of Owners and their Dogs in the Glebe (Where Can'Lassie'Go?'Territoriality and Contested Spaces). *Alternate Routes, 18*, 5-70.
- Rodríguez, M. (2013) Los perros como catalizadores de capital social, salud y vida activa: Estudio en la comunidad de Freses de Curridabat. Tesis de Licenciatura. Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Tissot, S. (2011). Of dogs and men: The making of spacial boundaries in a gentrifying neighborhood. *City and Community, 10*(3). doi: 10.1111/j.1540-6040.2011.01377.x
- Walljasper, J. (2007). *The great neighborhood book: A do-it-yourself guide to placemaking*: New Society Pub.
- Wells, D. (2004). The facilitation of social interactions by domestic dogs. *Anthrozoös, 17*, 340-352.
- Wood, L. (2009). Living well together: How companion animals can strengthen social fabric. Australia: Petcare Infotmation & Advisory Service Pty Ltd and Center for the Built Environment and Health (School of Population Health). The University of Western Australia.
- Wood, L., Giles-Corti, B., & Bulsara, M. (2005). The pet connection: Pets as conduit for social capital? *Social Science & Medicine, 61*, 1159-1173. doi: 10.1016/j.socscimed.2005.01.017