

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Comunicación Social



**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO APLICADAS POR
EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN
MUJERES DE LA ASOCIACIÓN AVEQUIMAKICC, AREQUIPA, 2020.**

Tesis presentada por la Bachiller:

Sánchez Lima, Gabriela María

Para optar el Título Profesional de:

**Licenciada en Comunicación Social con
mención en Comunicación para el Desarrollo.**

Asesor:

Dr. Torres Orihuela Guido

**Arequipa - Perú
2021**

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
COMUNICACION SOCIAL
TITULACIÓN CON TESIS
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 19 de Marzo del 2021

Dictamen: 001222-C-EPCS-2021

Visto el borrador del expediente 001222, presentado por:

2013203982 - SANCHEZ LIMA GABRIELA MARIA

Titulado:

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO APLICADAS POR EL CENTRO DE
EMERGENCIA MUJER EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN MUJERES DE LA ASOCIACIÓN
AVEQUIMAKICC, AREQUIPA, 2020.**

Nuestro dictamen es:

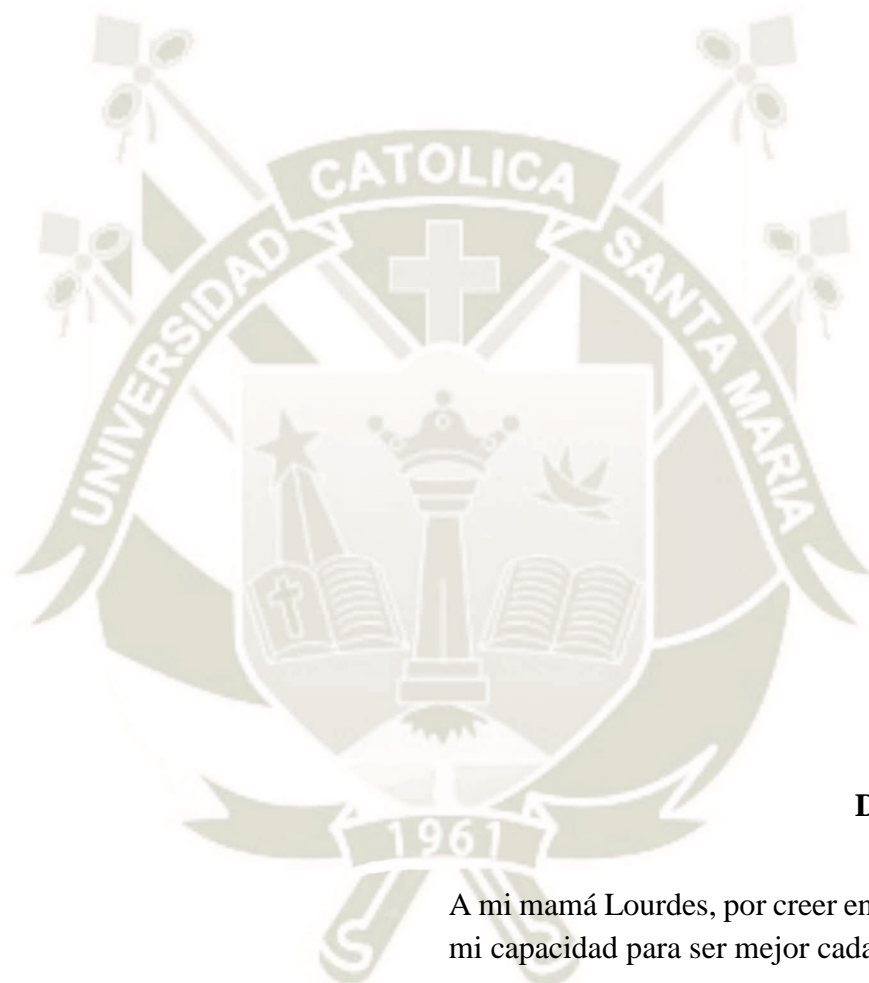
APROBADO

**0341 - LUZA GIRONZINI HERIBERTO CARLOS
DICTAMINADOR**



**1223 - CORNEJO PAREDES DORIS
DICTAMINADOR**





DEDICATORIA

A mi mamá Lourdes, por creer en mí y apostar por mi capacidad para ser mejor cada día.

A mi papá Felipe, quien ya no está conmigo, pero me sigue enseñando desde los recuerdos que dejó en mí.

A cada persona a quien pueda impactar con mi trabajo, para poder servirles y aportar en sus vidas de manera significativa.

RESUMEN

La presente investigación denominada Estrategias de Comunicación para el Desarrollo aplicadas por el Centro de Emergencia Mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC, tiene como objetivo general analizar la relación entre las estrategias de Comunicación para el Desarrollo empleadas por el Centro de emergencia mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC. Y dentro de sus objetivos específicos pretende determinar la relación entre las estrategias informativas e interaccionales y la violencia de género en mujeres de la mencionada asociación, así como determinar la relación de las estrategias de Comunicación para el Desarrollo con el reconocimiento de los tipos de violencia de género y el comportamiento frente a la misma.

Para la recolección de datos, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento usado fue un cuestionario dividido en dos partes. La primera parte se enfocará a la variable independiente: Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el Centro de emergencia Mujer. La segunda parte se enfocará a la variable independiente: Violencia de género.

Este instrumento fue aplicado a una muestra de 35 mujeres pertenecientes a la Asociación AVEQUIMAKICC. En cuanto a los resultados obtenidos en esta investigación, estos se presentan en 36 tablas y 35 gráficos estadísticos, que permiten observar de manera ordenada la información recopilada, llegándose a concluir que existe una relación inversa significativa entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y la violencia de género en mujeres de la mencionada asociación. Se encontró también que el nivel de las estrategias de comunicación para el desarrollo es percibido como medio mientras que el nivel de violencia de género, es en su mayoría bajo; lo que evidencia que las estrategias de comunicación para el desarrollo pueden tener una relación importante en temas como la violencia de género, además de ello, depende en gran medida del tipo de estrategia que se usa para lograr los objetivos propuestos.

Palabras clave: Estrategias de comunicación, comunicación para el desarrollo, violencia de género, actitudes, patrones socio-culturales.

ABSTRACT

The following research work called Communication Strategies for Development applied by the Women's Emergency Center in gender violence in women of the AVEQUIMAKICC Association, the general objective of analyzing the relationship between the Communication for Development strategies used by the Emergency Center woman in gender violence in women of the AVEQUIMAKICC Association. Within its specific objectives, has the intention of determining the effect of informational and interactional strategies on gender violence in women of the aforementioned association, as well as to establish the relationship between Communication for Development strategies in the recognition of the types of violence of gender and attitudes towards it.

The technique used for data collection, was a survey and the instrument used was a questionnaire divided into two parts. The first part will focus on the independent variable: Communication strategies applied by the Women's Emergency Center. The second part will focus on the independent variable: Gender violence.

This instrument was applied to a sample of 35 women belonging to the AVEQUIMAKICC Association. The results obtained in this research, are presented in 36 tables and 35 statistical graphs, which allow the collected information to be observed in an orderly manner, concluding that there is a significant inverse relationship between communication strategies and gender violence, in women of the aforementioned association. It was also found that the level of communication strategies is perceived as medium while the level of gender violence is mostly low; this shows that communication strategies can have an important relationship in issues such as gender violence, in addition to this, depends a lot the type of strategy used to achieve the proposed objectives.

Keywords: Communication strategies, gender violence, attitudes, communication for the development of socio-cultural patterns.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la violencia de género es uno de los problemas más graves que padece la sociedad actual, generando un impacto significativo en distintos aspectos como el económico, social y de salud; pero también por el sufrimiento y el dolor que causa a la persona afectada y a las familias donde existen las relaciones de violencia. En nuestro país, solo de marzo a diciembre del 2020 se atendieron 114.495 casos de violencia de género e intrafamiliar, siendo Arequipa una de las regiones que presenta mayor índice de violencia de género a nivel nacional, estas cifras se complementan con lo dicho en el Plan Nacional contra la Violencia hacia la Mujer 2016-2021, refiriendo que los principales actos dañinos acometidos contra las mujeres son la violencia familiar a nivel físico y psicológico, las violaciones sexuales, la trata, el hostigamiento sexual y el feminicidio. Así también, las consecuencias de la violencia de género son variadas, tienen una larga duración, y dejan un eco en el proceso de desarrollo de los países al ser una causa importante de morbilidad.

En ese contexto, el Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables, a través de los Centros de emergencia Mujer (CEM), tienen guías enmarcadas en los Lineamientos para las acciones preventivas promocionales de los CEM; dentro de los cuales establecen una serie de acciones y estrategias comunicacionales que buscan promocionar, capacitar, desarrollar capacidades, educar y generar cambios de comportamiento, en los distintos actores que intervienen en la violencia de género. Sin embargo, los resultados de éstos esfuerzos comunicacionales son medidos a gran escala y en relación a los índices de atención y prevención de la violencia de género, lo que significa que los resultados a nivel comunitario no tienen una gran incidencia en la toma de decisiones.

Existen pocos antecedentes de estudios sobre la relación entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y la violencia de género, sin embargo estos estudios dan luces sobre la importancia de analizar la relación que la comunicación tiene a nivel comunitario, con mujeres que han sufrido violencia de género o son potenciales víctimas de la misma, como es el caso de esta investigación con la Asociación AVEQUIMAKICC, la cual, es una asociación de mujeres emprendedoras y vendedoras de desayuno y emolientes en las calles de pueblos de Zamacola y Cono Norte en el Distrito de Cerro Colorado.

La presente investigación se divide en 3 capítulos, el Primer capítulo contiene el Planteamiento Teórico, compuesto por el enunciado del problema, el cuadro de variables, la justificación, los objetivos y los interrogantes; así como el marco de referencia que contiene los fundamentos teóricos y antecedentes del problema. El Segundo capítulo contiene el Planteamiento Operacional y presenta la metodología, técnica e instrumento, las estrategias de recolección de datos y el cronograma de trabajo. Finalmente, el proyecto de investigación culmina con el tercer capítulo, compuesto por los resultados y sus interpretaciones respectivas, las conclusiones y las recomendaciones por parte de la investigadora. Además de ello, se encuentran los anexos con el instrumento aplicado a las unidades de estudio.



ÍNDICE

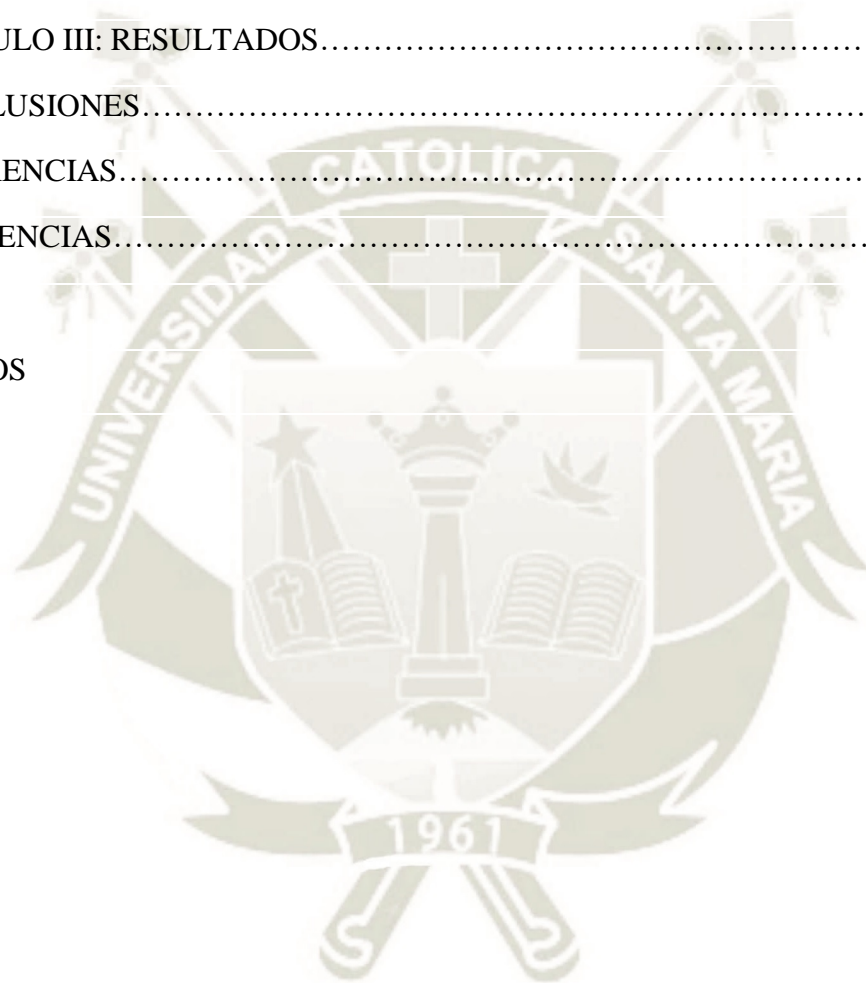
RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	1
1. EL PROBLEMA.....	2
1.1. Enunciado.....	2
1.2. Variables e indicadores.....	2
1.3. Interrogantes.....	3
2. JUSTIFICACIÓN.....	3
3. OBJETIVOS.....	4
3.1. Objetivo general.....	4
3.2. Objetivos específicos.....	5
4. HIPÓTESIS.....	5
5. MARCO DE REFERENCIA	5
5.1. Fundamentos teóricos	5
5.2. Antecedentes del problema.....	28
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	31
1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	32
2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	32
2.1. Técnica.....	32
2.2. Instrumento.....	32
3. CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	33
3.1. Ámbito de localización.....	33
3.2. Unidades de estudio.....	33

3.2.1.	Universo.....	33
3.2.2.	Muestra	33
4.	ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
4.1.	Criterios y procedimientos de recolección de datos.....	33
4.2.	Procesamiento de la información.....	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....		35
CONCLUSIONES.....		107
SUGERENCIAS.....		108
REFERENCIAS.....		109
ANEXOS		



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01	SITUACIÓN ACTUAL.....	36
TABLA N° 02	¿ALGUNA VEZ SE HA ENFRENTADO A UNA SITUACIÓN EN LA QUE SUFRIÓ VIOLENCIA POR SER MUJER?.....	38
TABLA N° 03	¿ALGUNA VEZ HA ESCUCHADO SOBRE EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?	40
TABLA N° 04	¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE ESCUCHÓ ALGO SOBRE EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?.....	42
TABLA N° 05	¿HA ESCUCHADO INFORMACIÓN EN LA RADIO SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO POR PARTE DEL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?	44
TABLA N° 06	¿HA VISTO INFORMACIÓN EN TV SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO, POR PARTE DEL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?	46
TABLA N° 07	¿HA VISTO INFORMACIÓN EN LA PÁGINA DE FACEBOOK DEL MINISTERIO DE LA MUJER SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO?	48
TABLA N° 08	¿HA RECIBIDO INFORMACIÓN A SU CORREO ELECTRÓNICO SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO?.....	50
TABLA N° 09	¿HA ENCONTRADO INFORMACIÓN ÚTIL ANTE SITUACIONES DE VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PÁGINA WEB DEL MINISTERIO DE LA MUJER?.....	52
TABLA N° 10	¿EL CEM LA HA ANIMADO A PARTICIPAR EN ALGÚN TALLER ORGANIZADO POR ELLOS?.....	54
TABLA N° 11	¿EL CEM LA HA ANIMADO A PARTICIPAR EN ALGUNA CHARLA OFRECIDA POR ELLOS?.....	56
TABLA N° 12	¿EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER LE HA PERMITIDO EXPRESAR SU OPINIÓN EN ALGUNA DE LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE PARTICIPÓ?.....	58
TABLA N° 13	¿LOS EVENTOS ORGANIZADOS POR EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER LE AYUDARON A SABER CÓMO ACTUAR ANTE SITUACIONES DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?	60
TABLA N° 14	¿EL CEM LA HA ANIMADO A PARTICIPAR EN ALGÚN PASACALLE, TEATRO, MARCHA U OTRA ACTIVIDAD ORGANIZADA POR ELLOS?.....	62
TABLA N° 15	¿LOS PASACALLES, TEATROS, MARCHAS U OTRAS ACTIVIDADES DEL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER, LE PERMITIERON REFLEXIONAR SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?	64
TABLA N° 16	A CONTINUACIÓN, ELIJA LA OPCIÓN CON LA QUE MÁS SE IDENTIFICA: EL CEM ME ENSEÑÓ QUE NO DEBO ESPERAR A QUE LA VIOLENCIA SEA DIARIA PARA DENUNCIARLA.....	66
TABLA N° 17	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA FÍSICA.....	68

TABLA N° 18	PUEDO RECONOCER QUE SOY VÍCTIMA DE VIOLENCIA SI MI PAREJA ME AMENAZA PORQUE HAGO ALGO QUE NO LE GUSTA.....	70
TABLA N° 19	NO DEBO PERMITIR QUE MI PAREJA ME TRATE DE MANERA INJUSTA.....	72
TABLA N° 20	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA PSICOLÓGICA.....	74
TABLA N° 21	SI MI EX PAREJA NO CUMPLE CON LA PENSIÓN A MI HIJO/A, EJERCE VIOLENCIA ECONÓMICA SOBRE NOSOTROS.....	76
TABLA N° 22	LA SITUACIÓN ECONÓMICA EN MI HOGAR NO DEBERÍA GENERAR VIOLENCIA.....	78
TABLA N° 23	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA ECONÓMICA....	80
TABLA N° 24	SI UNA MUJER ES MALTRATADA POR SU MARIDO O COMPAÑERO DEBERÍA ALEJARSE Y BUSCAR AYUDA.....	82
TABLA N° 25	EL CEM ME ENSEÑÓ QUE LA MADRE DE FAMILIA PUEDE TENER LA ÚLTIMA PALABRA PARA LAS DECISIONES IMPORTANTES.....	84
TABLA N° 26	PIENSO QUE TANTO EL HOMBRE COMO LA MUJER PUEDEN SER LA CABEZA DE LA FAMILIA.....	86
TABLA N° 27	LAS MUJERES NO DEBERÍAMOS PERMITIR AGRESIONES DE NINGÚN TIPO.....	88
TABLA N° 28	LAS MUJERES DEBEMOS CONOCER NUESTROS DERECHOS FRENTE AL MALTRATO O VIOLENCIA.....	90
TABLA N° 29	CREO QUE LAS MUJERES MALTRATADAS DEBEMOS ORGANIZARNOS Y DENUNCIAR A LOS ESPOSOS VIOLENTOS.....	92
TABLA N° 30	ES IMPORTANTE BUSCAR A UNA PAREJA QUE ME BRINDE CARIÑO Y RESPETO.....	94
TABLA N° 31	SOY CAPAZ DE RECONOCER CUANDO MI PAREJA ME FUERZA A TENER RELACIONES SEXUALES.....	96
TABLA N° 32	SI MI PAREJA ME OBLIGA A TENER RELACIONES SEXUALES, MI DECISIÓN DEBE SER DENUNCIARLO.....	98
TABLA N° 33	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA SEXUAL.....	100
TABLA N° 34	NIVEL DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	102
TABLA N° 35	NIVEL DE VIOLENCIA DE GÉNERO.....	104
TABLA N° 36	COEFICIENTE DE CORRELACION DE PEARSON.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°01	SITUACIÓN ACTUAL.....	37
GRÁFICO N°02	¿ALGUNA VEZ SE HA ENFRENTADO A UNA SITUACIÓN EN LA QUE SUFRIÓ VIOLENCIA POR SER MUJER?.....	39
GRÁFICO N°03	¿ALGUNA VEZ HA ESCUCHADO SOBRE EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?	41
GRÁFICO N°04	¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE ESCUCHÓ ALGO SOBRE EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?.....	43
GRÁFICO N°05	¿HA ESCUCHADO INFORMACIÓN EN LA RADIO SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO POR PARTE DEL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?	45
GRÁFICO N°06	¿HA VISTO INFORMACIÓN EN TV SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO, POR PARTE DEL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER?	47
GRÁFICO N°07	¿HA VISTO INFORMACIÓN EN LA PÁGINA DE FACEBOOK DEL MINISTERIO DE LA MUJER SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO?	49
GRÁFICO N°08	¿HA RECIBIDO INFORMACIÓN A SU CORREO ELECTRÓNICO SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO?.....	51
GRÁFICO N°09	¿HA ENCONTRADO INFORMACIÓN ÚTIL ANTE SITUACIONES DE VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PÁGINA WEB DEL MINISTERIO DE LA MUJER?.....	53
GRÁFICO N°10	¿EL CEM LA HA ANIMADO A PARTICIPAR EN ALGÚN TALLER ORGANIZADO POR ELLOS?.....	55
GRÁFICO N°11	¿EL CEM LA HA ANIMADO A PARTICIPAR EN ALGUNA CHARLA OFRECIDA POR ELLOS.....	57
GRÁFICO N°12	¿EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER LE HA PERMITIDO EXPRESAR SU OPINIÓN EN ALGUNA DE LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE PARTICIPÓ.....?.....	59
GRÁFICO N°13	¿LOS EVENTOS ORGANIZADOS POR EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER LE AYUDARON A SABER CÓMO ACTUAR ANTE SITUACIONES DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?	61
GRÁFICO N°14	¿EL CEM LA HA ANIMADO A PARTICIPAR EN ALGÚN PASACALLE, TEATRO, MARCHA U OTRA ACTIVIDAD ORGANIZADA POR ELLOS?.....	63
GRÁFICO N°15	¿LOS PASACALLES, TEATROS, MARCHAS U OTRAS ACTIVIDADES DEL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER, LE PERMITIERON REFLEXIONAR SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?	65
GRÁFICO N°16	A CONTINUACIÓN, ELIJA LA OPCIÓN CON LA QUE MÁS SE IDENTIFICA: EL CEM ME ENSEÑÓ QUE NO DEBO ESPERAR A QUE LA VIOLENCIA SEA DIARIA PARA DENUNCIARLA.....	67
GRÁFICO N°17	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA FÍSICA.....	69

GRÁFICO N°18	PUEDO RECONOCER QUE SOY VÍCTIMA DE VIOLENCIA SI MI PAREJA ME AMENZAZA PORQUE HAGO ALGO QUE NO LE GUSTA.....	71
GRÁFICO N°19	NO DEBO PERMITIR QUE MI PAREJA ME TRATE DE MANERA INJUSTA.....	73
GRÁFICO N°20	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA PSICOLÓGICA.....	75
GRÁFICO N°21	SI MI EX PAREJA NO CUMPLE CON LA PENSIÓN A MI HIJO/A, EJERCE VIOLENCIA ECONÓMICA SOBRE NOSOTROS.....	77
GRÁFICO N°22	LA SITUACIÓN ECONÓMICA EN MI HOGAR NO DEBERÍA GENERAR VIOLENCIA.	79
GRÁFICO N°23	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA ECONÓMICA.....	81
GRÁFICO N°24	SI UNA MUJER ES MALTRATADA POR SU MARIDO O COMPAÑERO DEBERÍA ALEJARSE Y BUSCAR AYUDA... ..	83
GRÁFICO N°25	EL CEM ME ENSEÑÓ QUE LA MADRE DE FAMILIA PUEDE TENER LA ÚLTIMA PALABRA PARA LAS DECISIONES IMPORTANTES.....	85
GRÁFICO N°26	PIENSO QUE TANTO EL HOMBRE COMO LA MUJER PUEDEN SER LA CABEZA DE LA FAMILIA.....	87
GRÁFICO N°27	LAS MUJERES NO DEBERÍAMOS PERMITIR AGRESIONES DE NINGÚN TIPO.....	89
GRÁFICO N°28	LAS MUJERES DEBEMOS CONOCER NUESTROS DERECHOS FRENTE AL MALTRATO O VIOLENCIA.....	91
GRÁFICO N°29	CREO QUE LAS MUJERES MALTRATADAS DEBEMOS ORGANIZARNOS Y DENUNCIAR A LOS ESPOSOS VIOLENTOS.....	93
GRÁFICO N°30	ES IMPORTANTE BUSCAR A UNA PAREJA QUE ME BRINDE CARÍÑO Y RESPETO.....	95
GRÁFICO N°31	SOY CAPAZ DE RECONOCER CUANDO MI PAREJA ME FUERZA A TENER RELACIONES SEXUALES.....	97
GRÁFICO N°32	SI MI PAREJA ME OBLIGA A TENER RELACIONES SEXUALES, MI DECISIÓN DEBE SER DENUNCIARLO.....	99
GRÁFICO N°33	EL CENTRO DE EMERGENCIA MUJER ME ENSEÑÓ A RECONOCER SITUACIONES DE VIOLENCIA SEXUAL.....	101
GRÁFICO N°34	NIVEL DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	103
GRÁFICO N°35	NIVEL DE VIOLENCIA DE GÉNERO.....	105



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. EL PROBLEMA

1.1. Enunciado

Estrategias de Comunicación para el Desarrollo aplicadas por el Centro de Emergencia Mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, 2020.

1.2. Variables e indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES
Estrategias de comunicación para el desarrollo	Informativa	Estrategias de mass media	Radio
			Tv
	Interaccional	Medios alternativos y digitales	Facebook
			Correo electrónico
			Página web
			Talleres interactivos
Interaccional	Estrategias de comunicación directa	Charlas	
		Intervenciones	
Violencia de género	Tipos de violencia de género	Violencia física	Agresión personal
		Violencia psicológica	Amenazas
			Baja autoestima
		Violencia económica	Evasión del cumplimiento de las obligaciones alimentarias
			Limitación de los recursos económicos destinados a satisfacer necesidades
		Violencia sexual	Abuso sexual
	Relaciones sexuales no consentidas		
	Comportamiento frente a la violencia de género	Patrones socio culturales	Dominio del hombre sobre la mujer
			El hombre como único sustento de hogar
			La mujer maltratada puede tener más oportunidades
			La naturaleza violenta del hombre
		Aspecto cognitivo	Reconocimiento de situaciones de violencia de género
			Conocimiento de sus derechos frente a una situación de violencia de género
		Aspecto afectivo	Afecto positivo
Benevolencia			

Fuente: Adaptación propia de datos obtenidos del libro “Comunicación estratégica: Indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples” (2014) y “Creencias que perpetúan la violencia, perdón a la pareja y actitud hacia la violencia conyugal según características sociodemográficas en mujeres” (2019).

1.3. Interrogantes

- ¿Cuál es la relación entre las Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el CEM y violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC?
- ¿Cuál es la relación entre las estrategias informativas empleadas por el Centro de emergencia Mujer y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC?
- ¿Cuál es la relación entre las estrategias interaccionales empleadas por el Centro de emergencia Mujer y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC?
- ¿Cuál es la relación entre las estrategias de Comunicación para el Desarrollo y el reconocimiento de los tipos de violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC?
- ¿Cuál es la relación entre las estrategias de Comunicación para el Desarrollo y los comportamientos frente a la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC?

2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica por diversos motivos, en primer lugar, porque la comunicación juega un rol importante para el desarrollo y cambio social ante problemáticas estructurales a las que nos enfrentamos día a día, como es el caso de la violencia de género, la cual es uno de los atentados a los derechos humanos más generalizado en nuestra región y país, siendo Arequipa una de las regiones que presenta mayor índice de violencia de género en comparación con otras regiones. Sin embargo, los esfuerzos en materia comunicacional son medidos en eficiencia y efectividad a niveles de escala nacional o regional, sin considerar que existen diversas acciones comunitarias desarrolladas por los CEM, que favorecen la lucha con la violencia de género. Es por ello que ésta investigación es relevante ya que busca contribuir al campo de la comunicación para el desarrollo, ya que permite determinar la relación entre determinadas estrategias y las creencias, acciones y comportamientos de mujeres que alguna vez han sufrido violencia de género, lo que permitirá al Centro de emergencia

mujer hacer un análisis más detallado de las estrategias que ha venido aplicando con sus distintos grupos meta, así como replantearse los medios usados para que su mensaje llegue de manera más efectiva, en razón de las necesidades que este tenga.

Así también, la presente investigación tiene importancia social porque brinda sugerencias al Centro de emergencia mujer en torno a su labor comunitaria y comunicacional, en razón a las estrategias que aplican en el marco del Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual, entendiendo que los distintos grupos meta con los que trabaja tienen diferentes maneras de comprender y asumir la comunicación de acuerdo al contexto en el que se desenvuelven. Los hallazgos del presente estudio son trascendentes porque permitirán contribuir a mejorar la calidad de vida de las mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC, quienes en su mayoría fueron víctimas de violencia de género, y que gracias a su relacionamiento con el Centro de emergencia mujer, pueden encontrar una forma de hacerle frente y prevenirla; además de que los resultados obtenidos favorecerán en la réplica o eliminación de las prácticas comunicacionales desarrolladas por los CEM, a fin de impactar de una manera más efectiva en las mujeres para prevenir o sancionar situaciones de violencia de género. Finalmente, el estudio es realizable ya que se cuenta con los recursos necesarios para su ejecución, tanto como el talento humano, los recursos financieros y materiales.

3. OBJETIVOS

3.1. GENERAL

Determinar la relación entre las estrategias de Comunicación para el Desarrollo empleadas por el Centro de emergencia mujer y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

3.2. ESPECÍFICOS

- Analizar la relación de las estrategias informativas empleadas por el Centro de emergencia Mujer y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

- Analizar la relación de las estrategias interaccionales empleadas por el Centro de emergencia Mujer y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.
- Determinar la relación entre las estrategias de Comunicación para el Desarrollo y el reconocimiento de los tipos de violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.
- Determinar la relación entre las Estrategias de Comunicación para el Desarrollo y los comportamientos frente a la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

4. HIPÓTESIS

H1:

Dado que, las estrategias de comunicación para el desarrollo buscan lograr cambios de comportamiento a través de una serie de acciones de carácter participativo y la violencia de género son acciones o comportamientos que basadas en género provocan daño, muerte o sufrimiento físico, psicológico o sexual. **Es probable que**, las estrategias de comunicación para el desarrollo empleadas por el CEM tengan una relación con la violencia de género entre mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

H0:

Es probable que las estrategias de comunicación para el desarrollo empleadas por el CEM no tengan una relación con la violencia de género entre mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

5.1.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

5.1.1.1. Estrategia

Bracker citado por Castro et al. (2015) indica que la estrategia es la gestión del trabajo cooperativo que se orienta al desarrollo del ejercicio del poder cuyo objetivo es conservar el control en los recursos asignados, así como obtener nuevos territorios privilegiados que permitan obtener nuevos recursos. Así mismo, los autores indican que la estrategia se fundamenta en un análisis

sobre lo que sucede en el presente, los recursos con los que se cuenta y el proceso que debe seguir para lograr el futuro deseado; así también algo importante a considerar es el vínculo de la estrategia con la competitividad, en tanto ambas buscan aprovechar el uso de los recursos para un fin determinado, por lo que la estrategia reposa sobre la concepción de planeación, entendida como planeación estratégica.

Contreras (2013) citando a Davies indicó que la estrategia tiene múltiples caminos y resultados, por lo que entiende a la estrategia como una torre de babel, en la que muchos desean que se considere sus ideas, pero que no todos escuchan las ideas de otros, ello de acuerdo al contexto histórico de la palabra, en la que una estrategia podía definir el logro político de una guerra. Así también Contreras (2013) citando a Chandler complementa diciendo que la estrategia permite determinar metas y objetivos para una empresa o proyecto, que le permite visualizarse a largo plazo, logrando el uso de recursos financieros, logísticos y humanos.

5.1.1.2. Comunicación

Botelho (2008) cita a Merleau-Ponty para definir a la comunicación como el proceso de construir un entendimiento común con otra persona, que no implica necesariamente igualdad de significados y que usa al lenguaje como objeto cultural para percibir al otro.

Por otro lado, Godoi citada por Orjuela (2015) dice que la comunicación es un encuentro feliz, en el que dos intencionalidades generan un espacio común de participación para encontrar algo nuevo, que no estaba en ninguno de ellos, que además altera el estatuto anterior de ambos sin desaparecer las diferencias individuales.

De acuerdo a Franca (2012) la comunicación es un proceso de intercambio y de interacción, no solamente de transmisión, que atiende a la presencia de interlocutores, que son sujetos sociales con roles de producción e interpretación de sentidos y que hacen uso de distintos discursos caracterizados por el contexto de sus interlocutores.

Así mismo, Hohlfeldt, Martino y França (2013) teóricos de la comunicación indican que la comunicación es una acción común que se realiza

sobre el otro, y realizan una diferencia entre la comunicación y la información, entendiéndose que la primera necesita de la segunda para existir, pero que no se reduce a ella. Por otro lado, Canale (1995) indica que la comunicación es una forma de interacción social, que implica un nivel de creatividad, así como de imprevisibilidad; que además se genera en contextos discursivos y socio culturales que ofrecen pautas y recursos para su interpretación. Además, el autor indica que la comunicación se realiza bajo determinadas condiciones tanto psicológicas, de memoria, niveles de cansancio, etc; y que siempre tiene un propósito, es por ello que tiene un lenguaje auténtico y es posible analizarse con resultados concretos.

(...) la comunicación es un encuentro, vivo y encarnado, en el que las [Matrices Socioculturales] se reconocen como un linaje de acciones compartidas, un ritmo colectivo que es propio de ciertos grupos y sectores. En ellas el cambio siempre surge desde dentro, porque –como bien dicen los filósofos– no se puede cambiar sino desde lo que se está siendo. (Massoni, 2016: p. 95).

5.1.1.3. Comunicación para el desarrollo

Toda actividad vinculada con el ser humano es resultado de su capacidad comunicativa, por lo que cada fenómeno social es producto de distintos procesos comunicacionales, los cuales son determinados por signos, símbolos y significados en la mente del interlocutor. Rodríguez et al. (2002) postula que la comunicación para el desarrollo, busca generar cambios de comportamiento comprendiendo el fenómeno comunicacional desde todas sus dimensiones; así también para que exista el cambio de comportamiento, primero deben cambiarse los significados, como códigos culturales que cambiarán la visión del mundo del interlocutor. Estos procesos de empoderamiento y sensibilización fomentan la participación individual y colectiva, generándose procesos comunicacionales a través de mensajes que, al combinarse con otros, pueden provocar cambios de comportamiento culturales. La comunicación para el desarrollo es un término que ha tomado

fuerza en los últimos años, ya que enfatiza la necesidad de propiciar espacios de empoderamiento y toma de decisiones. Por otro lado, los autores Rodríguez et al. (2002) señalan que la comunicación es un vehículo que cataliza procesos de cambio, que libera voces y fortalece comunidades, es el proceso del diálogo tanto público como privado, mediante el cual las personas pueden definir qué son, qué es lo que desean y cómo pueden obtenerlo. Este concepto evita reducir a las personas como objeto del cambio, y las convierte en agentes del mismo, y busca diseñar y emitir mensajes que aporten al diálogo y al debate; además de generar énfasis más allá del comportamiento individual.

5.1.1.3.1. Funciones de la comunicación para el desarrollo y cambio social

Ante la pregunta ¿qué busca la comunicación para el desarrollo y cambio social? Jenatsch & Bauer (2016) sugieren que lo primero que busca es facilitar el acceso a la información y al conocimiento, como un paso básico para generar desarrollo. En ese sentido, la comunicación contribuye a facilitar el acceso a la información a través del trabajo con medios nacionales y comunitarios, además de promover la participación, para la toma de decisiones como derecho básico, ya que las apropiaciones de comportamientos favorecen a la sostenibilidad, en ese sentido, la comunicación favorece el diálogo en condiciones de transparencia e igualdad. Así también, se empodera a personas que no tienen voz, generando nuevos canales para el diálogo nacional. Finalmente, la comunicación para el desarrollo y cambio social debe buscar compartir y aprender, desde distintas organizaciones multisectoriales para generar conocimiento que será gestionado de manera transparente y universal.

5.1.1.3.2. Dimensiones de la comunicación para el desarrollo

De acuerdo a Massoni & Bussi (2020) refieren que las dimensiones de la comunicación son:

- **Dimensión informativa:** Referida a la información, es el proceso comunicacional que está centrado en el registro de la forma de operar del dato; por lo tanto, aporta a la transferencia de la información. Dentro de esta dimensión, se encuentran los medios de comunicación masiva como:
 - Radio: es un medio de comunicación alternativa y masiva que permite la interacción entre un locutor y la sociedad radio escucha, generando una dinámica informativa. Dentro de las características de la radio, que también son los motivos para afirmar que es una estrategia de comunicación efectiva, Romo (1991) menciona que son: su necesidad de una organización formal compleja, su direccionalidad a públicos amplios, la pluralidad de contenidos, su alcance simultáneo y el interés común del público que los une en torno a un producto educativo.
 - Televisión: es un medio de comunicación con una capacidad de difusión sin precedentes, tiene una gran capacidad de satisfacer necesidades de información y entretenimiento, Fernández (2012). La televisión es considerada uno de los principales medios de comunicación con presencia en el mundo occidental, por lo que es un medio básico para la comunicación social, y cuyo poder radica en su capacidad de impacto social u percepción audiovisual.
 - En esta dimensión también se encuentran los medios alternativos y digitales, los cuales de acuerdo a McCall (2011) fueron tomando protagonismo y siendo considerados como mecanismos de ámbito local para que las personas se involucraran en el desarrollo. Las nuevas tecnologías han dado lugar a lo que conocemos como sociedad de la información, y tienen un carácter sinérgico que genera un hito en los procesos productivos y comunicacionales, es a lo que Mirra (2009) en palabras de Fidler llamó mediamorfosis, es decir, el cambio que se producen en los medios de

comunicación tradicionales en razón a las nuevas demandas sociales. Por otro lado, Negroponte (2000) indicó que existe un grado de especialización debido a la segmentación nueva de audiencias, lo que trae consigo la importancia de la personalización del mensaje a través de medio digital. En ese sentido, las redes sociales y página web juegan un rol importante en el proceso de pos información.

- Redes sociales: Según Jenatsch & Bauer (2016) son cada vez más personas las que pasan tiempo en los medios sociales y plataformas de intercambio de internet, es por ello que las agencias de desarrollo entienden que estas redes sociales permiten que la población pueda participar en los mercados de información. El crecimiento de las redes sociales ha generado un nivel de interacción más esperado en el que los medios de comunicación se convierten en un espacio de encuentro (Pantoja, 2018), lo que facilita que las personas tengan accesibilidad y libertad para buscar y encontrar nueva información que proporciona nuevas posibilidades para compensar el desequilibrio entre las necesidades de comunicación social y los medios necesarios para la misma, es por ello que el autor indica también que es evidente que como sociedad hemos pasos muy importantes para crear nuevas formas de expresión y de ahí la importancia, y ya casi necesidad, de la participación un pulso informativo en las redes sociales.

De acuerdo a Amaro (2016) dice que las redes sociales favorecen a la ciudadanía para que se convierta en internautas, y que además generan militancia en ciberactivistas. En ese sentido, cobra relevancia el concepto de “alternativa media”, que es una constructiva de medios alternativos que empieza por la presencia de contenidos que buscan promover el cambio social.

- Facebook: La investigadora Gomes-Franco (2016) señala que esta red social constituye un espacio idóneo para la

divulgación de contenidos sociales, que permita la reflexión y el debate en torno a un tema. El Global Web Index (2017) indica que Facebook es la red social con más usuarios activos en el mundo, por las posibilidades que ofrece al público en general. Así también, Cho et al. (2016) argumenta que esta red social tiene distintas audiencias, sin embargo, toda organización que busca promocionar mensajes, productos o servicios deben de hacer uso de las fanpage, las cuales permiten que las organizaciones tengan una identidad pública en la red sociales, y que se compartan contenidos y actividades a las que se encuentran vinculadas; así también permite a los usuarios acceder a las actualizaciones que compartan y generen interacción y alcance de los contenidos de la página. De acuerdo a Zeler (2017) las organizaciones encuentran en Facebook una herramienta que les permite ser visibles, accesibles a la interacción y escuchar activamente las necesidades de su público objetivo o audiencia. Diversos autores mencionan que Facebook es incorporado con más frecuencia en programas de comunicación y Relaciones públicas, y que esa estrategia de comunicación es indudable en la actualidad. A través de esta red social, se pueden difundir mensajes claves, compartir historias generar diálogo, Zeler (2017) citando a Bortree & Seltzer, menciona que no basta con la creación de una página, sino que es importante la participación y la visibilidad, es por ello que la red social es un instrumento que se propicia a través de la participación activa y continuada en la red social. Es así que la actividad en esta red social es un elemento importante para gestionar la comunicación de la organización con sus distintos públicos, como una herramienta dialógica que garantice las relaciones efectivas, anticipando la satisfacción de necesidades del público usuario.

- Correo electrónico: De acuerdo a Crystal (2012) es una aplicación tecnológica informática de envío de mensajes, así

como el medio mediante el cual los usuarios pueden intercambiar archivos de manera asincrónica, uniendo a las personas con rapidez. Sus características son: asincrónicos, dinámicos entre lo formal y lo informal, connotación conversacional, acto comunicativo con objetivo definido.

- Página web: Los investigadores Fernández et al. (2012) sostiene que son documentos electrónicos que pueden contener enlaces, Texto, Imágenes, Audio, Objetos Animados, hipervínculos, hojas de estilo en cascada que permiten separar la presentación de la página de su estructura. Las páginas web permiten almacenar información educativa e informativa relevante para el internauta, con el objetivo de ampliar el conocimiento de quien accede a ella.

- **Dimensión interaccional:** Referida a la interacción, es el proceso comunicacional que favorece la interacción con otros; por lo tanto, aporta al empoderamiento. En la presente dimensión Massoni & Bussi (2020) identifican diversos indicadores que favorecen la interacción estratégica, los cuales son los encuentros presenciales o virtuales, las jornadas académicas y no académicas, los cursos de formación, los talleres como espacios de aprendizaje colectivo, espacios de entretenimiento con intención educativa, los congresos, simposios, seminarios, paneles, conferencias, disertaciones, visitas demostrativas, concursos, reconocimientos sociales, foros e intervenciones.

- Seminarios: Los autores Jenatsch & Bauer (2016) plantean que son espacios que introducen a la población a nuevos conceptos, ideas o propuestas por parte de una entidad, considerados importantes para generar el diálogo y la reflexión en torno a asuntos importantes. Chamorro (2016) sugiere que son técnicas de enseñanza, que se basan en el trabajo en grupo y en el intercambio oral de información; los seminarios permiten la profundización y análisis colectivo sobre un tema en específico. Así también, los seminarios son

una forma organizativa del proceso de enseñanza-aprendizaje que permite a los participantes profundizar en el contenido de un tema específico.

- Talleres interactivos: Los autores Jenatsch & Bauer (2016) afirman que esta estrategia sirve para incorporar métodos nuevos, acercar opiniones y facilitar el intercambio de ideas en espacios de protección. Tienen la principal característica de que permiten a los participantes los multiplicadores del conocimiento a través de la práctica. El taller como estrategia metodológica empleada hace posible que las habilidades comunicativas interactúen y se apoyen mutuamente con el fin de generar un mayor pensamiento crítico, el cual es una parte clave del proceso intelectual y, además, un producto de esfuerzos que permiten interpretar la realidad que rodea al individuo con todas sus implicaciones.
- Charlas: Torres (2015) sostiene que las charlas son una estrategia que permiten a un expositor proporcionar información relevante sobre un tema determinado. Se enfoca a un grupo de personas valiéndose de diversas herramientas tanto lúdicas como técnicas.
- Intervenciones: Son todas las actividades culturales que se traducen en diversos mensajes basados en escenas, imágenes, metáforas y emociones vivas que facilitan la recordación con mayor facilidad que los mensajes escritos. Jenatsch & Bauer (2016) afirman que entre los principales tipos se encuentran: Teatro en calles y plazas, Muestras fotográficas, Concursos, Fiestas comunitarias y Festivales. Estas actividades son propicias para movilizar a mujeres y hombres, niños y niñas cuando se trata del lanzamiento de programas o como parte de campañas.
- La intervención social: La autora Castro (2017) propone que es toda actividad que se desarrolla a nivel profesional y que debe ser consciente, organizada, planificada, con el objetivo de intervenir en una realidad social para modificarla y

cambiarla en la consecución de una mejora positiva. La intervención social nace en una situación que se quiere cambiar y dirige a una situación que se establece como deseada.

- **Dimensión ideológica:** De acuerdo a Massoni & Bussi (2020) es el proceso comunicacional que aporta a la motivación de los actores involucrados y favorece el “darse cuenta” de la importancia del mensaje que se le busca transmitir.
- **Dimensión sociocultural:** Las autoras Massoni & Bussi (2020) refieren que esta dimensión se vincula al encuentro socio-cultural, y son todas esas acciones y sentidos que son compartidos con otros. En este proceso pone en marcha distintas transformaciones en relación a problemas identificados. Por lo que incluye la información, a la participación y a otros procesos compartidos con otros.
Así también, Jenatsch & Bauer (2016) sostienen que la comunicación dispone de una serie de herramientas que se clasifican en:
 - Comunicación interpersonal: conformada por todos los medios que promueven la participación y el diálogo, así como las asambleas, visitas de campo, intervenciones culturales y ferias.
 - Medios impresos y electrónicos: conformada por todos los materiales físicos y electrónicos que buscan informar y/o educar a la población objetivo, entre los cuales se encuentran los productos impresos, radios comunitarias, campañas en espacios públicos, material audiovisual.
 - Nuevos medios multimedia: conformada por los nuevos medios sociales encontrados en la web, audio libros y juegos interactivos.

Los investigadores de la comunicación estratégica participativa, Blanco et al. (2018) citando a Mefalopulos & Kamlongera indican que una estrategia de comunicación es un conjunto de acciones que están bien planificadas y cuyo objetivo es lograr distintos fines mediante el uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación. Según Massoni (2013) parte del siglo XIX y XX han sido de estabilidad para el campo de la comunicación social, la cual estaba centrada en la transferencia de información, que supone una parte del fenómeno comunicacional, es así que esta concepción la reducía a la dimensión informativa durante muchos años, limitada a su continuidad funcional. Así mismo, Scolari (2012) refiere que, con el paso del tiempo, la transformación de los seres humanos ha exigido la búsqueda de lo comunicacional para su entendimiento, sobrepasando el límite del saber clásico comunicacional más allá de los medios y mensajes y se ha incorporado la mirada socio cultural y multidimensional como encuentro de la diversidad. Así también, Massoni (2020) señala que hemos transitado desde el estudio de las significaciones transmitidas al encuentro sociocultural en dimensiones múltiples, entendiéndose a la comunicación como una modalidad de vinculación que debe estudiarse desde el paradigma de lo fluido. Así mismo, la estrategia comunicacional es entendida como un conjunto de principios de inteligibilidad y de dispositivos de diseño para acercarse a la dinámica social, en ese sentido, se entiende que la comunicación es considerada el momento que relaciona la diversidad sociocultural, que la describe y acciona sobre ella para generar transformación. Además de ello, Massoni (2013) indica que la comunicación estratégica consiste sobretodo en un gran esfuerzo por salirnos del corset de los mensajes, con el objetivo de tratar la complejidad de la comunicación como un fenómeno que está haciéndose y rehaciéndose todo el tiempo; generando una mirada más completa sobre lo que es ponerse en el lugar del otro, considerar sus motivaciones e intereses para desarrollar estrategias y mensajes que respondan a un cambio social más tangible, que aporte a la democratización y no se limite al reduccionismo y la transferencia.

Por otro lado, Arellano (2008) indica que las estrategias de comunicación para el desarrollo responden al planeamiento y uso estratégico de los distintos procesos de comunicación y medios que soporten la toma de

decisiones, la participación pública y la implementación de proyectos, con el objetivo de generar desarrollo sostenible.

5.1.1.3.3. Estrategias de comunicación directa

Para Valenti (2019) las estrategias de comunicación directa o interpersonal buscan educar y sensibilizar para generar conciencia en un público en razón a una determinada problemática social, y es considerado un paso importante para el cambio social. Este tipo de estrategias tienen dos fines: informativos y transformacionales, y su objetivo es generar un cambio deseable, expresar la posibilidad del cambio e identificar acciones concretas que hagan que el cambio sea posible. Las estrategias de comunicación deben ser holísticas, es decir, deben estimular para que el mensaje sean los símbolos de significado, visualizando el problema de una audiencia y ayudar a esta audiencia y ha creas soluciones y comprometerlas a la acción. Es por ello que buena estrategia de comunicación requiere proponer acciones que permitan hacerle frente a los 3 niveles de problema, de manera que la solución planteada sea integral. Para identificar nos niveles y aspectos del problema, se sugieren usar técnicas como el árbol de problemas y árbol de soluciones.

Lo peor que un observador puede hacer para visualizar cualquier proceso de transformación social es detenerlo. Y, sin embargo, esto hacemos habitualmente cuando pensamos en [les] actores como simples destinatarios. A menudo pensamos en [los otros] como buzones receptores del contenido de nuestros mensajes. Para superar esta visión estática y reduccionista, más que actores sociales en sí, deberíamos empezar a analizar actores con relación a problemas en un escenario lábil, que está cambiando sin cesar, que no detiene su dinámica”. (Massoni, 2013, P.79)

5.1.2. VIOLENCIA DE GÉNERO

5.1.2.1. Violencia

Es el sometimiento a través del uso de la fuerza para que una persona realice determinada acción. De acuerdo al Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012) es toda imposición y agresión sexual que se realiza sin el consentimiento víctima, que se evidencia en acciones como caricias, masturbación, tocamientos, hasta exigir y realizar a la fuerza sexo anal, vaginal y oral; además, implica tener relaciones sexuales, penetraciones con objetos, exposición de imágenes de contenido sexual a través de videos, páginas pornográficas en Internet, la seducción, el hostigamiento sexual y la violación. Cuervo (2016) alude que es el acto efectivo de intervención que, con intención y voluntad de hacer daño, perjuicio o influir en la conducta de otra persona, le genera malestar físico, emocional, mental, psíquico y/o sexual. El autor expone también que se dice que la violencia es efectiva en tanto se lleva a cabo, así, si una persona tiene la capacidad de estar bien de salud y un tercero, por voluntad de hacer daño, imposibilita que esta primera persona siga estando sana, se genera un ejercicio voluntario que priva a otro de su salud, considerándose un acto violento, en tanto le agreda la posibilidad de estar sano.

5.1.2.2. Género

El concepto de género es una construcción cultural diferente al concepto de sexo que se refiere a las características biológicas de mujeres y hombres (MIMP, 2012, p. 10). El género es una construcción simbólica, cultural, social y conductual; de acuerdo a Alvites (2011) así como los conceptos, actitudes, conductas sobre lo que son, deben ser, y hacer, los hombres y las mujeres. Así también indica que, si bien existen diferencias biológicas entre hombres y mujeres, estas se derivan de pensamientos hegemónicos sobre uno y otra construidos socialmente, y asimilados como naturales o no modificables.

De modo que lo que interesa enfatizar es que el género no es una categoría más, ni es una forma de adicionar una nueva variable al estudio de la sociedad, ni menos es sinónimo de mujer; sino que se trata de una parte integral y relacional de los procesos sociales...la inclusión del género en el estudio de las migraciones, no supone una agregación de una nueva categoría

de análisis, sino una verdadera ruptura conceptual'...En un corto periodo de tiempo se pasó de la inclusión del género en los estudios de las migraciones internacionales, al género como principio organizador de la movilidad humana. Este tránsito ha supuesto un cambio en la mirada, tanto del objeto de estudio como de la perspectiva analítica". (Tapia, 2011, p. 128 - 129)

El concepto de género es una construcción cultural que difiere al concepto de sexo, el cual hace referencia a las características biológicas de mujeres y hombres (MIMP, 2012, p. 10). El concepto de género, en cambio, hace referencia a los distintos roles, responsabilidad y atributos que se asignan de manera indistinta a hombres y mujeres en la sociedad, la cual es producto de una construcción socio cultural respecto de su sexo biológico. Por lo tanto, el género alude a todas las características no naturales de hombres y mujeres, sino que han sido y vienen siendo construidas a través de las relaciones sociales e imposiciones culturales. Por tanto, el género es una categoría del tipo analítica, ya que refiere al análisis de las posibles causas que generan subordinación en las mujeres. De acuerdo al Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012), existen diversas razones que generan desiguales y relaciones de poder entre un género y otro, habiendo dos claves que permiten comprender los atributos del género: el poder y el valor que la sociedad otorga a las personas en relación a su sexo. Complementando a ello, se puede decir que la violencia es una serie de acciones realizadas por humanos y que afecta sobre otros seres humanos, pero que puede ser evitable ya que no es parte esencial de nuestra naturaleza y se asocia con condiciones psicológicas, sociales y culturales que pueden ser modificadas.

5.1.2.3. Violencia de género

El Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012) indica que la violencia contra la mujer es cualquier acción o conducta basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado (MIMP, 2016, p. 12) Así también, se entiende que la violencia contra la mujer incluye la violencia física, sexual y psicológica. Ésta violencia puede darse dentro de la familia o unidad doméstica o en cualquier otro vínculo interpersonal, pero también a nivel

comunitario perpetrándose por cualquier persona, sea en el trabajo, en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar.

La Ley 30364 (2015) define la violencia de género como cualquier acción o conducta que les causa muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico por su condición de tales, tanto en el ámbito público como en el privado (Ley N°30364, 2015). Según Rico (1993), a partir de la década del 60 empieza a hacerse visible aquel silencio sobre la situación de la violencia en el hogar, generándose una mayor preocupación por los derechos humanos y derechos personales; es así que empieza a denunciarse la violencia infantil y posteriormente como parte del movimiento feminista, la violencia contra las mujeres. A partir de entonces se han realizado una serie de investigaciones, una gran parte de las Naciones Unidas, en las que se considera a la violencia de género como la violencia que sufre la mujer en distintos ámbitos de su vida por su condición de género. La Organización Mundial de la salud (2017) define la violencia contra la mujer como cualquier acto de violencia por razón de género que resulte, o pueda tener como resultado un daño físico, sexual o psicológico para la mujer, e incluso las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada (OMS, 2017).

Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada.
ONU (1993)

En ese sentido, todos los actos de violencia por razones como sexo y que además tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así también son las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, que se produce en la vida pública como en la privada.

Es así que podemos entender que la violencia a la mujer se manifiesta en diversas dimensiones, como lo indica Larraín (1996) en la Presentación en el Seminario “Hacia un enfoque integrado de desarrollo: ética, violencia y seguridad ciudadana”, en los Países de América Latina y El Caribe, la mujer

tiene una situación de vulnerabilidad, sin importar su clase social o capacidad laboral. La violencia contra la mujer, específicamente la violencia que sufre al interior de la familia, ha sido un tema tabú llevado a la invisibilidad social, al silencio de la intimidad del hogar y a la justificación por las costumbres y tradiciones culturales.

Por otro lado, Alméras (2012) indicó que la violencia contra la mujer es un instrumento que mantiene la discriminación y desigualdad para generar relaciones de poder de hombres sobre mujeres, es también una forma de violación de los derechos de las mujeres, y suponen conductas que hasta hace poco tiempo eran socialmente aceptadas y poco conocidas. Así también la autora sostiene que en los años setenta las mujeres han tenido una visible participación en el movimiento de defensa de los derechos humanos, esto se tradujo en reivindicaciones de género, ya que recién a fines de los años ochenta nace con fuerza la conciencia y la práctica de las mujeres como sujetos de derecho. En este contexto, las demandas de ellas en torno a los derechos humanos también producen nuevas formas de ejercicio de la ciudadanía y de su deseo de acceder a ésta en condiciones de igualdad. A partir de entonces, teóricos como Rico (1993) sostienen que, desde entonces, se sabe que la violencia de género ocurre en el entorno familiar en primera instancia, ésta violencia que termina siendo sistemática tiene consecuencias sociales, económicas y políticas para toda la sociedad, ya que reproduce y perpetúa un sistema de discriminación y subordinación de más de la mitad de la población.

Una forma de nombrar a esta violencia es como “violencia de género” que enuncia la violencia que se ejerce contra aquellas personas que cuestionan o transgreden el sistema de género existente. La principal crítica que ha recibido esta denominación es que podría referirse a la violencia que ejerce un género sobre el otro, cualquiera de ellos, lo cual no da cuenta del origen ideológico de la violencia que se utiliza para imponer y mantener la condición de dominación masculina (Paz, 2012, p.2-3).

Existen diversas expresiones que hacen evidente la violencia estructural en las mujeres, tales como la dificultad de la mujer para el acceso a la propiedad, la diferencia de los salarios para hombres y mujeres a igual capacidad y

experiencia, las diferencias para acceder a posiciones de poder y toma de decisiones, entre otros.

5.1.2.4. Tipos de violencia de género

Podemos señalar que la violencia contra la mujer adopta 3 principales formas: física, psicológica y sexual, pero además se pueden reconocer la violencia económica.

- **Violencia física:** Los autores Romero et al. (2016) indican que es la acción o conducta, que produce daño a la integridad corporal o a la salud de las víctimas. En esta tipología se incluye el maltrato por negligencia, descuido o por privación de las necesidades básicas, lo que ocasiona daño físico o que puedan llegar a ocasionarlo, más allá del tiempo que se requiera para su recuperación. Siendo este tipo de violencia la más denunciada y visible. El Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012) refiere que es toda acción u omisión que genera cualquier lesión infligida, que no se considera como accidental, y provoque un daño físico o una enfermedad. Este tipo de violencia puede ser el resultado de uno o dos incidentes aislados, o puede ser una situación crónica de abuso.
- **Violencia psicológica:** Según la Ley N° 30364 (2015) es la acción o conducta que busca a controlar o aislar a la persona contra su voluntad, a humillarla generando daños psíquicos. Cuando se habla de daño psíquico, la ley se refiere a la afectación de algunas de las funciones mentales o capacidades de la persona, que se produce por un conjunto de situaciones de violencia, generando daño temporal o permanente, reversible o irreversible. El Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012) refiere que es toda acción u omisión que busca controlar las acciones, creencias y decisiones de las mujeres, a través de la intimidación, manipulación, amenaza directa, humillación o cualquier conducta que implique un perjuicio en la salud mental, emocional o psicológica, y que además incida en la autodeterminación o el desarrollo personal. Este tipo de violencia se manifiesta a través de la hostilidad verbal, pero también aparece en la forma de constante bloqueo de las iniciativas de la víctima.

- **Violencia sexual:** En la Ley 30364 (2015) se le denomina como toda acción de naturaleza sexual que se cometen contra de una persona sin su consentimiento. Estas acciones incluyen actos que no involucran penetración o contacto físico alguno, además, la exposición a material pornográfico y que vulnera el derecho de las personas a decidir voluntariamente acerca de su vida sexual es también violencia, que puede hacerse a través de amenazas, coerción o uso de la fuerza. De acuerdo a Viviano (2016) es la que vulnera la libertad. sexual y puede ocurrir en el ámbito familiar o fuera de él, por cuenta de conocidos o desconocidos (Viviano, 2016, p.23) que puede darse en el ámbito familiar y también social. El Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012) indica que esta violencia se manifiesta en violación sexual, la forma extrema de violencia sexual y se basa fundamentalmente en la fuerza física y el terror. En estos casos las víctimas sufren profundos daños físicos y emocionales; cuyas consecuencias son irreversibles en las mujeres. Pueden afectar su salud al contraer enfermedades como la infección del VIH o embarazos no deseados. Este tipo de violencia se manifiesta en toda imposición y agresión sexual sin el consentimiento y contra la voluntad de la víctima, en acciones como caricias, besos, masturbación, tocamientos, hasta exigir y realizar a la fuerza sexo anal, vaginal y oral.
- **Violencia económica:** De acuerdo a la Ley 30364 (2015) ésta violencia es la acción u omisión que se dirige a ocasionar un perjuicio en los recursos económicos o patrimoniales de cualquier persona, mediante la perturbación de la posesión, tenencia o propiedad de sus bienes; la pérdida, sustracción, destrucción, retención o apropiación indebida de objetos, instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes, valores y derechos patrimoniales. Además de la limitación de los recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades básicas o privarla de los medios indispensables para vivir una vida digna. El Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual (2012) refiere que es la acción u omisión que busca ocasionar un menoscabo en los recursos económicos o patrimoniales de cualquier persona. Este tipo de violencia se manifiesta en la perturbación de la posesión, tenencia o propiedad de sus bienes; la pérdida, sustracción, destrucción, retención o

apropiación indebida de objetos, la limitación de los recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades o privación de los medios indispensables para vivir una vida digna, además del control de ingresos, con el objetivo de generar dependencia y temor, perpetuando la violencia de género.

5.1.2.5. Comportamiento frente a la violencia de género

De acuerdo a la Guía de Atención integral de los Centros de Emergencia Mujer, Saldarriaga (2016) menciona que el comportamiento y las actitudes de la mujer, así como la violencia física, sexual y psicológica, son indicadores importantes para prevenir, sancionar y/o erradicar la violencia contra la mujer. Estas actitudes se manifiestan en diversos indicadores como los patrones socio-culturales, comportamientos evasivos o confrontacionales, afecto positivo, benevolencia, roles de sometimiento, esfuerzo por minimizar los hechos, entre otros.

Espinoza et al. (2014) citando a Allport & Martínez, sostienen que los comportamientos frente a la violencia de género son un estado mental y neurológico, adquirido a través de la experiencia, y que además ejerce influencia directa sobre el tipo de respuesta que da un individuo ante un acto violento ejercido hacia una persona por su género. Por otro lado, los autores citan a Hogg & Vaughan para argumentar que las actitudes frente a la violencia de género son creencias, opiniones, sentimientos y tendencias conductuales, que persisten en el tiempo y son evocadas cuando se genera una situación abusiva en contra de una persona por su género. Así mismo, definen a estas actitudes como creencias y sentimientos que nos predisponen ante situaciones de transgresión de la libertad, la vida y la seguridad de una persona en relación a su género. Estas actitudes responden a tres componentes básicos, que son el conductual, el afectivo y el cognitivo. Espinoza et al. (2014) citan a Myers & Sánchez para plantear que estas actitudes son reacciones en las que la persona evalúa la violencia ejercida frente a situaciones como violencia física, chantajes emocionales, violación o maltrato. Además, estas reacciones no siempre son positivas.

Espinoza et al. (2014) citando a Portillo, afirman que las actitudes frente a la violencia de género se dividen en las siguientes dimensiones:

- Dimensión cognitiva: se refiere a las creencias, opiniones y concepciones que se tienen frente a la violencia de género (Espinoza et al., 2014, p. 4).
- Dimensión afectiva: refiere a las reacciones emocionales y sentimientos frente situaciones de violencia de género (Espinoza et al., 2014, p. 4).
- Dimensión conductual: se refiere a las conductas e intenciones frente a la violencia de género (Espinoza et al., 2014, p. 4).

5.1.3. CENTRO DE EMERGENCIA MUJER

5.1.3.1. Definición

El Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables (2016) define a los CEM como servicios públicos especializados y gratuitos, que ofrecen atención integral a mujeres afectadas por la violencia sea familiar y sexual. Según sea el caso, brinda orientación legal, defensa judicial y consejería psicológica. Así mismo, los CEM buscan la recuperación del daño sufrido y se presta asistencia social a las víctimas; además de realizar actividades de promoción y prevención mediante capacitaciones, campañas comunicacionales, formación de agentes comunitarios y movilización de organizaciones; que trabajan en coordinación de la comunidad educativa, operadores de servicio, organizaciones de base y líderes en las distintas comunidades de intervención.

Los CEM atienden a las víctimas sin considerar su condición social, edad o sexo; sin embargo, una de las principales poblaciones que acude al servicio son niños, niñas, adolescentes, mujeres, ancianas y personas con discapacidad. mujer.

5.1.3.2. Público objetivo de los CEM

- Víctimas de violencia familiar y sexual, con prioridad en la población vulnerable como niños, adolescentes, mujeres, personas adultas mayores y personas con discapacidad (MIMP, 2012).
- A nivel preventivo tiene como público objetivo a la comunidad educativa, organizaciones de baso, asociaciones civiles, gobiernos locales, entre otros (MIMP, 2012).

5.1.3.3. Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual

Es una Unidad ejecutora del Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables, cuyo objetivo es contribuir a la reducción de la alta prevalencia de violencia familiar y sexual en nuestro país (Viviano, 2014, p. 7)

De acuerdo a Viviano (2014) el Programa tiene 3 líneas de intervención centrales:

- Atención de víctimas de violencia familiar y sexual, mediante lo cual promueve servicios especializados y gratuitos a personas víctimas de violencia, a través de una protección efectiva y profesional.
- Prevención de la violencia familiar y sexual, a través de estrategias comunicacionales y preventivas desarrolladas a nivel nacional para reducir factores de riesgo y promover el buen trato.
- Generación de información en asuntos relacionados a violencia familiar y sexual, mediante lo cual produce información que visibiliza y promueve la toma de decisiones, usando sistema y desarrollo de investigaciones.

El Programa nacional contra la violencia familiar y sexual, genera servicios de atención y prevención para víctimas de violencia entre los cuales se encuentran: Centro de emergencia mujer, Línea 100, Servicios de atención urgente, Chat 100, Hogares de refugio temporal y servicios de psicología.

5.1.3.4. Plan comunicacional del PNCVFS

El Programa Nacional contra la Violencia familiar y sexual – PNCVFS (2010) enmarca su plan en el objetivo de generar incidencia en medios de comunicación, a través del involucramiento de medios para la prevención de la violencia, realizar entrevistas en medios masivos, intervención en medios alternativos, capacitaciones y caravanas. Las campañas multisectoriales se realizan de forma multisectorial a través de:

- Involucramiento a medios de comunicación masiva y desarrollo de competencias en operadores: policía, serenazgo, salud y justicia.
- Advocacy, veeduría y vigilancia social, a través de generación de espacios de concertación.

- Capacitaciones locales y comunitarias a agentes sociales, comedores, asociaciones, centros de base, entre otros y estrategias transversales para todos los públicos.

De acuerdo al Decreto Supremo N°008-2016-MIMP, las estrategias comunicacionales que aplican las distintas estancias del Ministerio, deben promover el empoderamiento de los diferentes sectores con el objetivo de prevenir situaciones de violencia de género, ello lo hace mediante la implementación de campañas, realización de talleres y charlas y su posicionamiento a nivel sectorial, institucional y en los gobiernos regionales y locales. Así también, el plan se enmarca en el Objetivo estratégico de prioridad 1, que busca generar cambios en los patrones socioculturales responsables de reproducir relaciones desiguales de poder y diferencias jerárquicas, los cuales producen y exacerban la violencia de género.

5.1.3.4.1. Estrategias comunicacionales del CEM - PNCVFS

El Centro de emergencia mujer promueve la acción colectiva e individual contra la violencia familiar y sexual, de acuerdo al PNCVFS (2010) a través de distintas actividades como: capacitaciones, educación, estrategias comunicativas y difusión, las cuales se enmarcan en el manual de atención.

Estas estrategias se encuadran en:

- Promoción: la promoción en la población implica incorporar en la historia de cada persona, organización o comunidad, una serie de comportamientos y prácticas que sean saludables y propicien la defensa de los Derechos humanos. En ese sentido, busca el empoderamiento con el objetivo de generar vigilancia ante situaciones de violencia familiar y sexual (PNCVFS, 2010, p. 15).
- Capacitación: son procesos formativos para el desarrollo de competencias a determinados colectivos. En ese sentido, busca generar conocimientos y destrezas a grupos específicos para que puedan identificar y dar respuesta a problemas relacionados a situaciones de violencia familiar y sexual. La capacitación es un soporte a las acciones de capacitación y prevención (PNCVFS, 2010, p. 16).

- Comunicación e información: la comunicación se entiende como una herramienta para el logro de los objetivos y un insumo importante para la sostenibilidad. Dentro de sus componentes se encuentran el factor educativo e informativo para que la gente cambie prácticas y comportamientos. Usan técnicas comunicacionales en distintos medios como radio, tv, internet, folletos, que buscan cambiar patrones culturales basados en violencia familiar y sexual (PNCVFS, 2010, p. 16).
- Charlas y talleres: son espacios de 60 min. Que buscan exponer y dialogar sobre casos de violencia de género, creencias y estereotipos que cambiar para generar colectivos enfocados en el bienestar social y los derechos humanos. (PNCVFS, 2010, p. 18)
- Campañas comunicacionales: son campañas relacionadas a entidades locales, que se traducen en caravanas, pasacalles y ferias. Medios de comunicación: las acciones en medios de comunicación servirán para el contacto inicial con enfoque educativo (PNCVFS, 2010, p. 29).

5.1.4. Asociación AVEQUIMAKICC

La Asociación AVEQUIMAKICC, es una asociación conformada por 35 mujeres y madres de familia dedicadas a la venta del sector emoliente y desayunos en el distrito de Cerro Colorado. La asociación fue conformada en el año 2017, posterior a una asesoría recibida por una ONG internacional, para fomentar la inclusión financiera de mujeres del comercio ambulatorio.

La asociación tuvo diversas etapas en su conformación, dentro de las cuales se aliaron con instituciones para recibir capacitación y acompañamiento para su posicionamiento en el distrito. En uno de los procesos de trabajo y articulación, la directiva de la asociación identificó que las asociadas sufrían situaciones de violencia de género, por lo que se articuló con el Gobierno local de su jurisdicción para brindar algunas charlas en torno al tema de violencia de género; es así que se desarrollaron una serie de estrategias vinculadas a la comunicación para el desarrollo entre el CEM y las mujeres de la asociación, de manera que algunas de ellas hicieron uso de los servicios públicos que la Organización ofrece.

5.2. Antecedentes del problema

A nivel nacional existen pocos estudios de investigación relacionados al problema de la presente investigación, uno de ellos es el trabajo de Grado en Comunicación para el desarrollo presentado por Ruiz (2018) en la Pontificia Universidad Católica del Perú, denominado: Comunicación y Empoderamiento de la mujer: Estrategia de Comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las Mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) el cual realiza un análisis sobre la realidad de la comunicación en relación al nivel de empoderamiento femenino, así como una propuesta comunicacional que favorezca a la visibilidad de las mujeres Yachachiq de Canas, Cusco. Su objetivo principal es realizar un análisis del impacto que genera la ausencia de una estrategia de comunicación en la visibilización y el rol de las mujeres Yachachiq de Canas, para que con los resultados se pueda generar una propuesta comunicacional. Para ello se empleó una metodología mixta, que consiste en una investigación cuantitativa y cualitativa, además de una revisión documental del contexto tanto social, político y económico en el cual se relacionan las mujeres yachachiq de Canas. Se aplicaron encuestas a 40 personas de la comunidad y entrevistas a 4 mujeres Yachachiq. La principal conclusión obtenida por la investigadora es La primera conclusión que este trabajo arroja es que existe un bajo reconocimiento por parte de los miembros de la comunidad de la existencia de los yachachiq, ya que cuando se hizo referencia a las mujeres yachachiq, se identificó que éste grupo humano es casi nulo y su rol es desconocido en el desarrollo económico local de Canas; es por ello que Ruiz (2018) plantea la implementación de una estrategia centrada en promover la visibilidad de los participantes y de sus actividades. Así también, otra conclusión importante fue que la comunicación es percibida por los yachachiq desde su dimensión informativa, lo cual limita su rol y el aporte al desarrollo del programa. Finaliza sugiriendo un plan de comunicación que permita revalorizar el rol de las mujeres yachachiq en su comunidad.

Otro antecedente es la investigación realizada por Contreras y Gonzales (2016) para obtener el Grado de Comunicación social por la Universidad Privada Antenor Orrego, denominado: Nivel de impacto de la Campaña Social “Ni Una Menos” en los aspectos cognitivos y actitudinales de la población femenina del sector central del Distrito La Esperanza – Trujillo. Esta investigación tiene como objetivo principal determinar el nivel de impacto de la campaña “Ni una menos” tanto en los aspectos cognitivos y actitudinales de la población femenina del Sector Central del distrito de La Esperanza; para lograrlo empleó una investigación fue descriptiva- evaluativa, con un cuestionario que fue

aplicado a la muestra de 381 personas. Su principal conclusión fue que el nivel de impacto de la campaña “Ni una menos tuvo una alta incidencia en la población objeto de estudio, así como una buena sensibilización de las mujeres, de manera que ellas denuncien y prevengan situaciones de violencia de género. otra conclusión importante obtenida por los investigadores fue que el nivel de impacto de esta campaña tuvo incidencia en otros aspectos importantes como: atención y denuncia de casos de violación, participación en la movilización de la campaña e iniciativa para defender los derechos de las mujeres. La principal recomendación de los autores fue diseñar y ejecutar más estrategias de comunicación para las personas que se involucraron con la campaña, con el objetivo de que continúen participando en colectivos similares, así como continuar con la socialización de información relacionada a la violencia de género, haciendo uso de redes sociales, ya que son la principal fuente de información que usan y finalmente, diseñar un plan de comunicación enfocado a los lineamientos del Centro de Emergencia de la Mujer (CEM) y la línea 100, puesto que un gran porcentaje de mujeres no conocen la mencionada institución.

Otra investigación que sirvió de antecedente fue el realizado por Ordoñez (2018) para obtener el Grado de Comunicación social por la Universidad Pedro Ruiz Gallo, titulado: Estrategias de Comunicación para Prevenir la Violencia de Género, en Estudiantes de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Esta investigación tenía como objetivo promover la concientización y sensibilización en alumnos de Ciencias de la comunicación, mediante la introducción de herramientas que favorezcan el empoderamiento e igualdad de oportunidades a través de estrategias de comunicación, además de promover la concientización y sensibilización como factores de cambio a favor de un entorno con relaciones armónicas. Para ello se aplicó una encuesta a 74 alumnos de la Universidad mencionada, siendo su principal conclusión que tratar temas como la violencia de género en estudiantes universitarios, proporciona información importante que permite eliminar estereotipos y comportamientos sexistas, los cuales fueron inculcados de manera cultural. Así también, concluyeron que entre los estudiantes existe la percepción de que todos tienen las mismas oportunidades, lo que permite reducir la violencia generada en todos los ámbitos y esferas de la vida, en este caso en las universidades. Siendo su principal recomendación dirigida a las Autoridades, Docentes y estudiantes universitarios, para que pongan en práctica distintas estrategias de comunicación que permitirán prevenir y disminuir el índice de desinformación acerca de la violencia de género dentro sus Escuelas Profesionales. Así mismo, sugieren a las

institucionales públicas y privadas a involucrarse en la lucha contra la violencia de género, mediante el fomento de más campañas sociales de difusión que se basen en estrategias comunicativas para eliminar brechas de desigualdad sexista y de género.





CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. DISEÑO DE INVESTIGACION

Para el presente trabajo de investigación usaremos el diseño es ex post facto. Se examinará la relación que tiene la variable: Estrategias de comunicación para el desarrollo, con la variable: violencia de género.

2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.1. Técnicas

- Se aplicará una encuesta en forma de cuestionario con escala tipo Likert para la primera variable.
- Se aplicará una encuesta en forma de cuestionario con escala tipo Likert para la segunda variable.

2.2. Instrumentos

Se usará como instrumento un cuestionario estructurado en dos partes.

La primera parte se enfocará a la variable independiente: Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el Centro de emergencia Mujer. Esta parte está conformada por 11 ítems distribuidos en las dimensiones informativa e interaccional. Se usará la escala de Likert de 5 alternativas: Nunca = 1; Casi nunca = 2; Regular = 3; Casi siempre = 4; Siempre = 5.

La segunda parte se enfocará a la variable dependiente: Violencia de género. Esta parte está conformada por 18 ítems distribuidos en las dimensiones: tipos de violencia de género y actitudes frente a la violencia de género. Esta parte del cuestionario es una adaptación de los instrumentos diseñados por Oscar Sánchez (2017) en su investigación “Estereotipos de género en la violencia contra las mujeres” y Álvarez (2019) en su cuestionario “Escala de actitudes frente a la violencia de pareja”; se usará la escala de Likert de 5 alternativas.

3. CAMPO DE VERIFICACIÓN

3.1. Ámbito de localización:

El presente trabajo de investigación será desarrollado con mujeres de la Asociación AVEQUIMAKI del distrito de Cerro Colorado. La Asociación está conformada por mujeres del sector desayuno y emolientes.

3.1.1. Ubicación temporal:

El estudio corresponde al año 2020.

3.2. Unidades de estudio

3.2.1. Universo

Conformado por 35 mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC

3.2.2. Muestra

De acuerdo a Hayes (1999) se usará el muestreo censal, es decir, cuando se aplica el instrumento al total de la población, en este caso, al total de miembros de la Asociación AVEQUIMAKICC.

4. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

4.1. Criterios y procedimientos de recolección de datos.

4.1.1. Criterios:

- Criterio de inclusión:

Las encuestas serán aplicadas a todas las mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

4.1.2. Procedimiento de recolección de datos

- Aplicación del cuestionario al total de mujeres que conforman la asociación.
- Tabulación de datos.

4.2. Procesamiento de la información

- Procesamiento de la información en SPSS.
- Análisis de la información sistematizada.
- Tratamiento estadístico: Se aplicará el Coeficiente de correlación de Pearson, para examinar la intensidad de relación entre variables.
- Análisis e interpretación de datos
- Elaboración de conclusiones y sugerencias.

I. CRONOGRAMA

PLAN DE TESIS												
TIEMPO	MES 1				MES 2				MES 3			
	JUNIO				JULIO				AGOSTO			
ACTIVIDADES (POR SEMANA)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Redacción del Plan de tesis	X	X	X	X			X		X			
Búsqueda de información		X	X				X	X				
Cálculo de las distintas variables a utilizar				X	X							
Elección y definición de indicadores						X	X					
Redacción del Marco teórico							X	X				
Presentación del Plan de investigación										X		
BORRADOR DE TESIS												
TIEMPO	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aceptación e inscripción del plan de investigación	X											
Aplicación de instrumento		X	X	X								
Elaboración e interpretación de gráficas					X	X						
Redacción de introducción							X					
Redacción de resultados							X	X	X	X		
Redacción de conclusiones										X		
Presentación del borrador de tesis											X	
Lectura y calificación de asesores.												X



CAPÍTULO III: RESULTADOS

TABLA N° 01

Situación actual

Alternativa	f	%
Soltera	9	25.7
Conviviente	8	22.9
Casada	6	17.1
Separada	12	34.3
Total	35	100.0

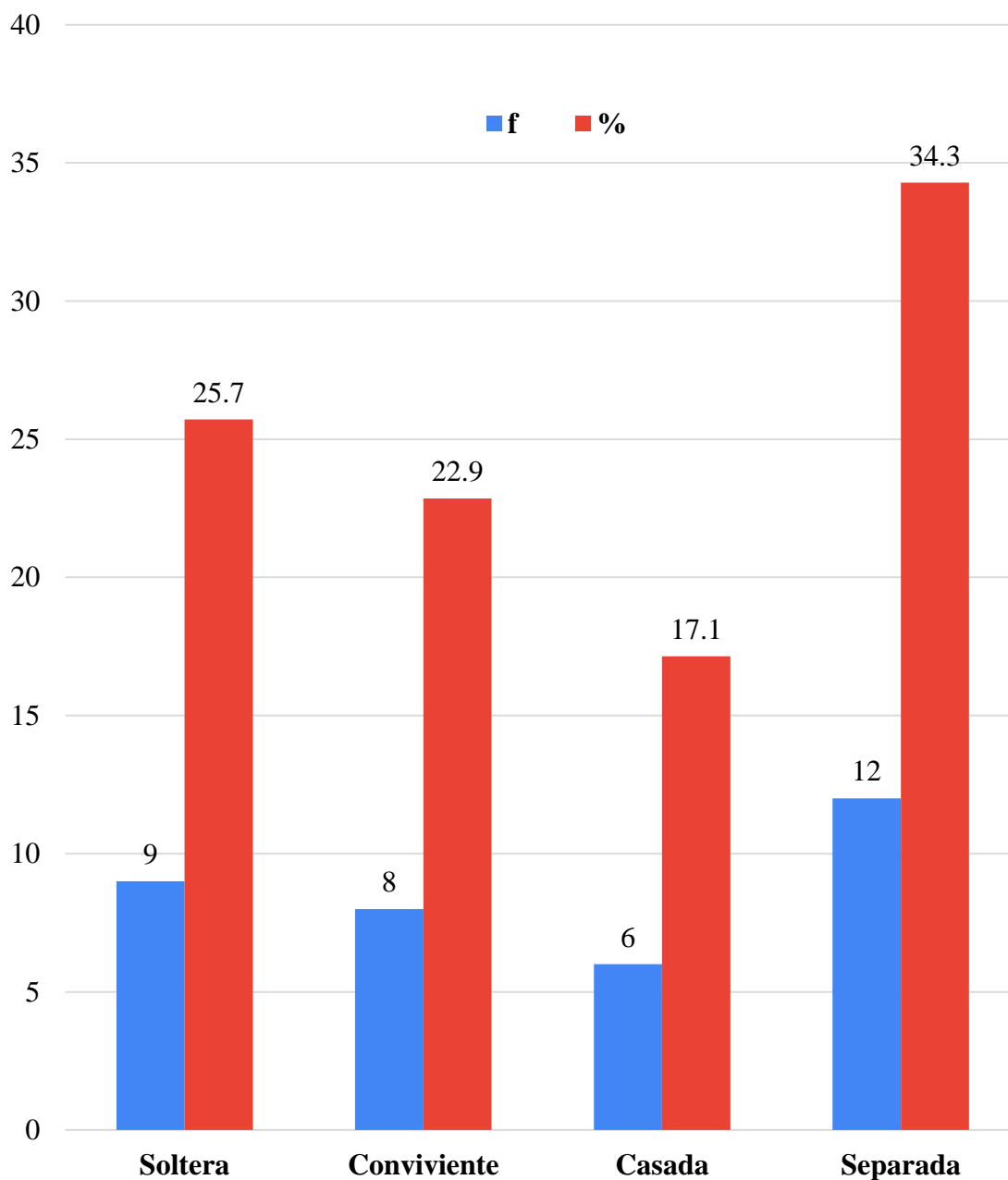
Fuente: Elaboración propia 2021

De acuerdo a la situación actual de las mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, se puede observar que, de un total de 35 encuestadas, el 34.3% son separadas, mientras que el 25,7% son solteras, 22,9% convivientes y el 17,1% casadas.

Como se puede observar, la mayoría de las encuestadas son separadas de sus parejas, lo que muestra que no tienen un vínculo afectivo directo hacia ellos, por otro lado, otro gran porcentaje son mujeres solteras, lo que es importante ya que la Asociación está conformada por madres de familia, por lo que se puede inferir que son madres solteras.

GRÁFICO N° 01

Situación actual



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 02

¿Alguna vez se ha enfrentado a una situación en la que sufrió violencia por ser mujer?

Alternativa	f	%
Nunca	5	14.3
Una vez	12	34.3
Más de una vez	18	51.4
Total	35	100.0

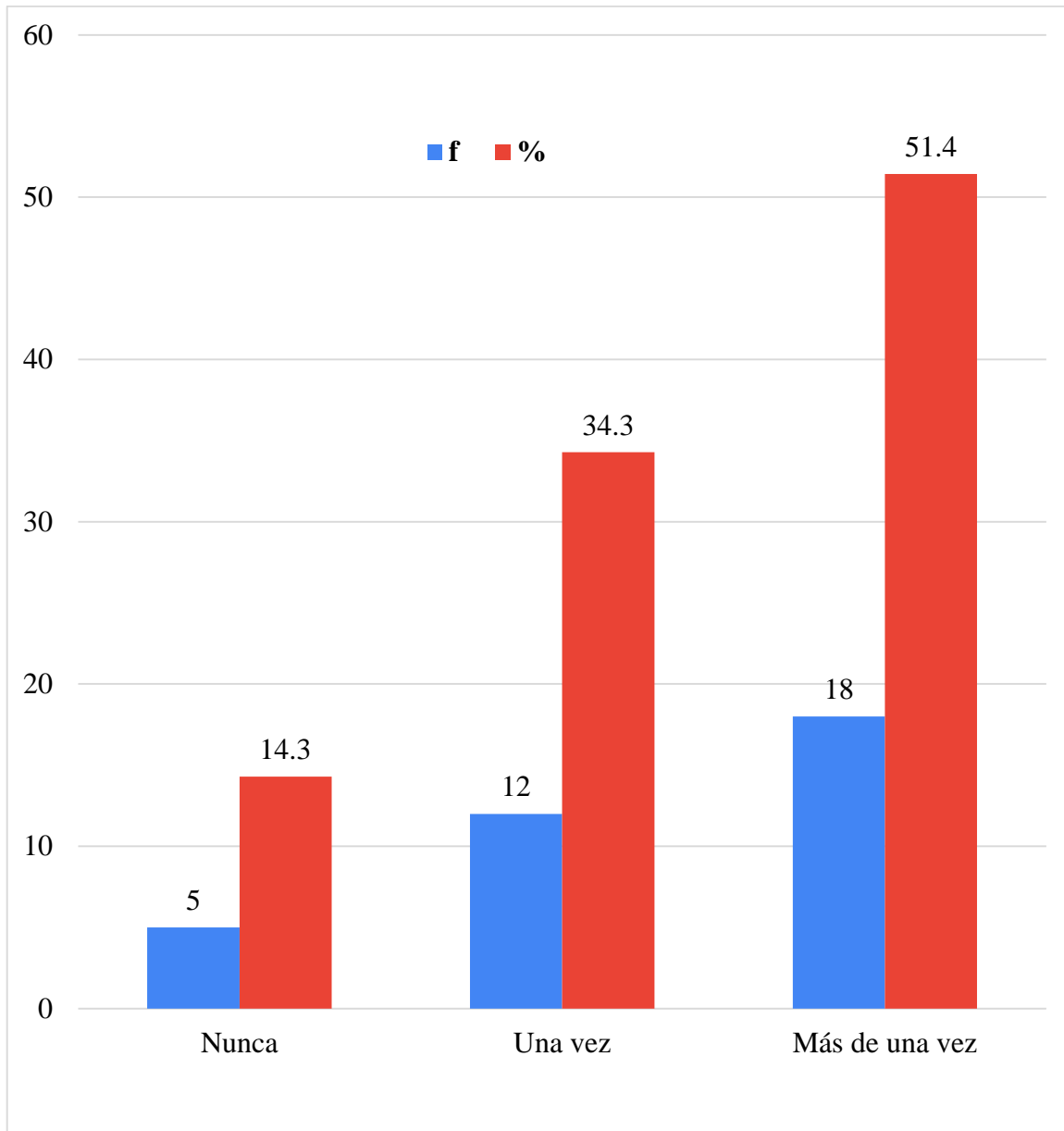
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Alguna vez se ha enfrentado a una situación en la que sufrió violencia por ser mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 51.4% más de una vez se ha enfrentado a una situación en la que sufrió violencia por ser mujer, mientras que el 34.3% una vez y el 14.3% nunca se ha enfrentado a una situación en la que haya sufrido violencia por ser mujer.

Los datos muestran que más la mayoría de mujeres de la asociación reconoce haber sufrido violencia de género en algún momento de su vida, esta información coincide con la estadística del Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables, evidenciando la importancia de que el CEM incida en este tipo de asociaciones.

GRÁFICO N° 02

¿Alguna vez se ha enfrentado a una situación en la que sufrió violencia por ser mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 03

¿Alguna vez ha escuchado sobre el Centro de emergencia mujer?

Alternativa	f	%
Nunca	3	8.6
Una vez	17	48.6
Más de una vez	15	42.9
Total	35	100.0

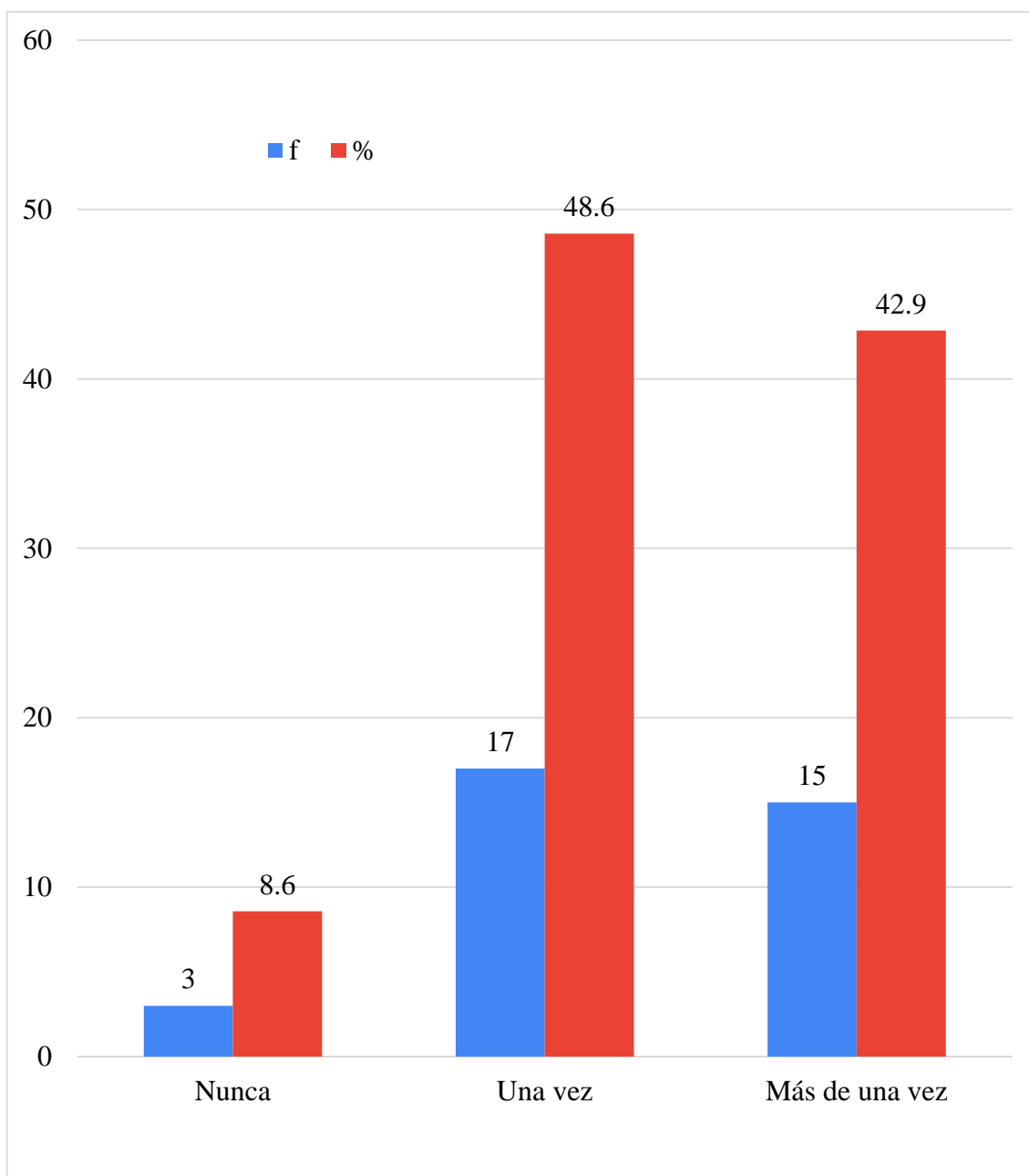
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Alguna vez ha escuchado sobre el Centro de emergencia mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 42.9% más de una vez ha escuchado sobre el Centro de emergencia mujer, mientras que el 48.6% una vez y el 8.6% nunca ha escuchado sobre el Centro de emergencia mujer.

Como se puede observar, la mayoría de mujeres refieren haber escuchado del CEM, lo que favorece al reconocimiento de esta institución entre la asociación, sin embargo, es importante mencionar que el CEM ha realizado diversas actividades con este grupo de mujeres, de manera que se puede inferir que la institución debe direccionar mejor sus estrategias para su posicionamiento en el resto de mujeres, de manera que exista una mayor efectividad en sus acciones comunicacionales.

GRÁFICO N° 03

¿Alguna vez ha escuchado sobre el Centro de emergencia mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 04

¿Cuándo fue la última vez que escuchó algo sobre el Centro de emergencia mujer?

Alternativa	f	%
En la última semana	10	28.6
En el último mes	4	11.4
Hace más de un año	18	51.4
Nunca escuché sobre el CEM	3	8.6
Total	35	100.0

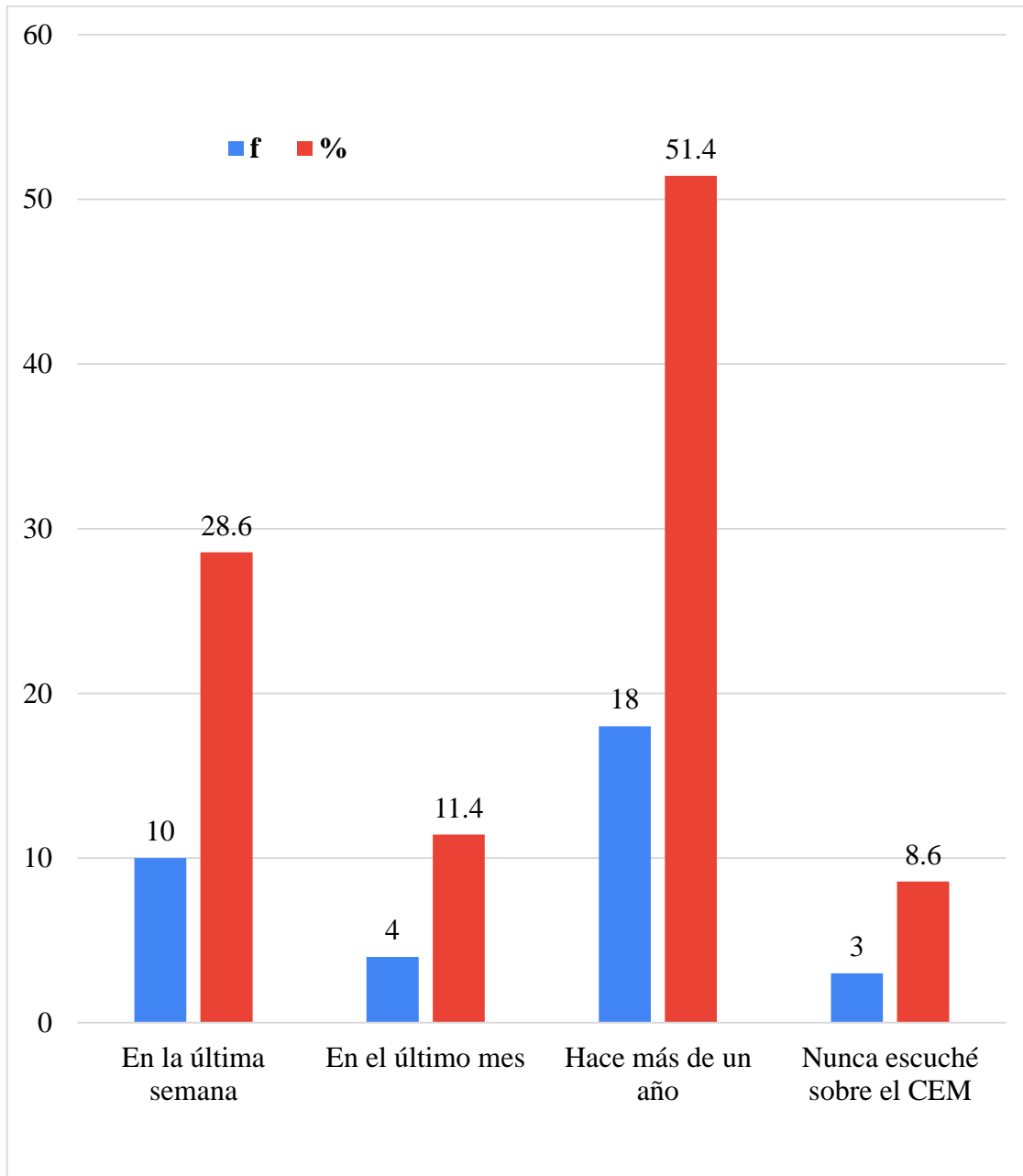
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Cuándo fue la última vez que escuchó algo sobre el Centro de emergencia mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 51.4% hace más de un año escuchó algo sobre el Centro de emergencia mujer, mientras que el 28.6% en la última semana, 11.4% en el último mes y el 8.6% nunca escuchó algo sobre el Centro de emergencia mujer.

Como se puede apreciar, la mayoría de encuestadas menciona haber tenido contacto con el CEM hace más de un año, lo que demuestra que su relacionamiento con la institución no es muy constante, así también hay un porcentaje interesante que refiere haber escuchado algo sobre el CEM en la última semana, lo que permite inferir que tienen un vínculo más cercano con la institución.

GRÁFICO N° 04

¿Cuándo fue la última vez que escuchó algo sobre el Centro de emergencia mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 05

**¿Ha escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del
Centro de emergencia mujer?**

Alternativa	f	%
Nunca	7	20.0
Casi nunca	6	17.1
Regular	15	42.9
Casi siempre	4	11.4
Siempre	3	8.6
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

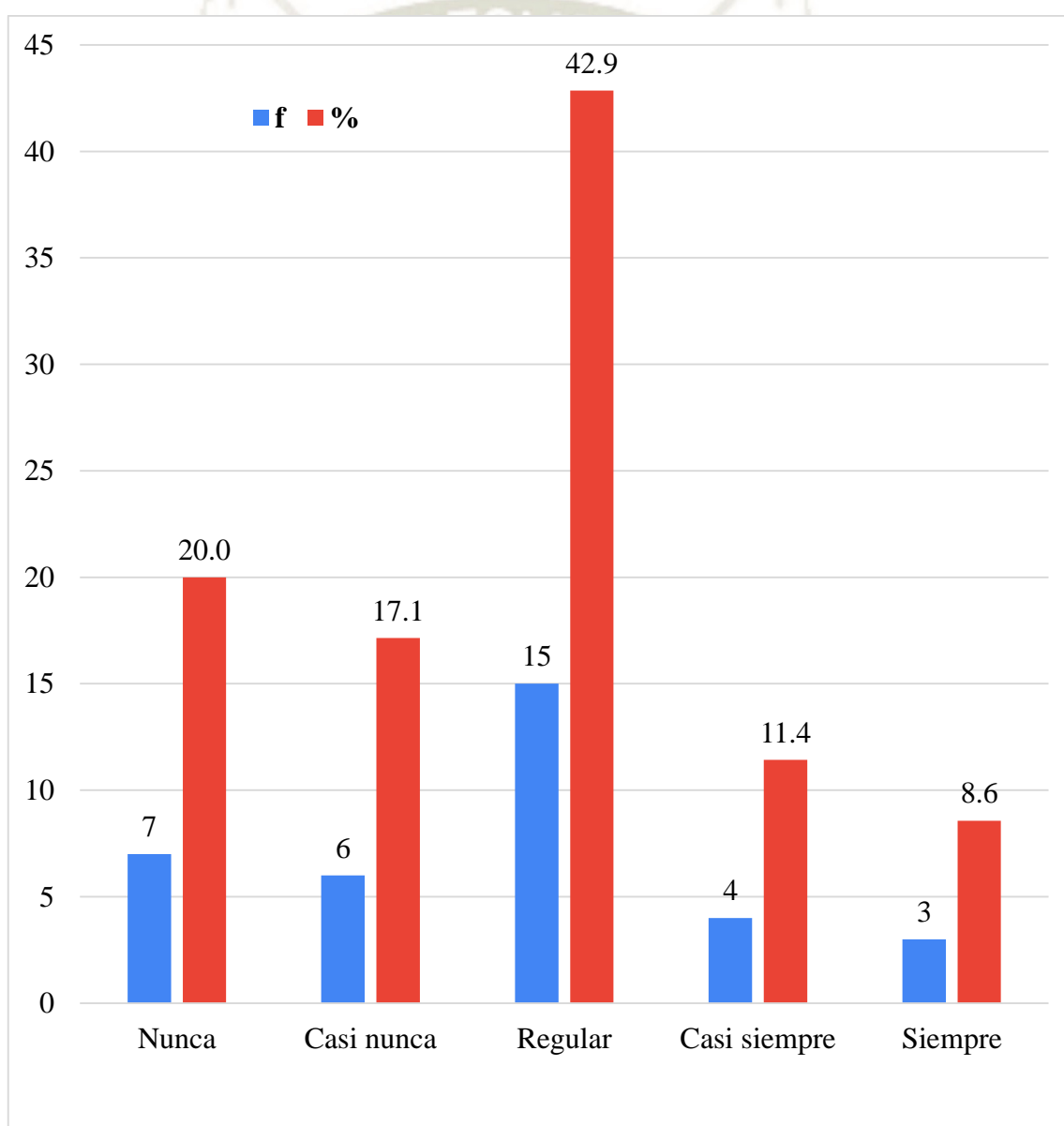
Ante la interrogante ¿Ha escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del Centro de emergencia mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 42.9% ha escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del Centro de emergencia mujer de manera regular, mientras que el 20% nunca ha escuchado, 17.1% casi nunca, 11.4% casi siempre y 8.6% siempre ha escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del Centro de emergencia mujer.

Los datos demuestran que las estrategias del CEM en un medio masivo como la radio, ha alcanzado a la mayoría de mujeres de la asociación, lo que puede percibirse como un logro por

parte de la institución al momento de definir su audiencia y el medio para difundir sus mensajes, y permite inferir que este medio puede seguir siendo estratégico para sus campañas comunicacionales.

GRÁFICO N° 05

¿Ha escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del Centro de emergencia mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 06

¿Ha visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer?

Alternativa	f	%
Nunca	9	25.7
Casi nunca	8	22.9
Regular	9	25.7
Casi siempre	2	5.7
Siempre	7	20.0
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

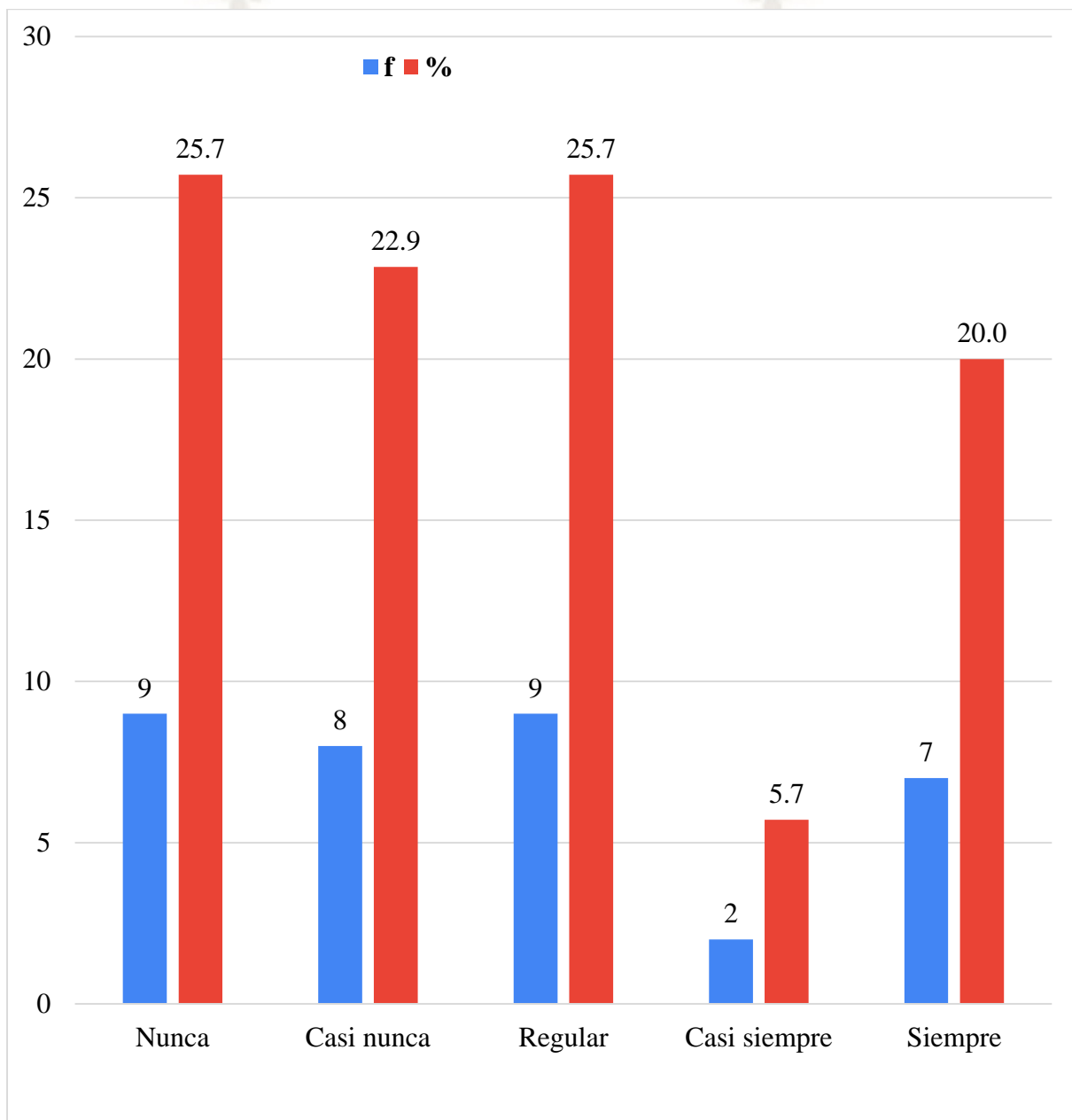
Ante la interrogante ¿Ha visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 25.7% ha visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer de manera regular y/o nunca, mientras que el 22.9% casi nunca ha escuchado, 20% siempre y 5.7% casi siempre ha visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer.

Como se puede apreciar, la mitad de encuestadas refiere haber visto información en TV sobre la violencia de género, lo que resulta importante ya que la TV es uno de los principales medios del CEM para la difusión de mensajes educativos y/o informativos; sin embargo, hay un

porcentaje importante de mujeres que no han visto información en TV, por lo que se puede inferir que no todas las estrategias alcanzan al 100% de mujeres.

GRÁFICO N° 06

¿Ha visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 07

¿Ha visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género?

Alternativa	f	%
Nunca	12	34.3
Casi nunca	4	11.4
Regular	10	28.6
Casi siempre	6	17.1
Siempre	3	8.6
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

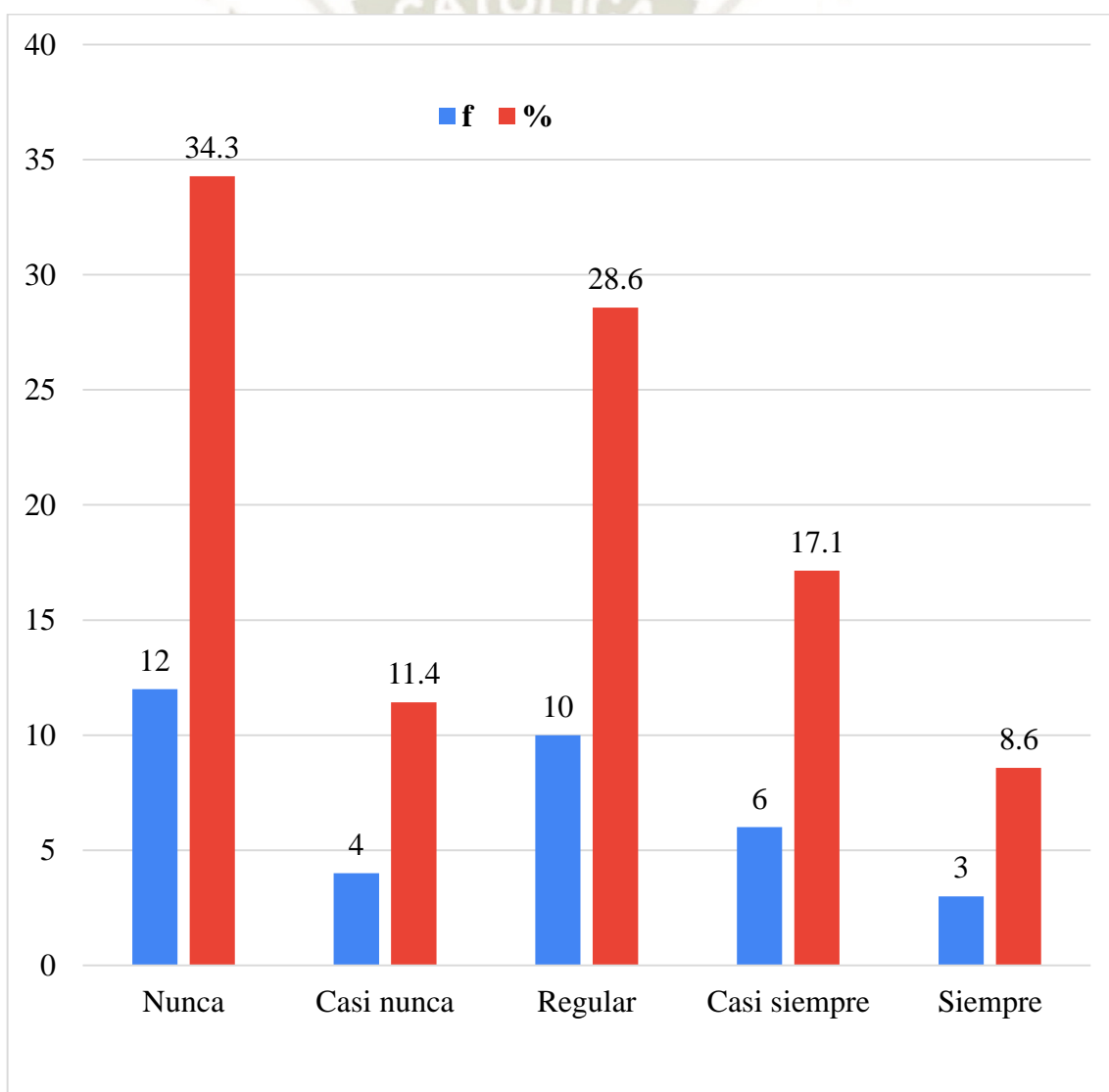
Ante la interrogante ¿Ha visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 28.6% ha visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género de manera regular, mientras que el 34.3% nunca, 17.1% casi siempre, 11.4% casi casi nunca y 8.6% siempre ha visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género.

Los datos muestran una dispersión en los resultados obtenidos, en el que casi la mitad de mujeres encuestadas no ha visto nunca información en una plataforma que ha cobrado una gran

relevancia últimamente, como es el Facebook, la cual podría generar mayor efectividad en las estrategias aplicadas, al ser una aplicación gratuita y de fácil acceso.

GRÁFICO N° 07

¿Ha visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 08

¿Ha recibido información a su correo electrónico sobre la violencia de género?

Alternativa	f	%
Nunca	25	71.4
Casi nunca	4	11.4
Regular	2	5.7
Casi siempre	2	5.7
Siempre	2	5.7
Total	35	100.0

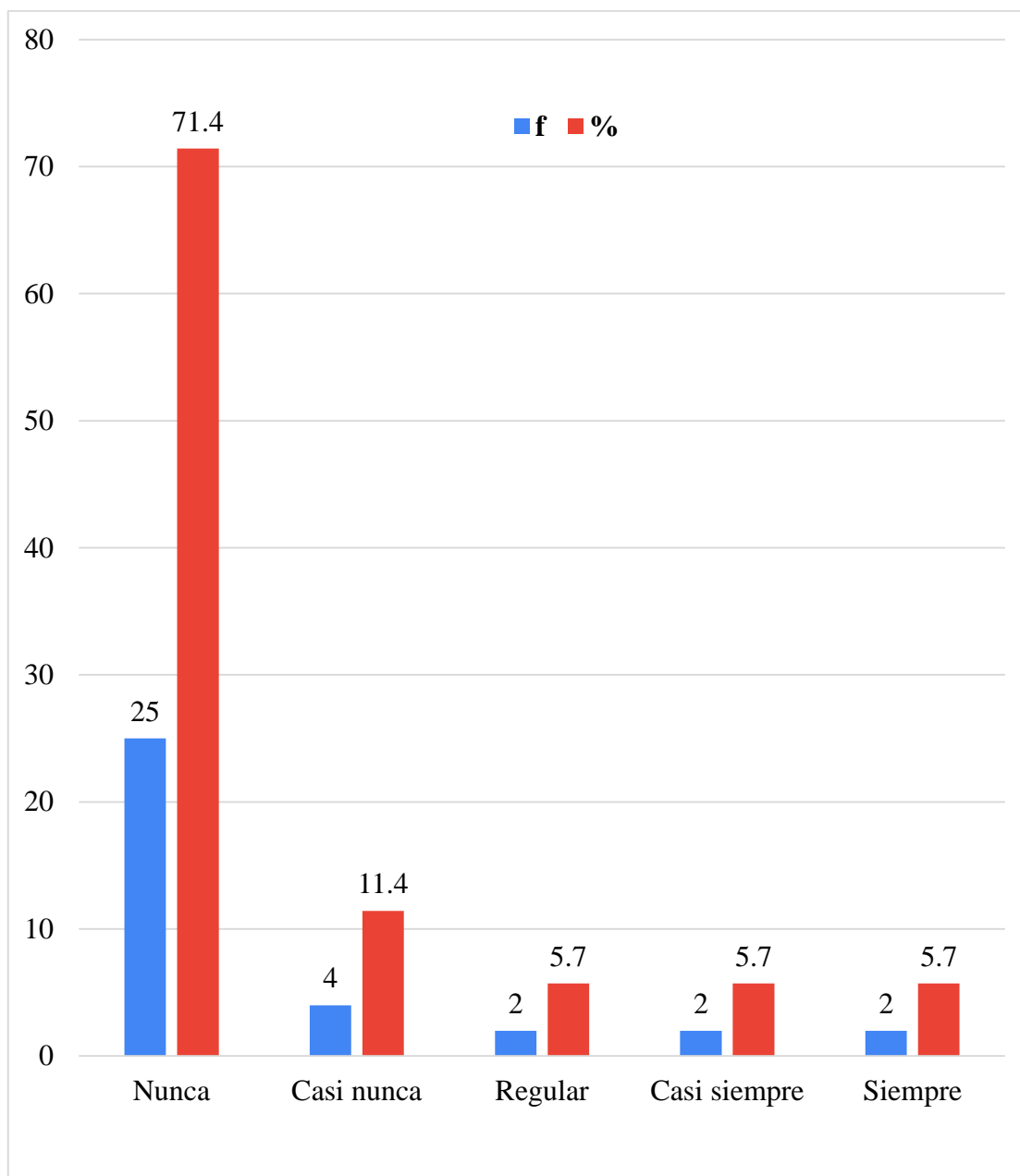
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Ha recibido información a su correo electrónico sobre la violencia de género? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 71.4% considera que nunca ha recibido información a su correo electrónico sobre la violencia de género, mientras que el 11.4% casi nunca, 5.7% de manera regular y de igual manera 5.7% siempre y/o casi siempre.

Los datos demuestran que un porcentaje muy alto de mujeres no han recibido información electrónica sobre la violencia de género, lo que puede ser comprensible ya que la mayoría de ellas no están familiarizadas con los correos electrónicos, demostrando que éste medio no es estratégico para los objetivos del CEM y no debería ser prioritario en las campañas de comunicación.

GRÁFICO N° 08

¿Ha recibido información a su correo electrónico sobre la violencia de género?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 9

¿Ha encontrado información útil ante situaciones de violencia de género en la página web del Ministerio de la mujer?

Alternativa	f	%
Nunca	10	28.6
Casi nunca	4	11.4
Regular	11	31.4
Casi siempre	9	25.7
Siempre	1	2.9
Total	35	100.0

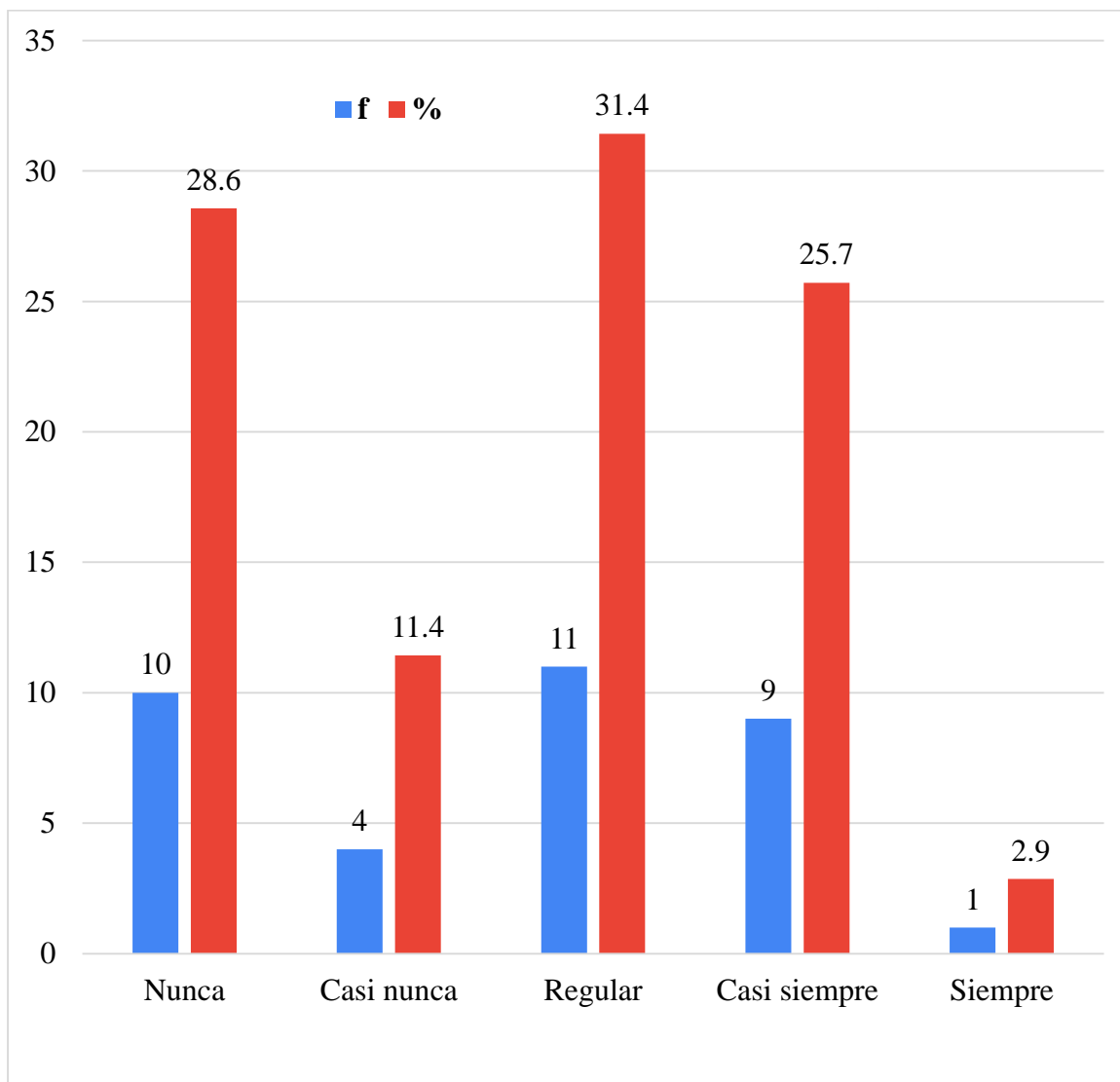
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Ha encontrado información útil ante situaciones de violencia de género en la página web del Ministerio de la mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 31.4% considera que regularmente ha encontrado información útil ante situaciones de violencia de género en la página web del Ministerio de la mujer, mientras que el 28.6% nunca, 25.7% casi siempre, 11.4% casi nunca y el 2.9% siempre.

Se puede observar que la mayoría de mujeres ha buscado información útil para ellas en la página del Ministerio de la mujer, lo que permite inferir que existe un interés por parte de ellas, sea para prevenir o para denunciar casos de violación, de buscar fuentes formales de información.

GRÁFICO N° 9

¿Ha encontrado información útil ante situaciones de violencia de género en la página web del Ministerio de la mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 10

¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en algún taller organizado por ellos?

Alternativa	f	%
Nunca	7	20.0
Casi nunca	3	8.6
Regular	15	42.9
Casi siempre	3	8.6
Siempre	7	20.0
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

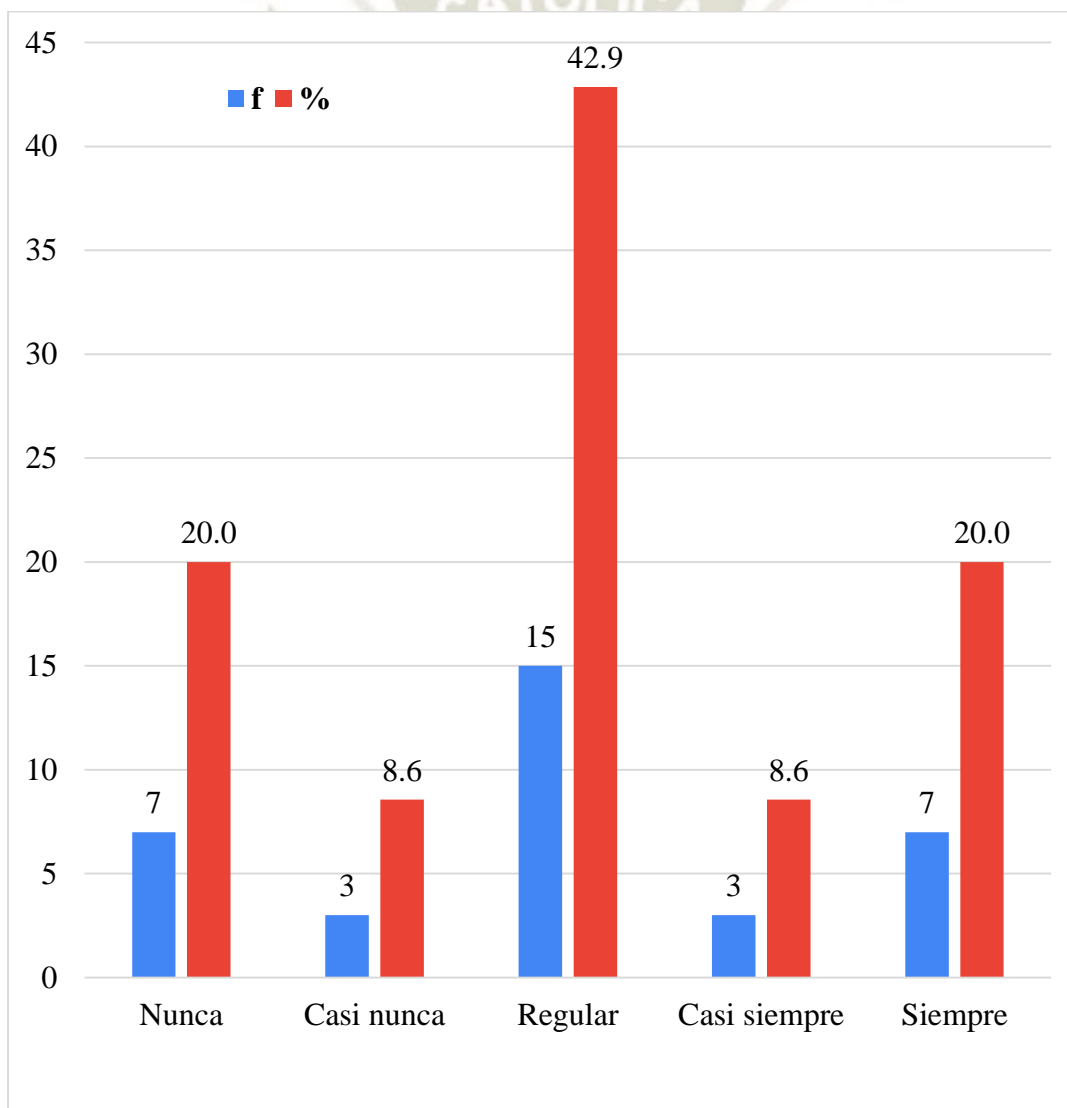
Ante la interrogante ¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en algún taller organizado por ellos? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 42.9% indica que ha sido animada a participar en algún taller organizado por el Centro de emergencia mujer, mientras que el 20% nunca, 8.6% casi siempre, 20% siempre y el 8.6% casi nunca.

Los datos evidencian que la mayoría de mujeres han sido animadas para participar en algún taller organizado por el CEM, la cual es su principal estrategia educativa e informativa, por lo que se evidencia que existe un interés por parte de las encuestadas, ya que no es obligatorio asistir a este tipo de eventos. Por otro lado, el otro porcentaje de mujeres que no asisten a estos

eventos, pueden no estar familiarizadas con ellos, por lo que es importante diseñar estrategias que también se dirijan a ese público.

GRÁFICO N° 10

¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en algún taller organizado por ellos?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 11

¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en alguna charla ofrecida por ellos?

Alternativa	f	%
Nunca	7	20.0
Casi nunca	3	8.6
Regular	15	42.9
Casi siempre	3	8.6
Siempre	7	20.0
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

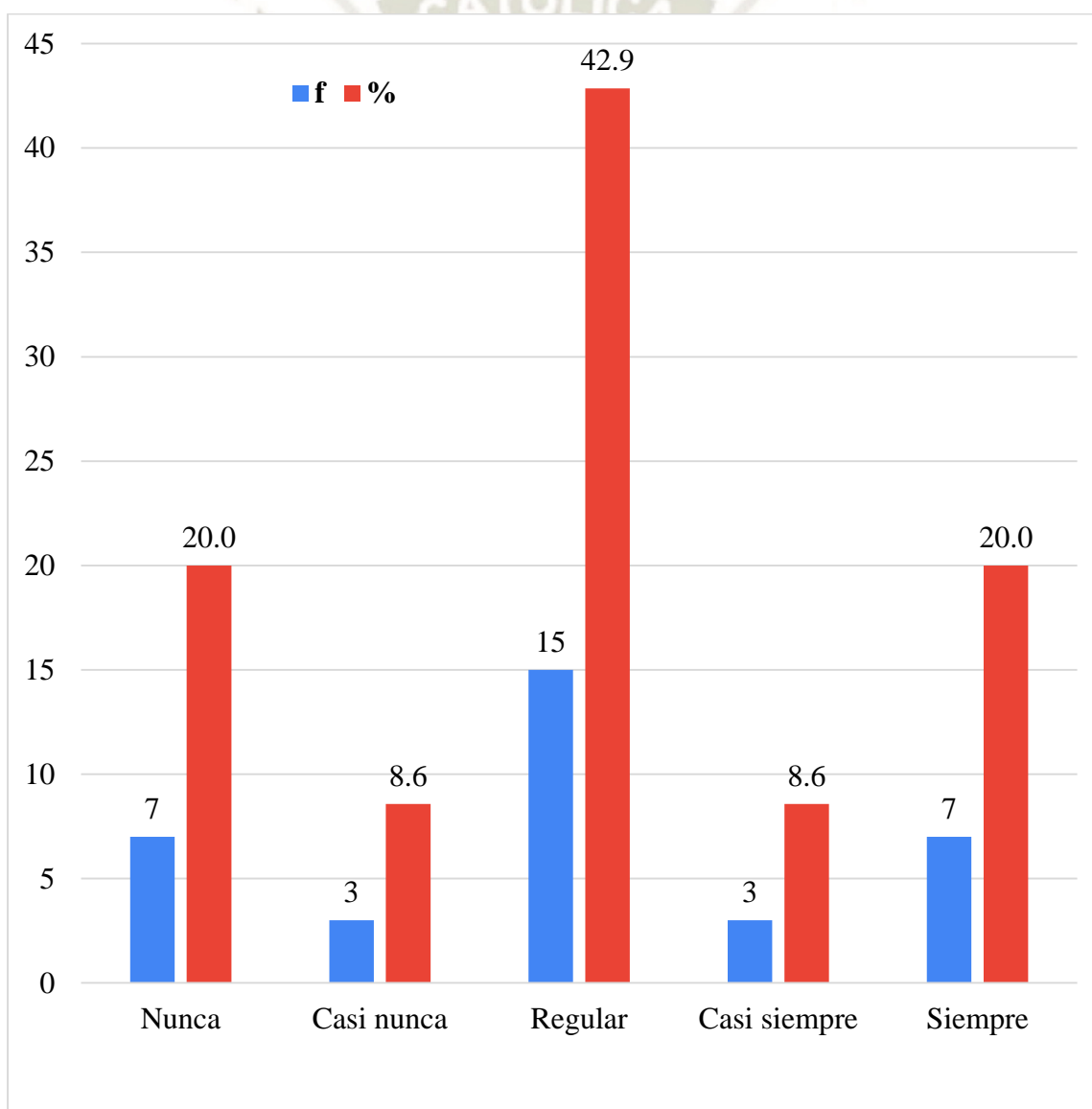
Ante la ¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en alguna charla ofrecida por ellos? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 42.9% indica que fue animada a participar en alguna charla ofrecida por el Centro de emergencia mujer, mientras que el 20% nunca, 8.6% casi siempre, 20% siempre y el 8.6% casi nunca.

Se puede apreciar que la mayoría de encuestadas indica haber sido animada para participar en alguna charla del CEM, lo que es importante ya que sugiere que, al ser una de las principales estrategias del CEM, es recordada por parte de las mujeres encuestadas, por otro lado, preocupa que existan un número de mujeres que no reconozca haber participado en alguna charla del

CEM, puesto que las charlas son el primer acercamiento del CEM cuando realiza trabajo comunitario.

GRÁFICO N° 11

¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en alguna charla ofrecida por ellos?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 12

¿El Centro De Emergencia Mujer le ha permitido expresar su opinión en alguna de las actividades en las que participó?

Alternativa	f	%
Nunca	1	2.9
Casi nunca	2	5.7
Regular	7	20.0
Casi siempre	13	37.1
Siempre	12	34.3
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

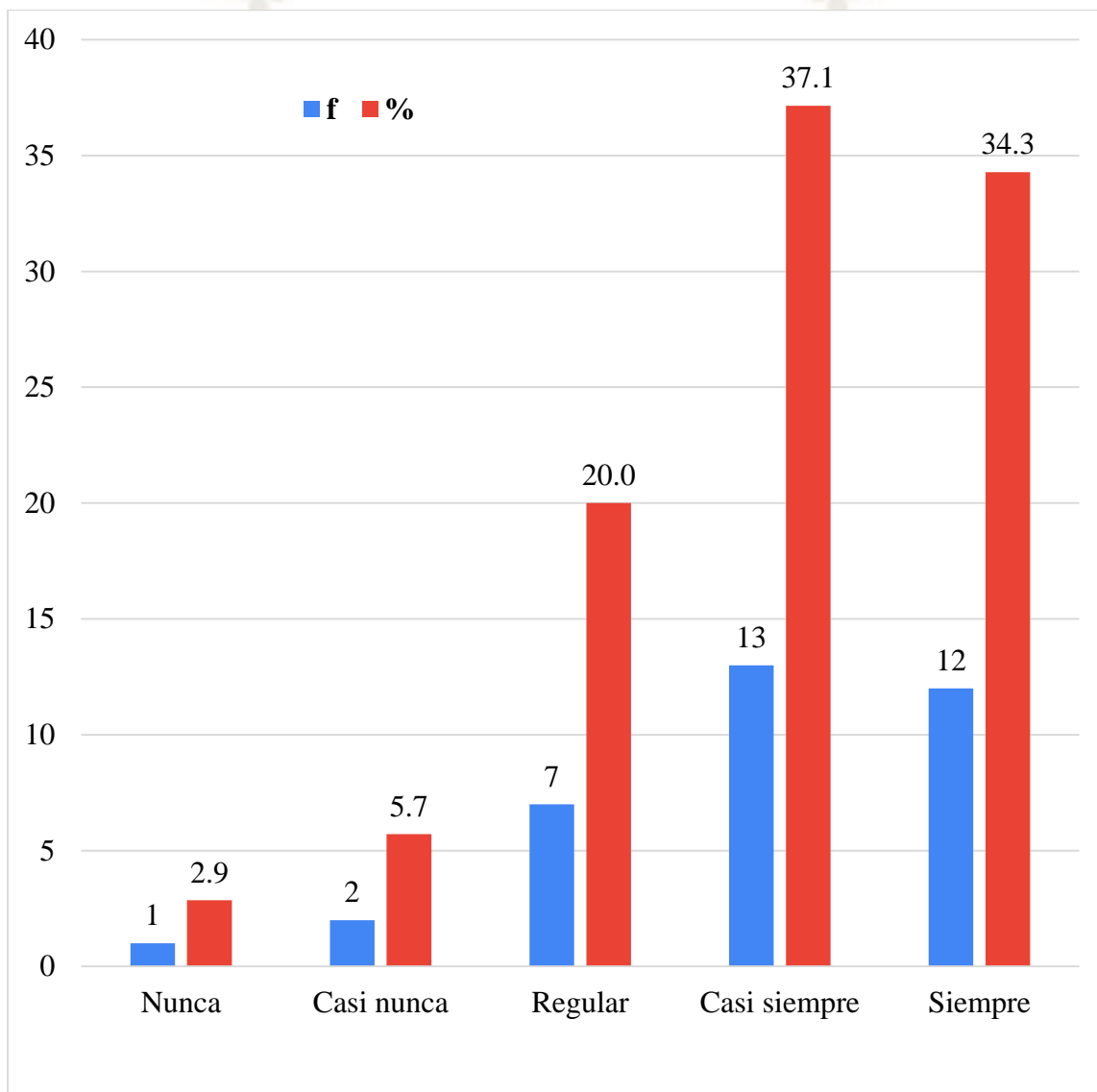
Ante la interrogante ¿El Centro De Emergencia Mujer le ha permitido expresar su opinión en alguna de las actividades en las que participó? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 37.1% considera que casi siempre el Centro de emergencia mujer le ha permitido expresar su opinión en alguna de las actividades en las que ha participado, mientras que el 34.3% siempre, 20% regularmente, 5.7% casi nunca y el 2.9% nunca considera que el Centro de emergencia mujer le permitió expresar su opinión en alguna de las actividades en las que participó.

Para que la comunicación sea estratégica debe ser fluida y bidireccional, es decir, no debe centrarse solamente a su dimensión informativa; en ese sentido, los datos obtenidos demuestran

que el CEM aplica este principio comunicacional entre sus actividades, lo que es importante ya que favorece al empoderamiento y participación de su audiencia.

GRÁFICO N° 12

¿El Centro De Emergencia Mujer le ha permitido expresar su opinión en alguna de las actividades en las que participó?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 13

¿Los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer le ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia contra la mujer?

Alternativa	f	%
Nunca	1	2.9
Casi nunca	4	11.4
Regular	8	22.9
Casi siempre	10	28.6
Siempre	12	34.3
Total	35	100.0

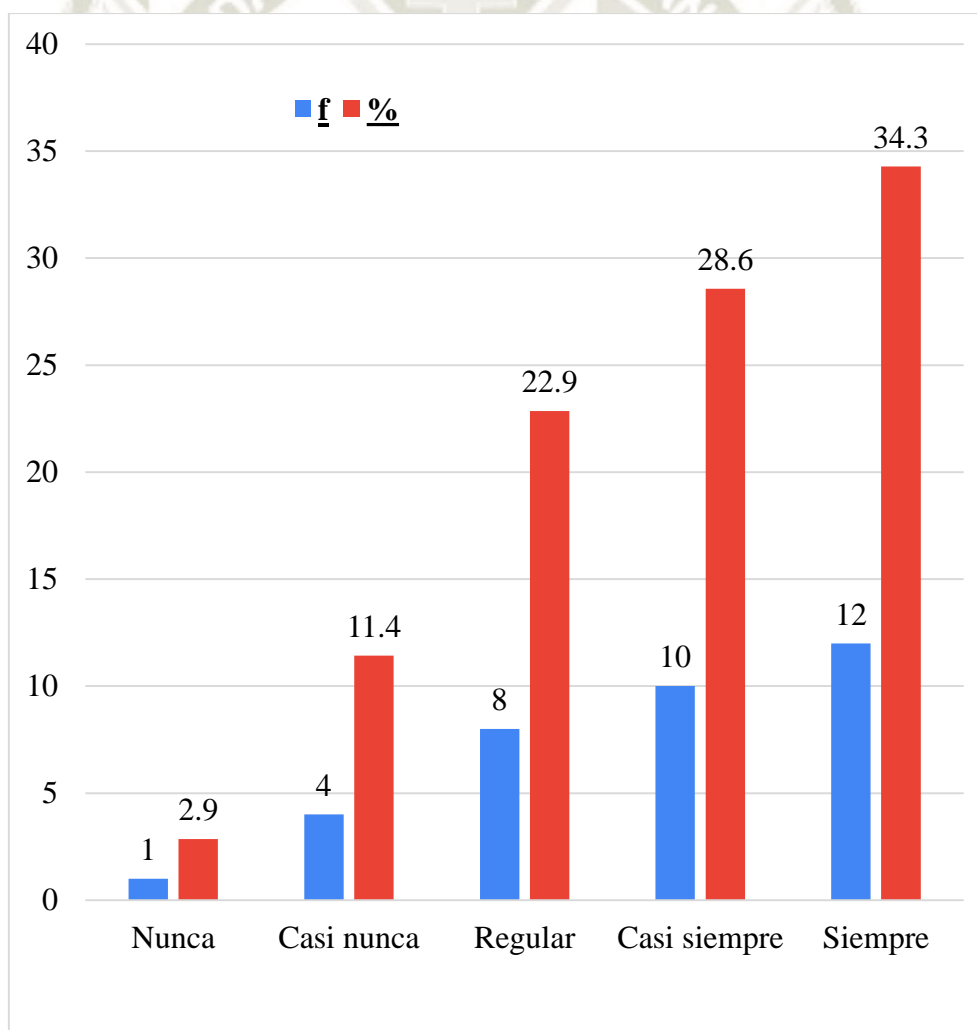
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer le ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia contra la mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 34.3% considera que siempre los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer le ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia contra la mujer, mientras que el 28.6% casi siempre, 22.9% regularmente, 11.4% casi nunca y el 2.9% nunca considera que los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer le ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia contra la mujer.

Los datos obtenidos en esta pregunta permiten observar que la mayoría de mujeres percibe que los eventos del CEM, le ayudan a saber cómo actuar ante situaciones de género, lo que resulta importante ya que es el principal objetivo del CEM; sin embargo, todavía existe un porcentaje de mujeres que no tiene esa percepción, por lo que estas mujeres deberían ser una alerta para el CEM en el momento de diseñar las estrategias de comunicación para el desarrollo.

GRÁFICO N° 13

¿Los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer le ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia contra la mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 14

¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por ellos?

Alternativa	f	%
Nunca	3	8.6
Casi nunca	0	0
Regular	3	8.6
Casi siempre	18	51.4
Siempre	11	31.4
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

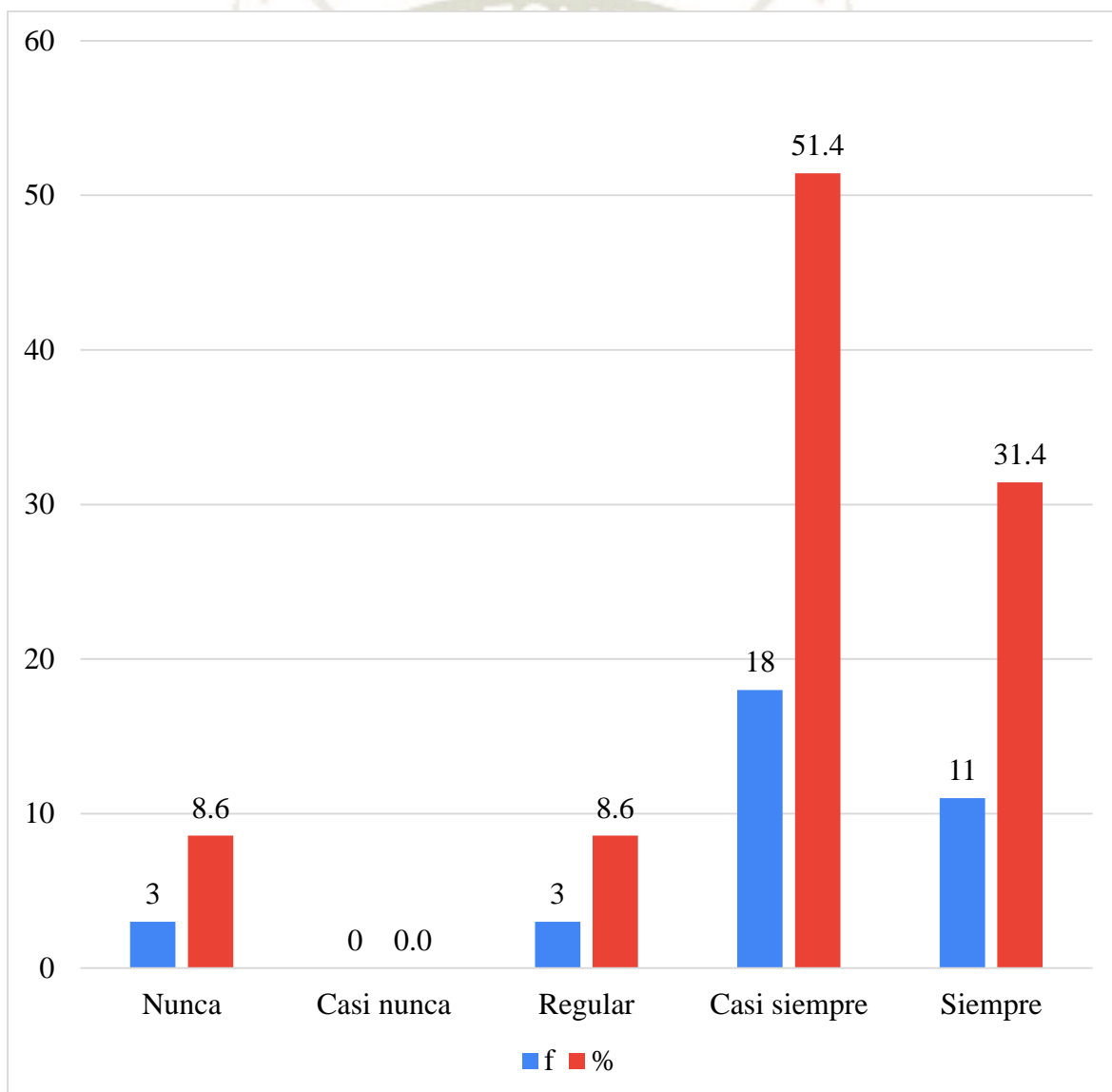
Ante la interrogante ¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por ellos? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 51.4% indica que casi siempre ha sido animada a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por el Centro de emergencia mujer, mientras que el 31.4% siempre, 8.6% regularmente y/o nunca ha sido animada a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por el Centro de emergencia mujer.

Se puede apreciar que la mayoría de mujeres indica haber sido animada a participar en actividades de sensibilización del CEM, las cuales son intervenciones públicas, que deberían

favorecer la reflexión sobre un tema específico; lo que permite inferir que estas actividades son actividades importantes al momento de diseñar la estrategia comunicacional, porque tienen alcance en su público objetivo.

GRÁFICO N° 14

¿El Centro de Emergencia Mujer la ha animado a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por ellos?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 15

¿Los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, le permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer?

Alternativa	f	%
Nunca	18	51.4
Casi nunca	4	11.4
Regular	7	20.0
Casi siempre	1	2.9
Siempre	5	14.3
Total	35	100.0

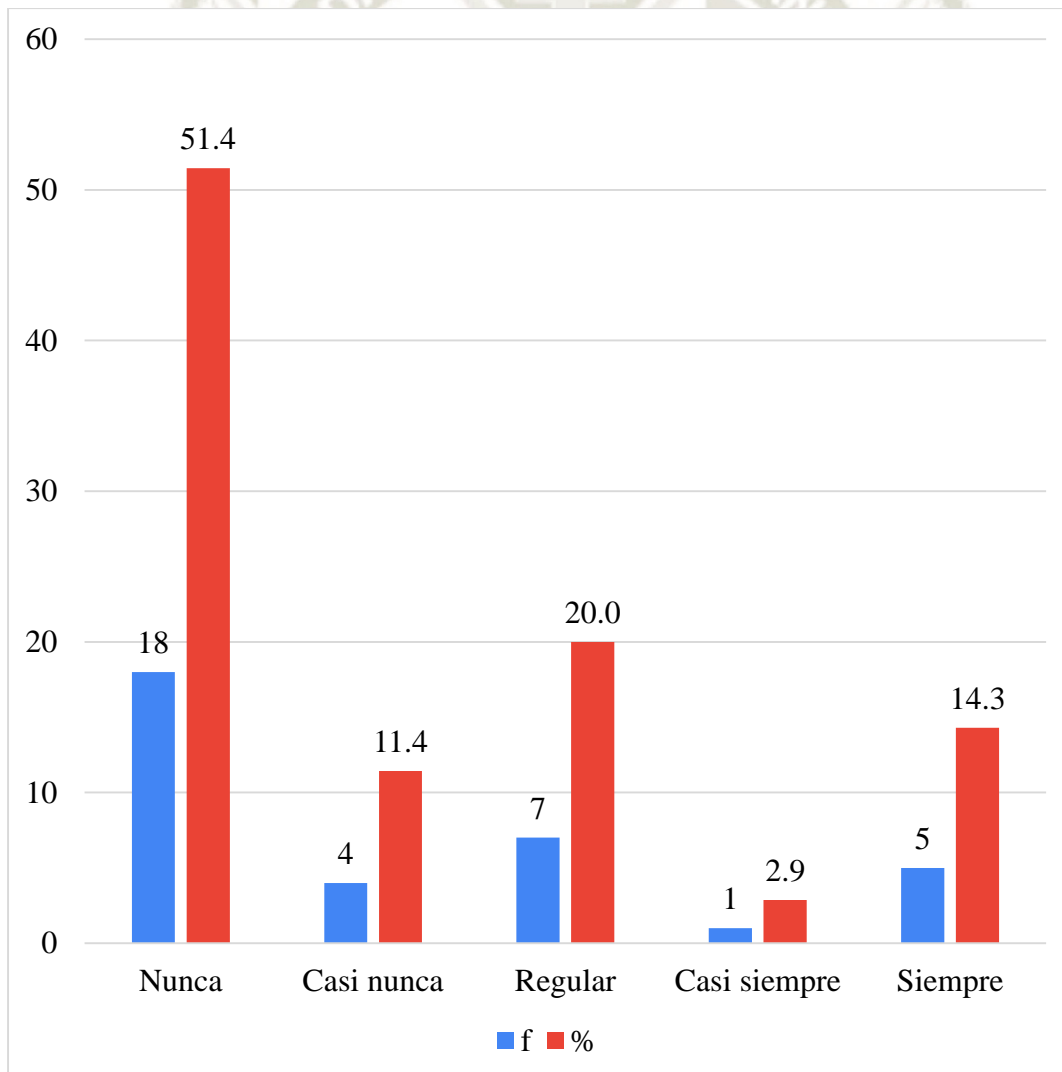
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante la interrogante ¿Los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, le permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer? de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 51.4% considera que nunca los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, le permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer, mientras que el 20% regularmente, 14.3% siempre, 11.4% casi nunca y 2.9% casi siempre considera que los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, le permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer.

Los datos obtenidos en la presente pregunta complementan los resultados de la Tabla N° 15, ya que, si bien la mayoría de mujeres han observado alguna actividad de intervención pública del CEM, pocas mujeres perciben que éstas actividades les permitan reflexionar sobre la violencia de género, por lo que es importante identificar si efectivamente esta estrategia es efectiva, o cómo puede ser ajustada para que tenga resultados más efectivos.

GRÁFICO N° 15

¿Los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, le permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer?



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 16

A continuación, elija la opción con la que más se identifica: El CEM me enseñó que no debo esperar a que la violencia sea diaria para denunciarla

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	15	42.9
Desacuerdo	1	2.9
Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	17.1
De acuerdo	6	17.1
Completamente de acuerdo	7	20.0
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

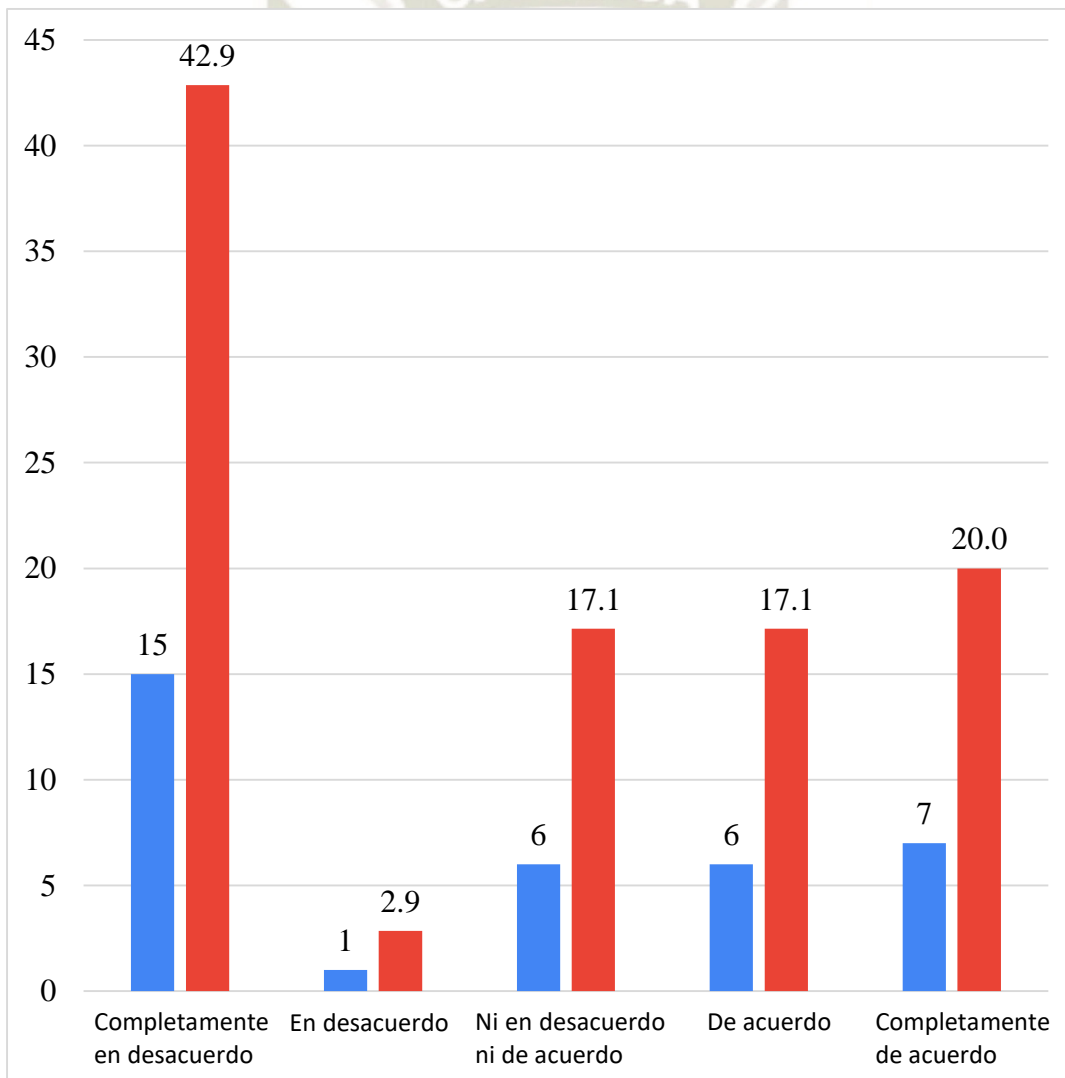
De acuerdo a la opción con la que más se identifica: El CEM me enseñó que no debo esperar a que la violencia sea diaria para denunciarla, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 42.9% esta completamente en desacuerdo con la opción “El CEM me ha enseñado que no debo esperar que la violencia sea diaria para denunciarla”, mientras que el 17.1% está de acuerdo, 20% completamente de acuerdo y el 2.9% en desacuerdo con la opción “El CEM me enseñó que no debo esperar que la violencia sea diaria para denunciarla”.

Se puede observar que ante el presente enunciado que hace referencia al accionar ante el reconocimiento de violencia física, un gran porcentaje de mujeres menciona no estar de

acuerdo con denunciarla, y otro porcentaje importante prefiere no asumir una postura concreta. Es así que se puede inferir que las estrategias de comunicación para el desarrollo deben ser más incisivas en relación a cómo generan un cambio de comportamiento frente al accionar en situaciones de violencia de género, ya que uno de los principales objetivos del CEM es sancionarla y erradicarla.

GRÁFICO N° 16

El CEM me enseñó que no debo esperar a que la violencia sea diaria para denunciarla



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 17

El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia física

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	5	14.3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0
De acuerdo	8	22.9
Completamente de acuerdo	21	60.0
Total	35	100.0

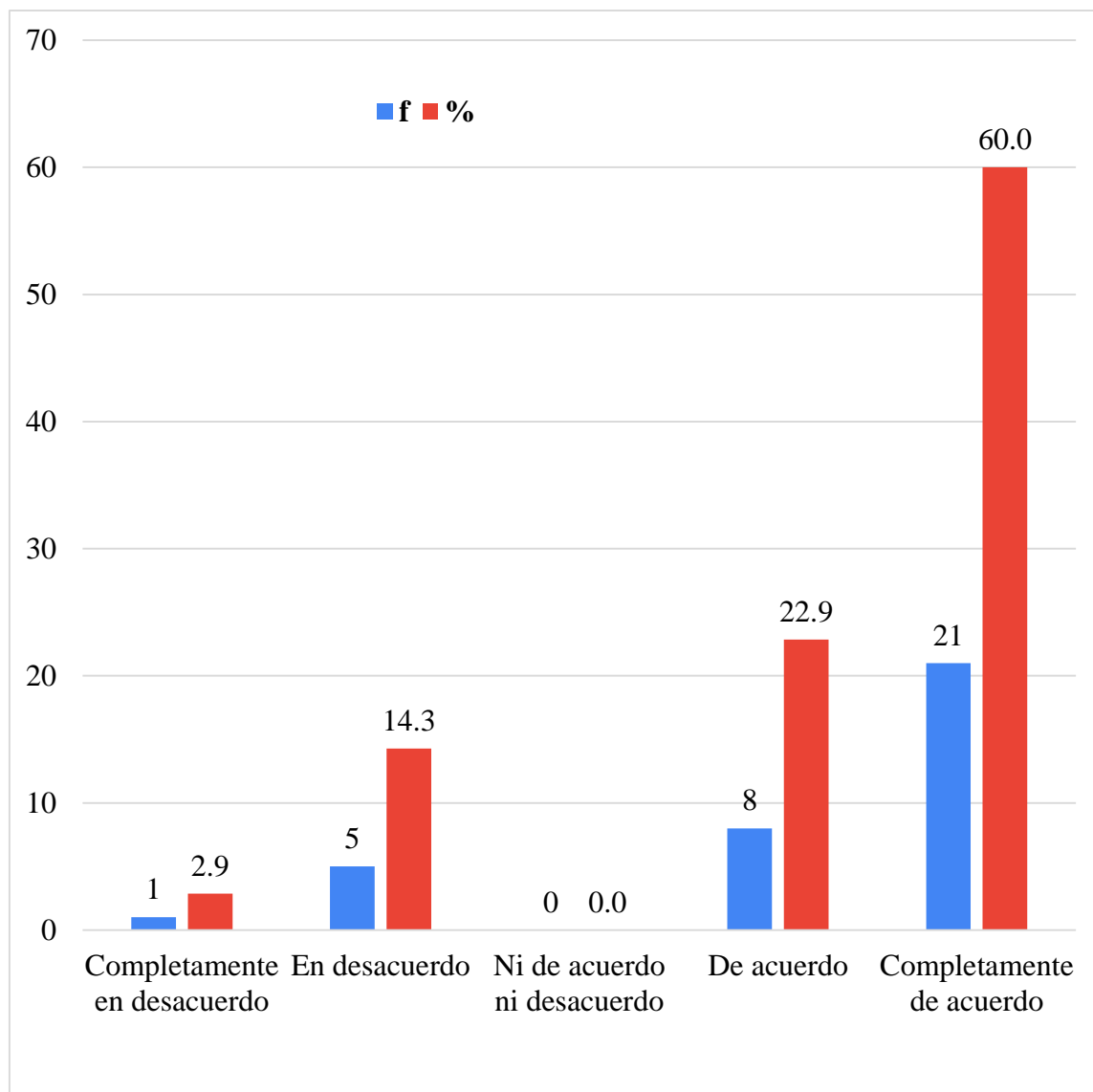
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante el enunciado: El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia física, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 60% esta completamente de acuerdo que el Centro de emergencia mujer les ha enseñado a reconocer la violencia física, mientras que el 22.9% está de acuerdo, 14.3% en desacuerdo y 2.9% completamente en desacuerdo que el Centro de emergencia mujer les enseñó a reconocer la violencia física.

En relación al presente enunciado, la mayoría de encuestada afirma que el CEM les ha enseñado a reconocer la violencia física, lo que se complementa con el enunciado anterior, reforzando el papel que cumplió el CEM en este proceso de reconocimiento.

GRÁFICO N° 17

El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia física



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 18

Puedo reconocer que soy víctima de violencia si mi pareja me amenaza porque hago algo que no le gusta

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	3	8.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	11.4
De acuerdo	1	2.9
Completamente de acuerdo	27	77.1
Total	35	100.0

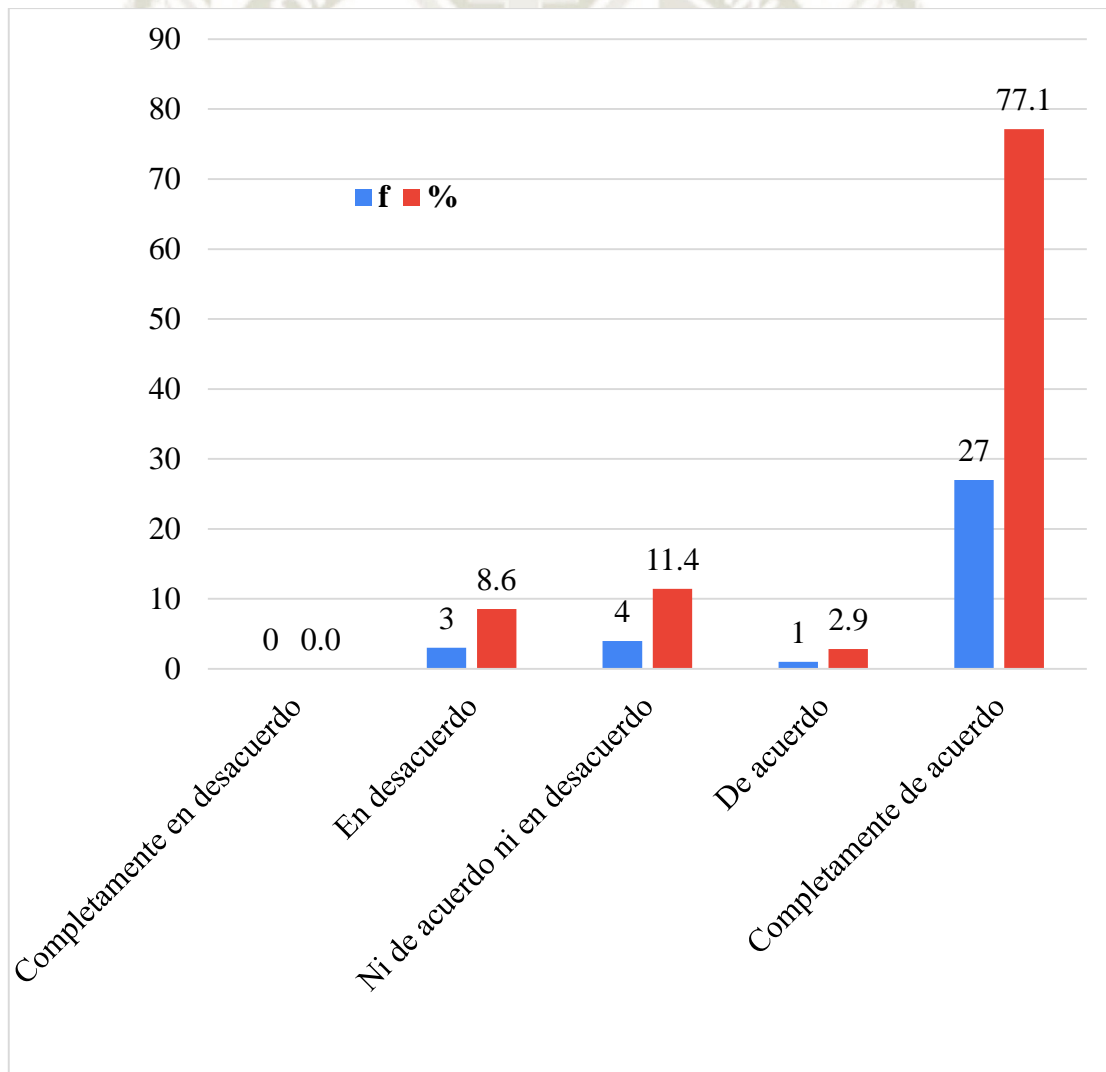
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante el enunciado: Puedo reconocer que soy víctima de violencia si mi pareja me amenaza porque hago algo que no le gusta, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 77.1% esta completamente de acuerdo que pueden reconocer que son víctimas de violencia si sus parejas les amenazan porque hacen algo que no les gusta, mientras que el 11.4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8.6% en desacuerdo y 2.9% están de acuerdo que pueden reconocer que son víctimas de violencia si sus parejas les amenazan porque hacen algo que no les gusta.

El presente enunciado hace referencia a la violencia psicológica, y se puede observar que un gran porcentaje de mujeres indica que es capaz de reconocer este tipo de violencia bajo la modalidad de amenaza; lo que resulta importante ya que la violencia psicológica es más complicada de identificar, pero también es uno de los tipos de violencia más generalizadas y normalizadas en nuestra región (MIMP, 2020).

GRÁFICO N° 18

Puedo reconocer que soy víctima de violencia si mi pareja me amenaza porque hago algo que no le gusta



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 19

No debo permitir que mi pareja me trate de manera injusta

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	4	11.4
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5.7
De acuerdo	11	31.4
Completamente de acuerdo	18	51.4
Total	35	100.0

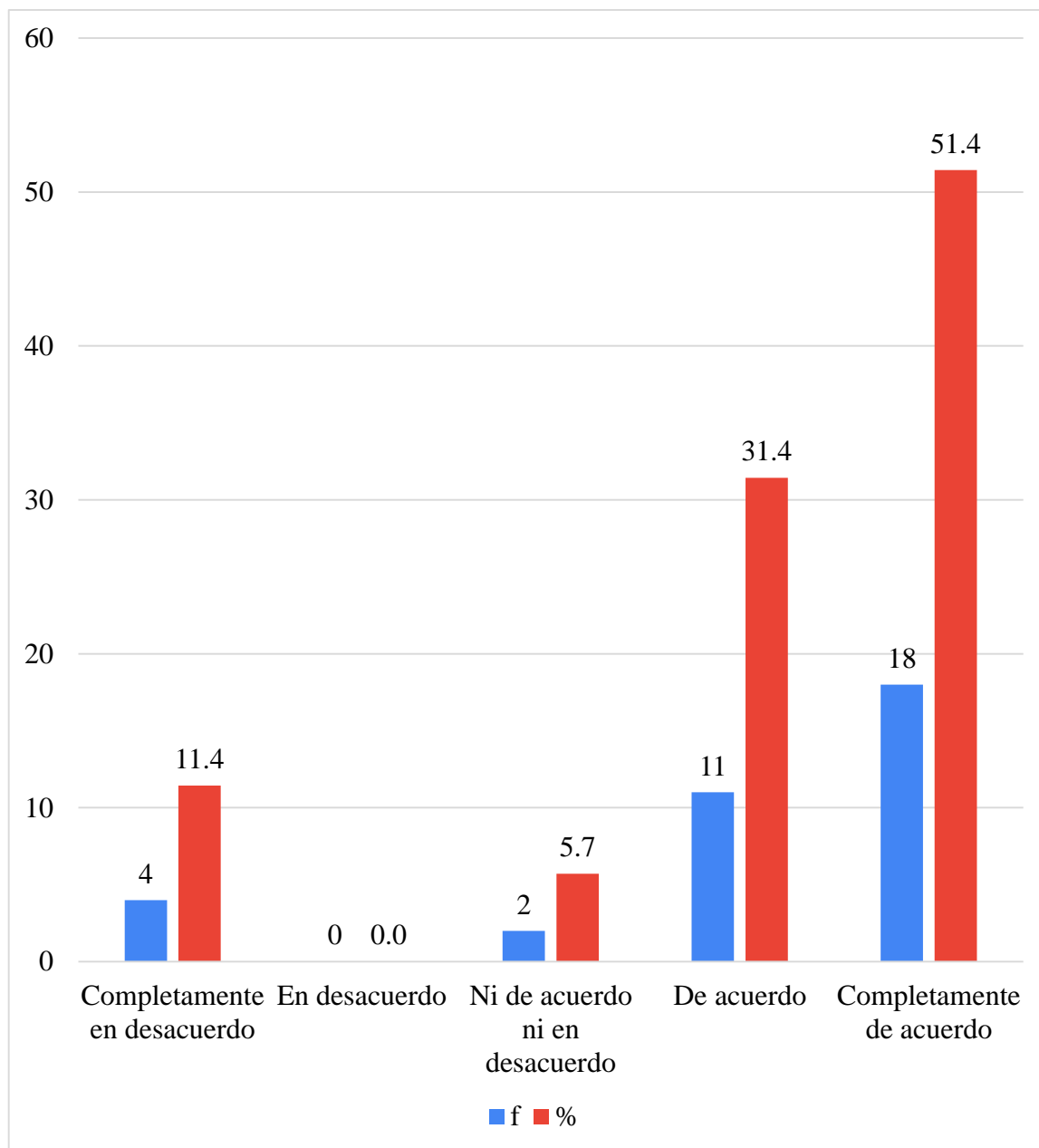
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante el enunciado: No debo permitir que mi pareja me trate de manera injusta, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 51.4% esta completamente de acuerdo que no deben permitir que sus parejas les traten de manera injusta, mientras que el 31.4% están de acuerdo, 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 11.4% completamente en desacuerdo que no deben permitir que sus parejas les traten de manera injusta.

El presente enunciado hace referencia al nivel de autoestima, un indicador importante para medir la violencia psicológica en las mujeres, en ese sentido, la mayoría de las encuestadas ha respondido que no permitirían ser tratadas de manera injusta, lo que muestra su intención de hacerse valer y respetar como personas.

GRÁFICO N° 19

No debo permitir que mi pareja me trate de manera injusta



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 20

**El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia
psicológica**

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	2	5.7
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5.7
De acuerdo	8	22.9
Completamente de acuerdo	23	65.7
Total	35	100.0

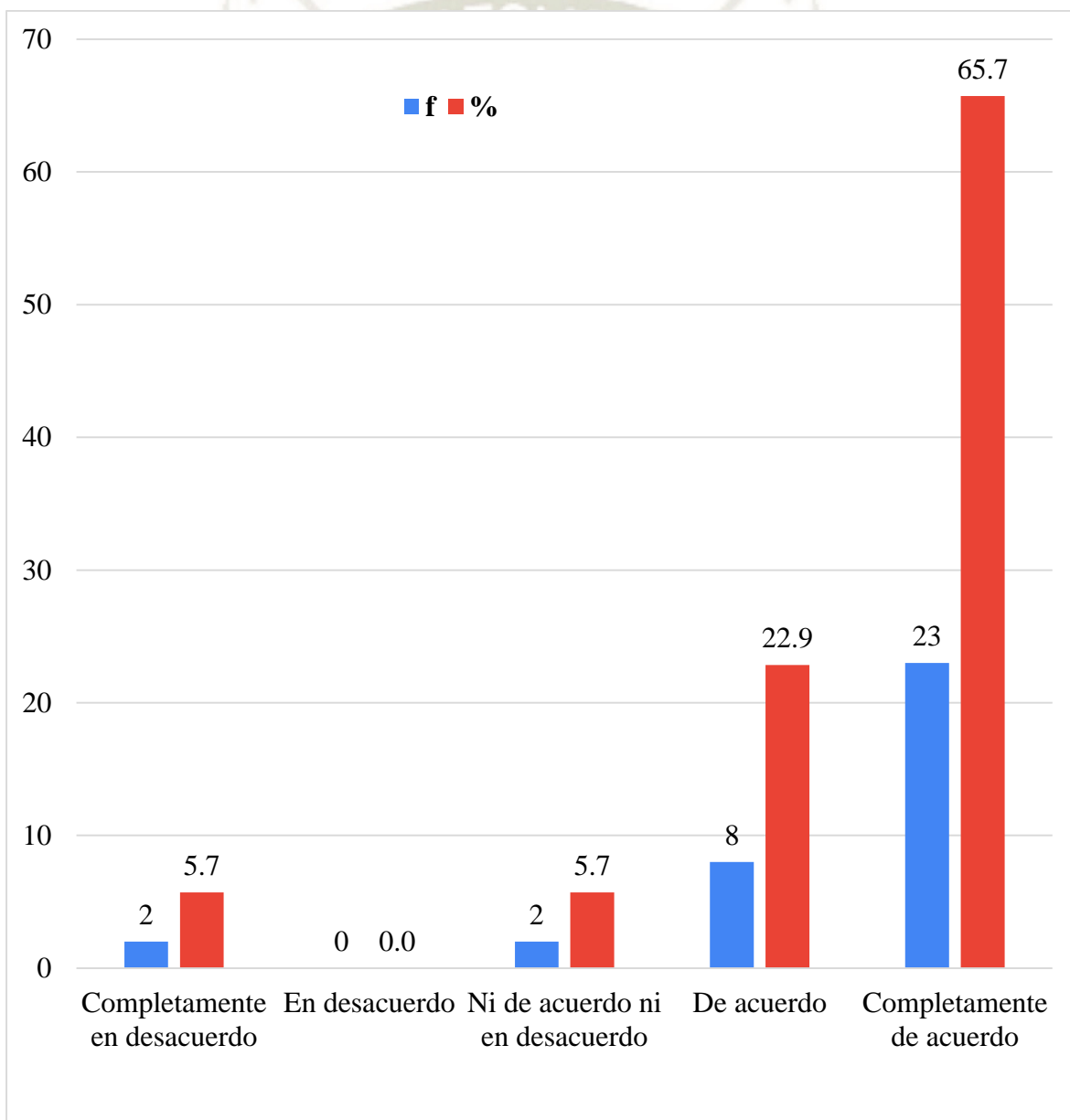
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante el enunciado: El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia psicológica, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 65.7% esta completamente de acuerdo que el Centro de emergencia mujer les ha enseñado a reconocer la violencia psicológica, mientras que el 22.9% están de acuerdo, 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 5.7 % completamente en desacuerdo que el Centro de emergencia mujer les enseñó a reconocer la violencia psicológica.

El presente enunciado es más específico en torno al papel que el CEM ha jugado para reconocer la violencia psicológica entre las encuestadas. Como se puede apreciar, la mayoría de ellas reconoce que el CEM les enseñó a identificar situaciones de violencia psicológica.

GRÁFICO N° 20

El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia psicológica



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 21

Si mi ex pareja no cumple con la pensión a mi hijo/a, ejerce violencia económica sobre nosotros

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	3	8.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	34.3
De acuerdo	1	2.9
Completamente de acuerdo	19	54.3
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

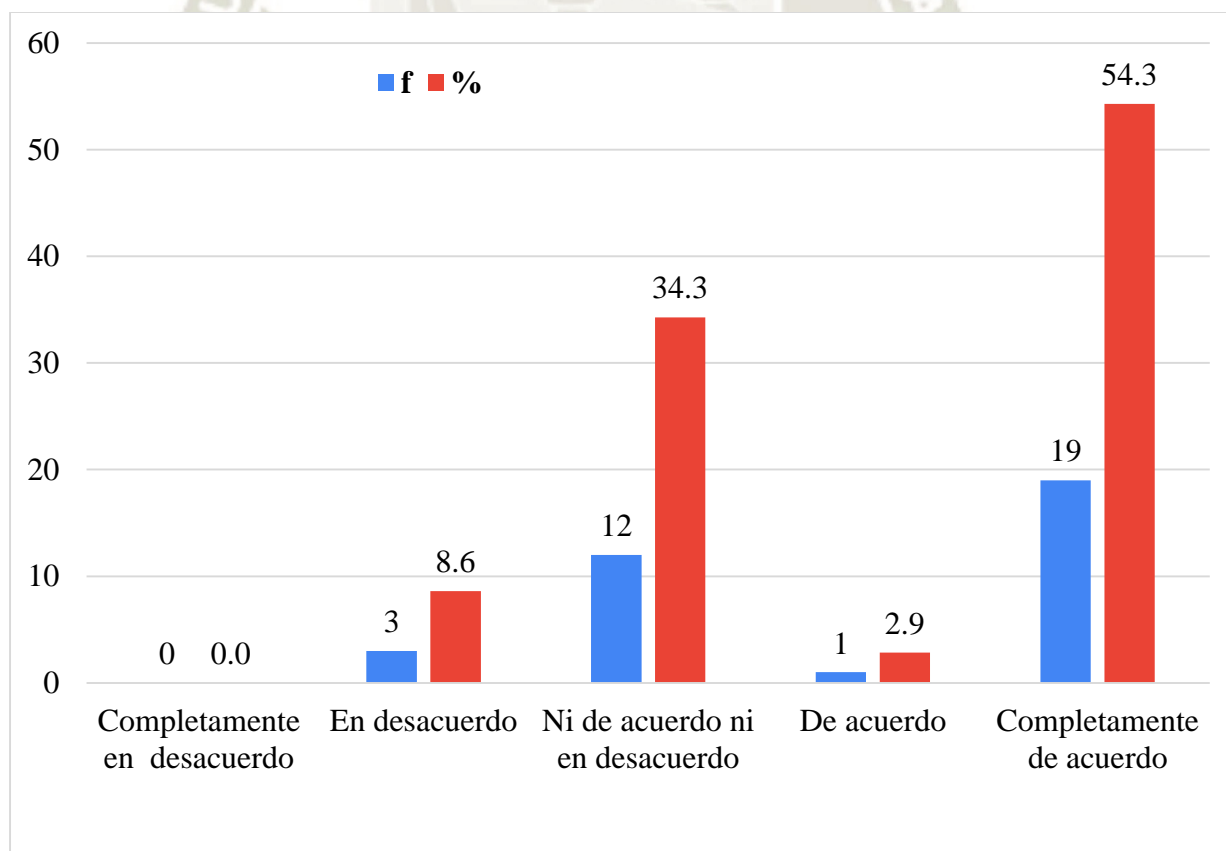
Ante el enunciado: Si mi ex pareja no cumple con la pensión a mi hijo/a, ejerce violencia económica sobre nosotros, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 54.3% esta completamente de acuerdo que si sus ex parejas no cumplen con la pensión de sus hijos/a, ejercen violencia económica sobre ellas, mientras que el 2.9% están de acuerdo, 34.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 8.6% en desacuerdo que si sus ex parejas no cumplen con la pensión de sus hijos/a, ejercen violencia económica sobre ellas.

En el presente enunciado, que hace referencia al reconocimiento de violencia económica, un poco más de la mitad de mujeres identifica que el incumplimiento de la pensión alimentaria a

sus hijos, supone una forma de violencia, puesto que los limita a satisfacer sus necesidades básicas. Por otro lado, se observa un número significativo de mujeres que no asume una postura al respecto, lo que podría significar que desconocen el concepto de violencia económica o no están seguras de que el incumplimiento de una pensión alimenticia es también una forma de violencia. Así mismo, es importante que el CEM haga incidencia en las estrategias que usa con este público, puesto que, la mayoría de las mujeres de la asociación son madres solteras y/o separadas, por lo que ellas necesitan recibir acompañamiento para reconocer si son o no víctimas de violencia económica.

GRÁFICO N° 21

Si mi ex pareja no cumple con la pensión a mi hijo/a, ejerce violencia económica sobre nosotros



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 22

La situación económica en mi hogar no debería generar violencia.

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	3	8.6
En desacuerdo	4	11.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	17.1
De acuerdo	4	11.4
Completamente de acuerdo	18	51.4
Total	35	100.0

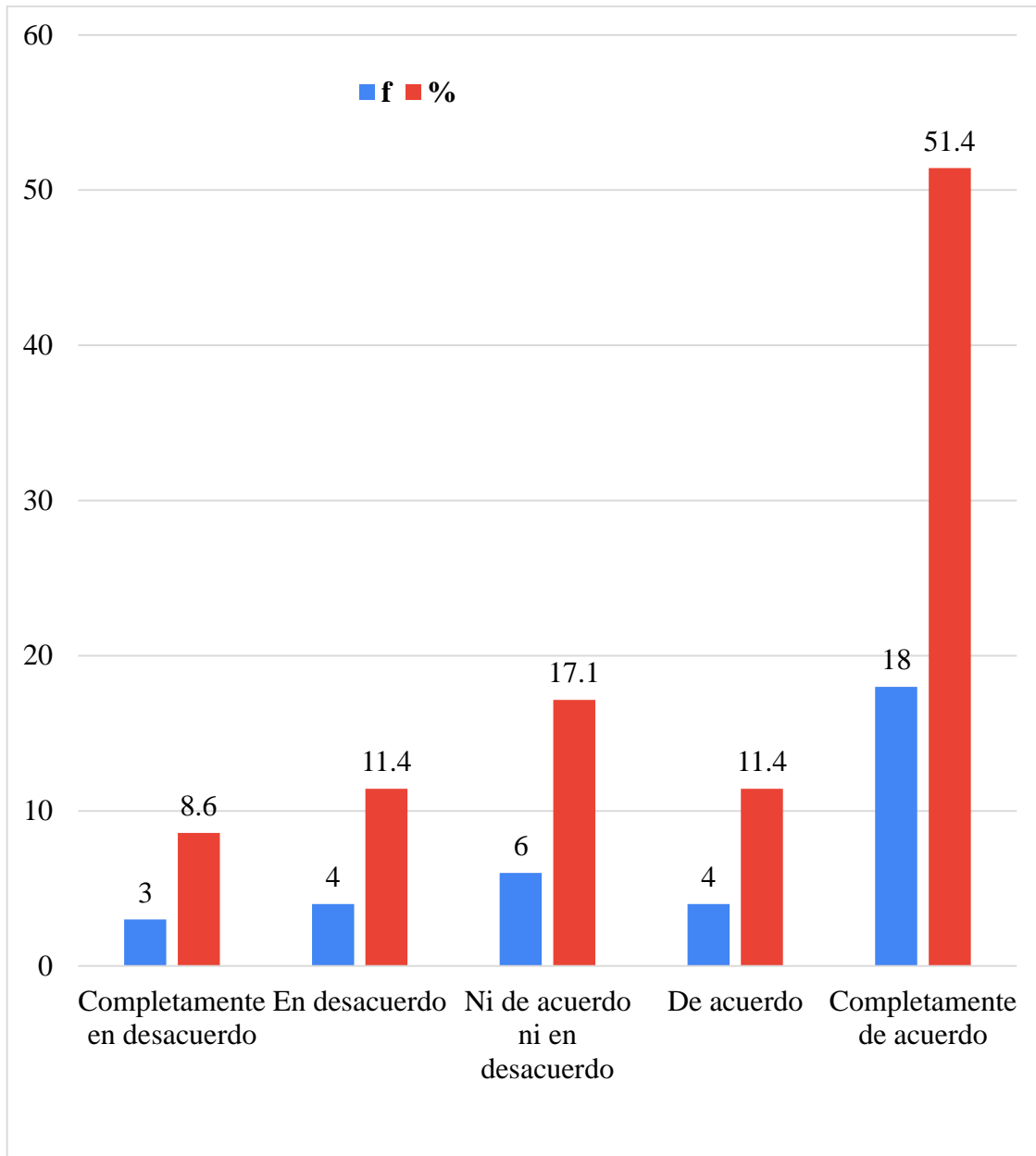
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante el enunciado: La situación económica en mi hogar no debería generar violencia, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 51.4% esta completamente de acuerdo que la situación económica en sus hogares no debería generar violencia, mientras que el 11.4% están de acuerdo, 17.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 11.4% en desacuerdo y 8.6% completamente en desacuerdo que la situación económica en sus hogares no debería generar violencia.

Se puede observar que, en el presente enunciado, la mayoría de mujeres identifican que la situación económica no es un motivo para que se genere violencia dentro de su hogar, lo que es muy importante para las mujeres no justifiquen situaciones de violencia intrafamiliar.

GRÁFICO N° 22

La situación económica en mi hogar no debería generar violencia



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 23

El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia económica

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	2	5.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5.7
De acuerdo	7	20.0
Completamente de acuerdo	23	65.7
Total	35	100.0

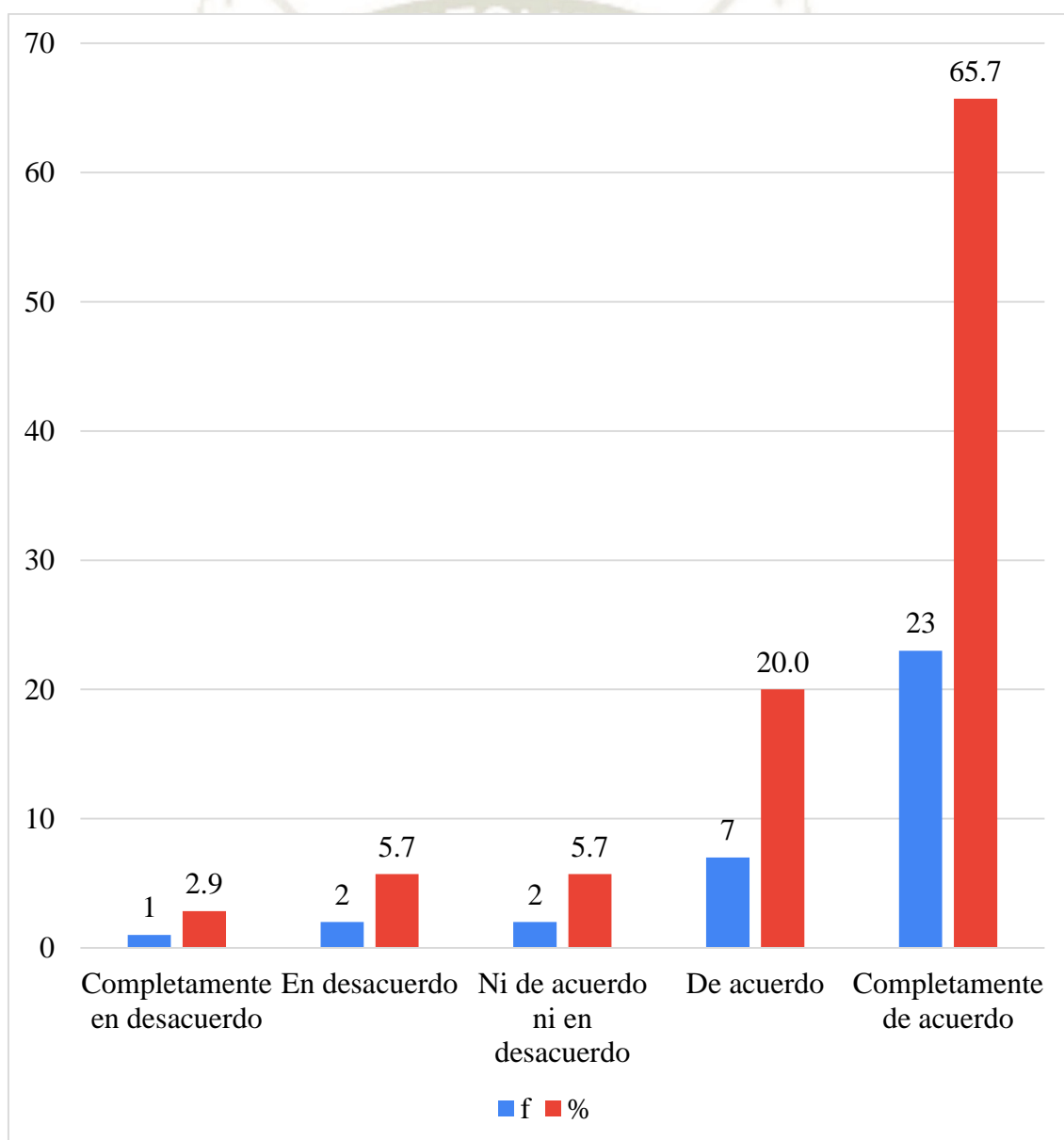
Fuente: Elaboración propia 2021

Ante el enunciado El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia económica, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 65.7% esta completamente de acuerdo que el Centro de emergencia mujer les ha enseñado a reconocer situaciones de violencia económica, mientras que el 20% están de acuerdo, 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y 2.9% completamente en desacuerdo que el Centro de emergencia mujer les enseñó a reconocer situaciones de violencia económica.

En el presente enunciado, la mayoría de encuestadas reconoce el papel que ha jugado el CEM para la identificación de situaciones de violencia económica, lo que permite inferir que el CEM ha aplicado adecuadamente sus estrategias comunicacionales con un fin educativo.

GRÁFICO N° 23

El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia económica



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 24

Si una mujer es maltratada por su marido o compañero debería alejarse y buscar ayuda

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	12	34.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2.9
De acuerdo	8	22.9
Completamente de acuerdo	14	40.0
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

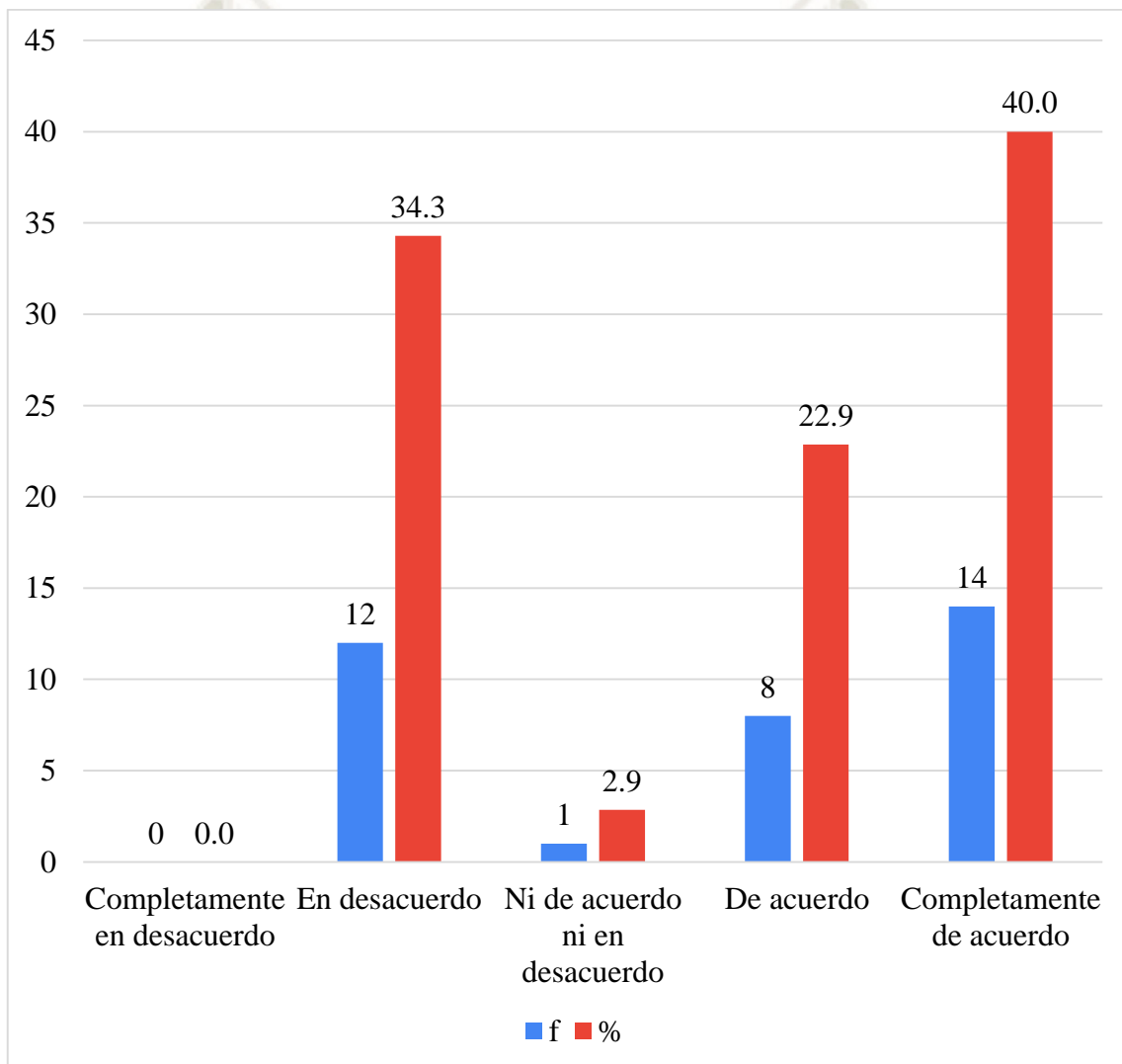
Ante el enunciado: Si una mujer es maltratada por su marido o compañero debería alejarse y buscar ayuda de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 40% esta completamente de acuerdo que si una mujer es maltratada por su marido o compañero debería alejarse y buscar ayuda, mientras que el 22.9% están de acuerdo, 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y 2.9% completamente en desacuerdo con el enunciado.

El presente enunciado hace referencia a los patrones socio-culturales existentes entre las entrevistadas, los cuales definen su reacción frente a situaciones de violencia de género; en este caso, un poco más de la mitad de mujeres asume que al ser maltratada necesita alejarse y pedir ayuda, sin embargo, existe otro número importante de mujeres que no está de acuerdo con esta

acción, lo que permite inferir que ellas tienen un patrón socio-cultural más marcado en relación a ser capaces de aguantar o tolerar más violencia intrafamiliar.

GRÁFICO N° 24

Si una mujer es maltratada por su marido o compañero debería alejarse y buscar ayuda



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 25

El CEM me enseñó que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	2	5.7
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	10	28.6
Completamente de acuerdo	23	65.7
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

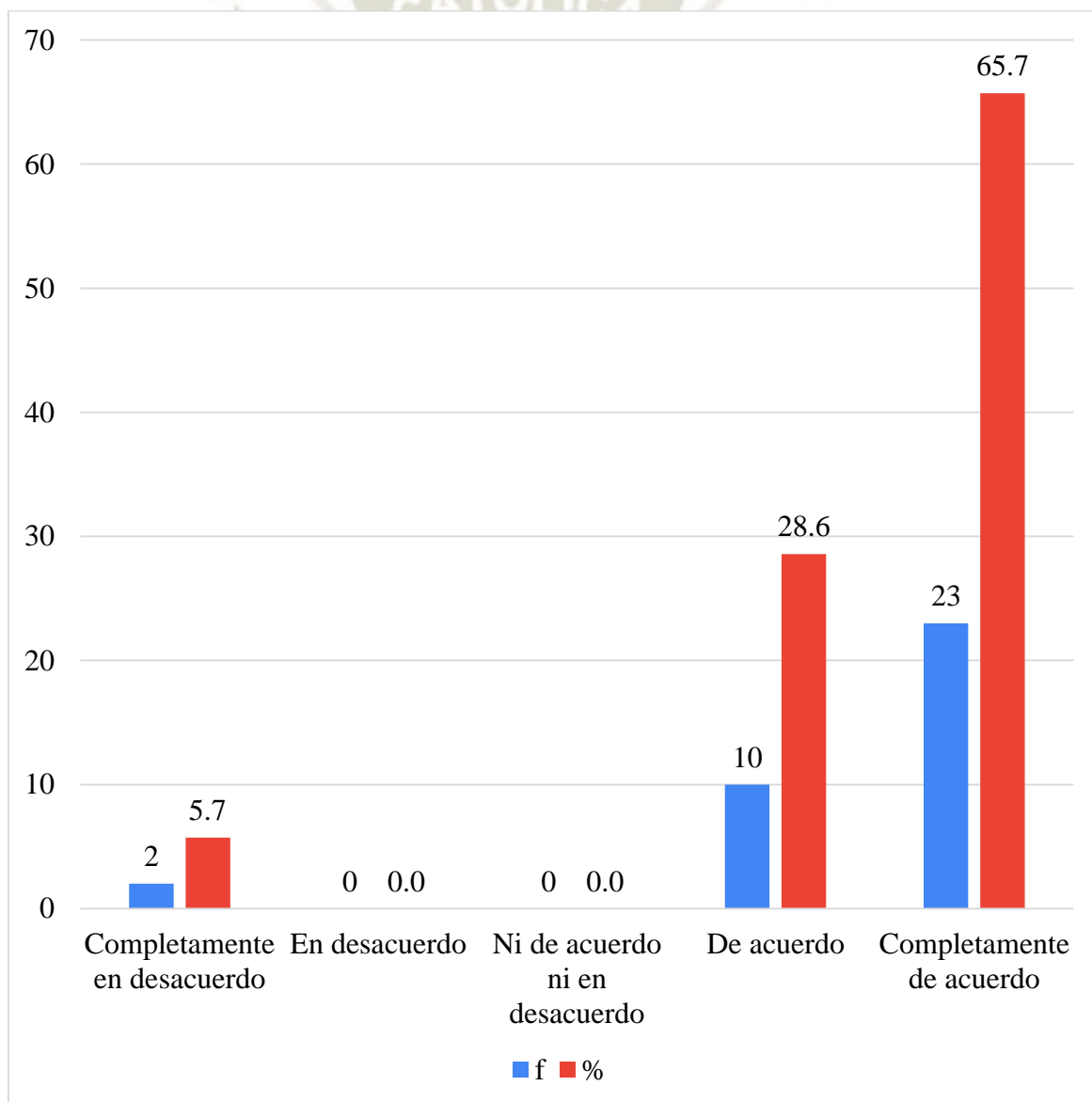
Ante el enunciado: El CEM me enseñó que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 65.7% esta completamente de acuerdo que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes, mientras que el 28.6% están de acuerdo y 5.7% completamente en desacuerdo que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes.

El presente enunciado hace referencia a los patrones establecidos culturalmente dentro del hogar, en este caso, la mayoría de mujeres refiere entender su rol tan igual de importante al de

un varón dentro de la familia, lo que permite inferir que a nivel comportamiento, ellas pueden hacerse notar para la toma de decisiones frente a sus parejas.

GRÁFICO N° 25

El CEM me enseñó que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 26

Pienso que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	11.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5.7
De acuerdo	12	34.3
Completamente de acuerdo	17	48.6
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

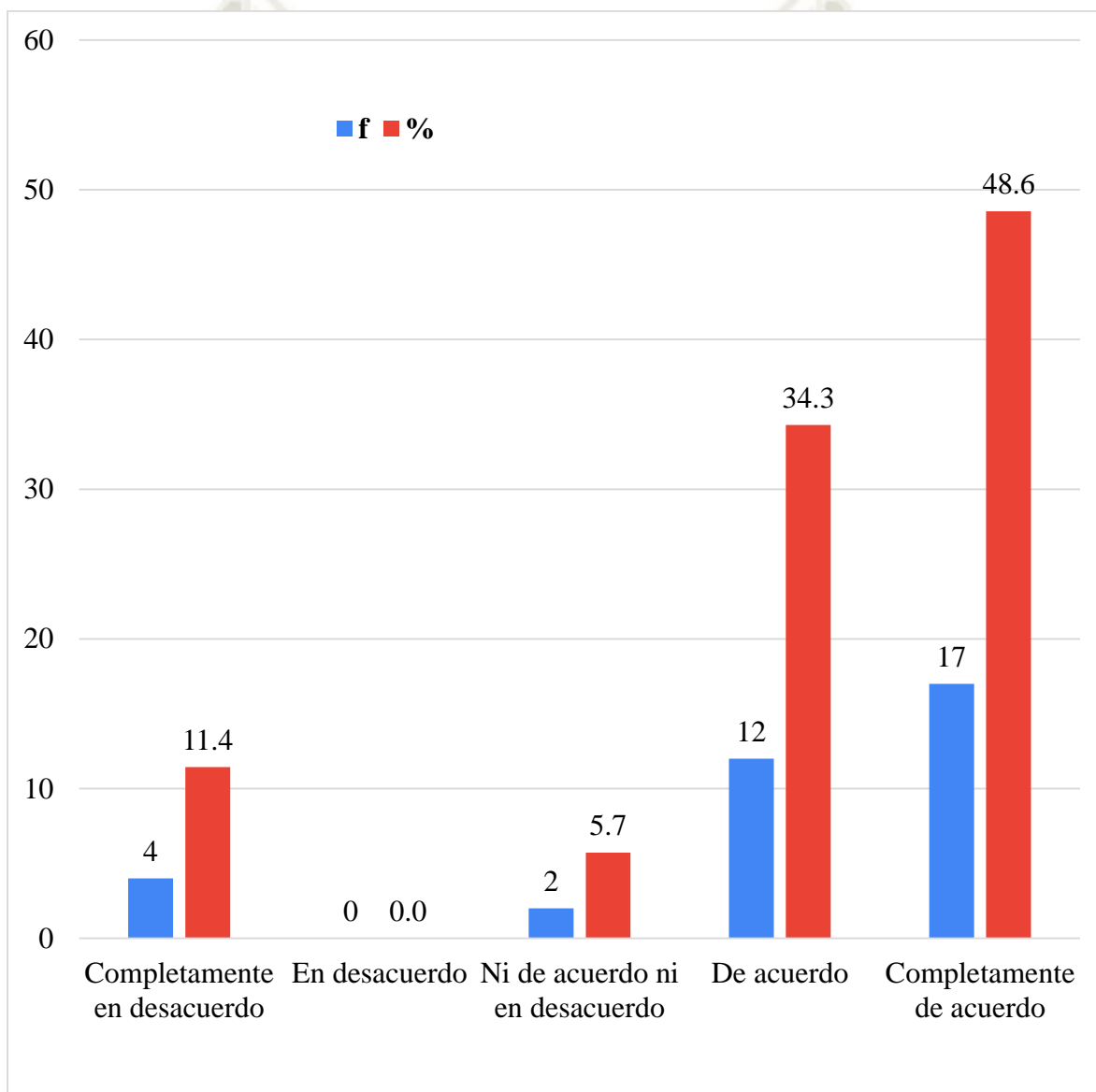
Ante el enunciado: Pienso que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 48.6% esta completamente de acuerdo que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia, mientras que el 34.3% están de acuerdo, 11.4% en desacuerdo y 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia.

El presente enunciado permite identificar otro patrón socio-cultural muy marcado en nuestra sociedad, relacionado al sustento del hogar; en ese sentido, los datos obtenidos revelan que la mayoría de mujeres reconoce su papel de sustento dentro de sus hogares, tan igual como el de

los padres de familia; reconociendo que ellas también pueden ser cabeza de hogar, como es el caso de la mayoría de madres solteras dentro de la asociación.

GRÁFICO N° 26

Pienso que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 27

Las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5.7
De acuerdo	6	17.1
Completamente de acuerdo	27	77.1
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

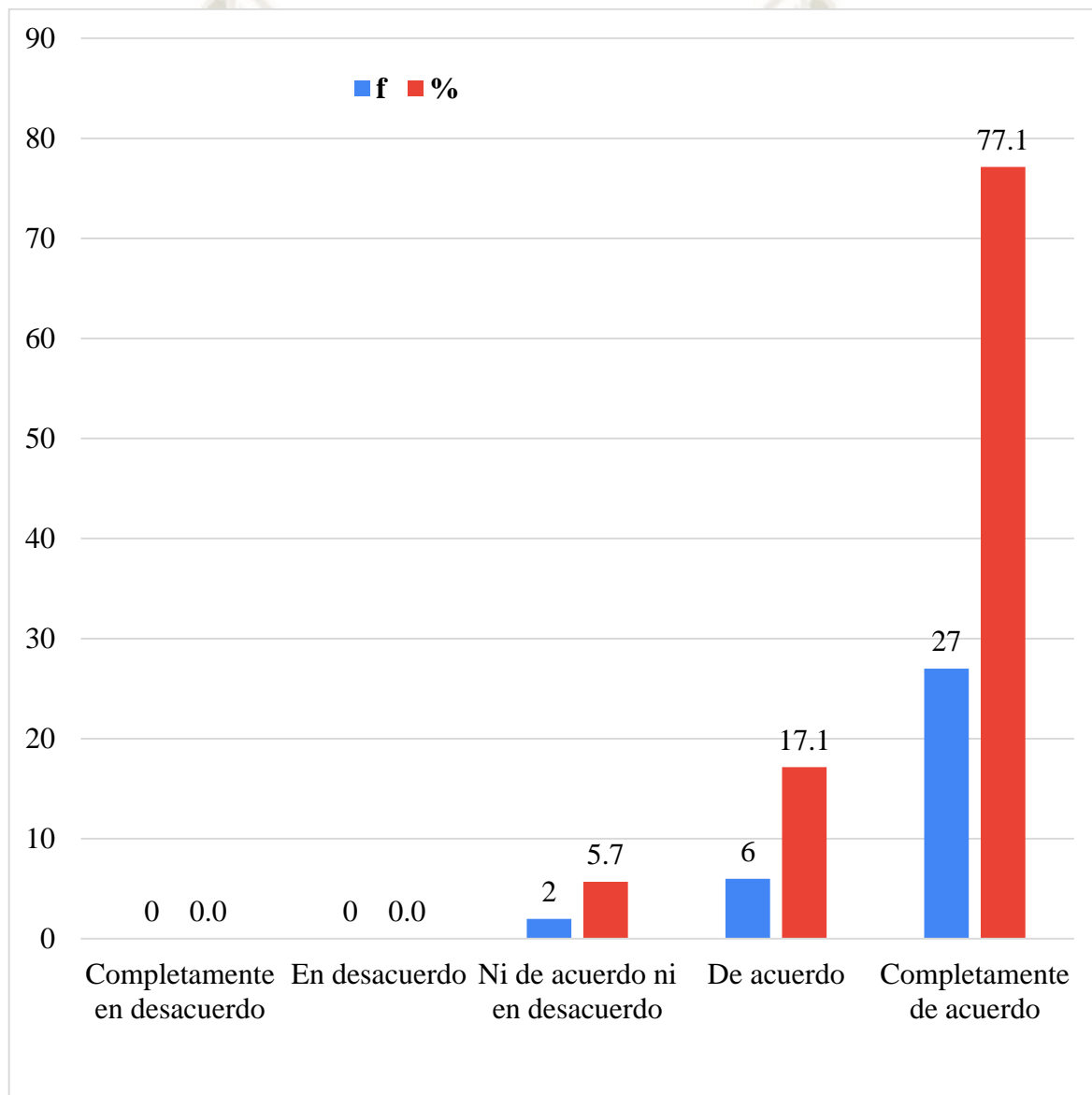
Ante el enunciado: Las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 77.1% esta completamente de acuerdo que las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo, mientras que el 17.1% están de acuerdo, y 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo que las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo.

Los datos obtenidos del presente enunciado, hacen referencia al rechazo de las mujeres a lo que culturalmente se conoce como la “naturaleza violenta del hombre”, en ese sentido, la mayoría de encuestadas reconoce que las mujeres no deben permitir ningún tipo de agresión,

por lo que se puede inferir que ha habido una sensibilización importante sobre lo que las mujeres deben tolerar a nivel social y/o de pareja.

GRÁFICO N° 27

Las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 28

Las mujeres debemos conocer nuestros derechos frente al maltrato o violencia

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	5	14.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	8.6
De acuerdo	6	17.1
Completamente de acuerdo	20	57.1
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

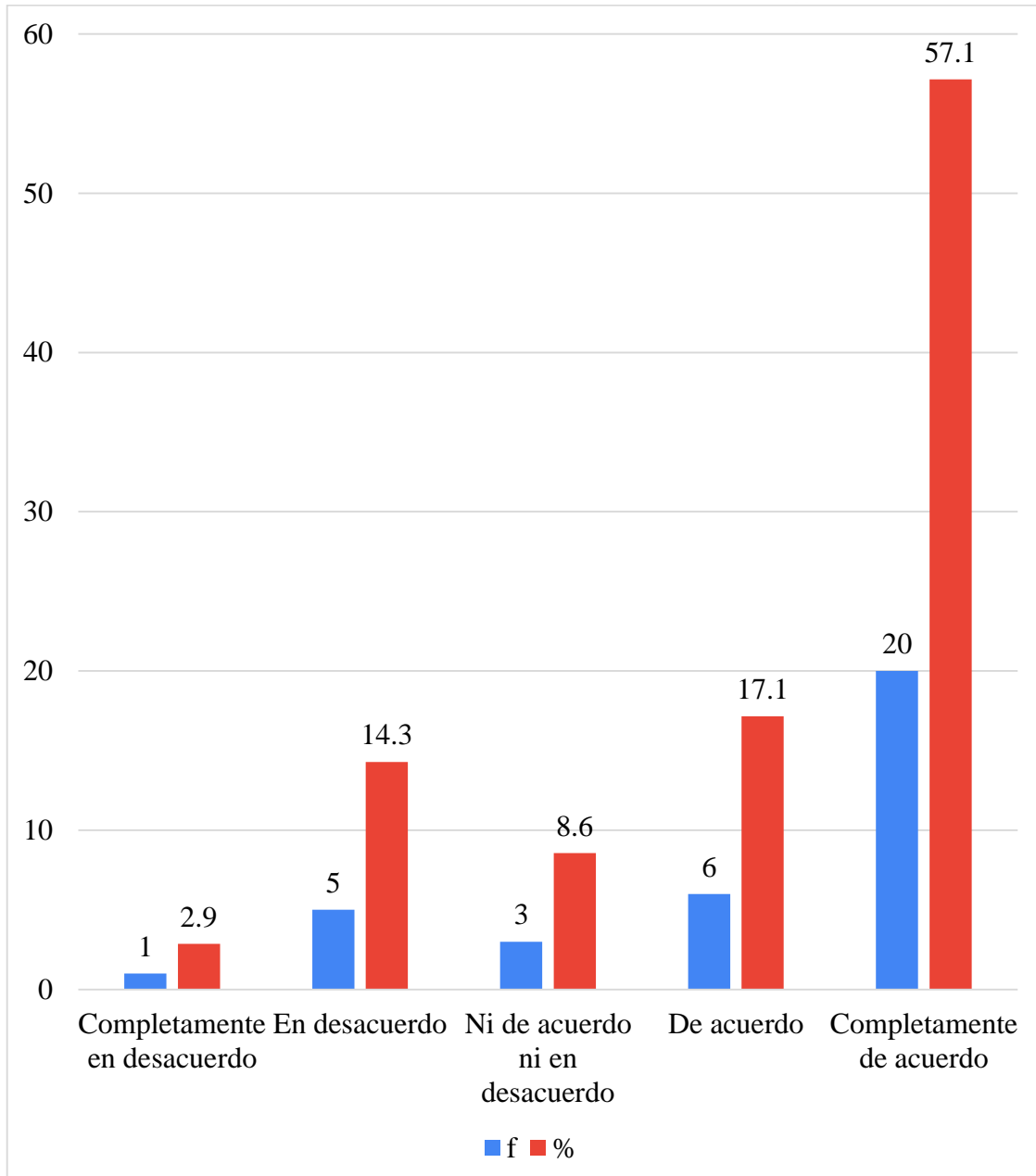
Ante el enunciado: Las mujeres debemos conocer nuestros derechos frente al maltrato o violencia, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 57.1% esta completamente de acuerdo que la mujer debe conocer sus derechos frente al maltrato o violencia, mientras que el 17.1% están de acuerdo, 2.9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 14.3% en desacuerdo y 2.9% completamente en desacuerdo que la mujer debe conocer sus derechos frente al maltrato o violencia.

Se puede evidenciar que un porcentaje importante de mujeres reconocen la importancia de conocer sus derechos frente a situaciones de violencia de género, sin embargo, también hay otro porcentaje importante de mujeres que consideran que no es necesario conocer estas leyes,

por lo que el CEM puede hacer incidencia en ello, ya que el desconocimiento es una causa importante para que las víctimas no denuncien casos de violencia de género.

GRÁFICO N° 28

Las mujeres debemos conocer nuestros derechos frente al maltrato o violencia



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 29

Creo que las mujeres maltratadas debemos organizarnos y denunciar a los esposos violentos

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5.7
De acuerdo	6	17.1
Completamente de acuerdo	26	74.3
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

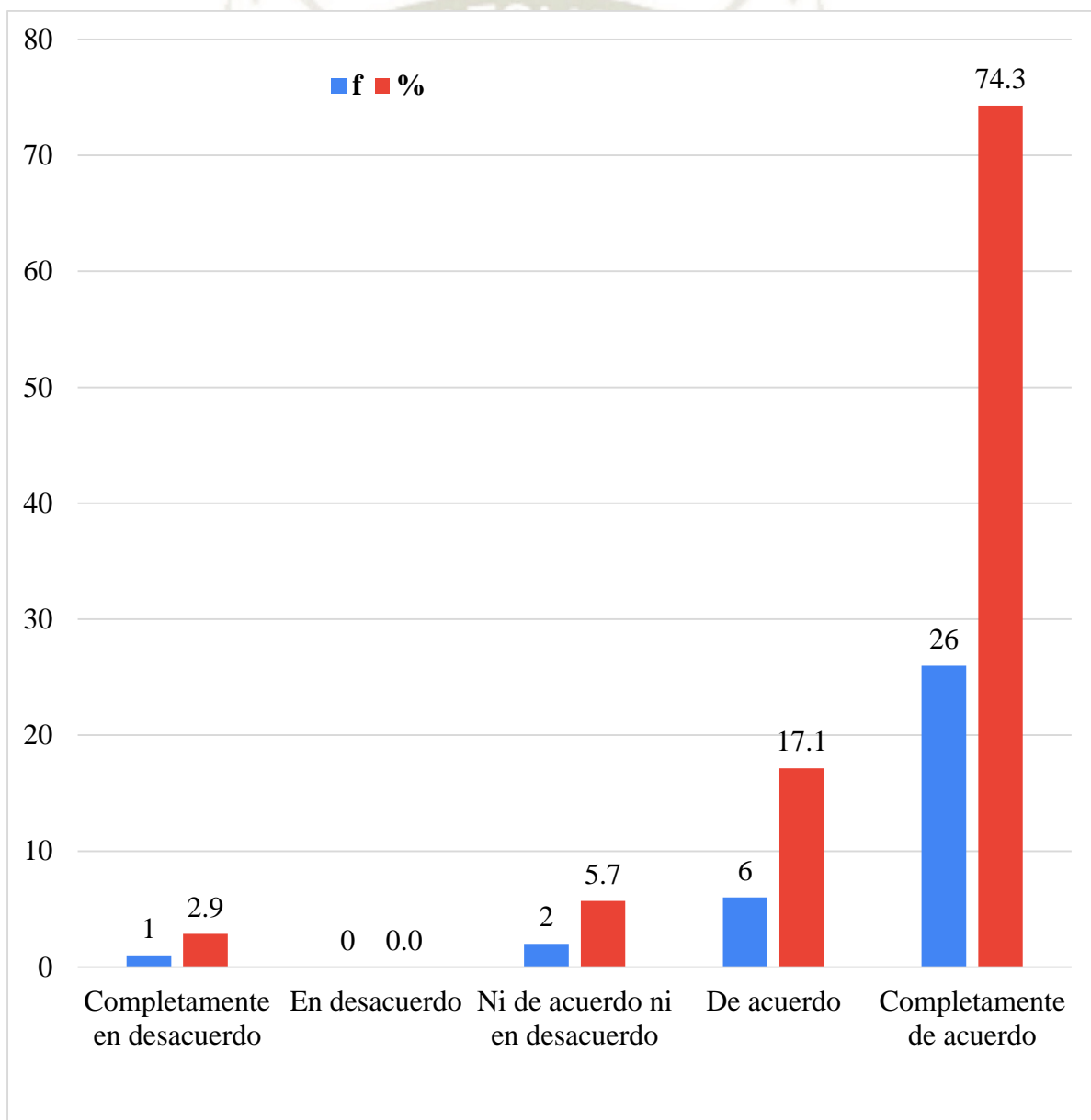
Ante el enunciado: Creo que las mujeres maltratadas debemos organizarnos y denunciar a los esposos violentos, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 74.3% esta completamente de acuerdo que las mujeres maltratadas deben organizarse y denunciar a los esposos violentos, mientras que el 17.1% están de acuerdo, 5.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 2.9% completamente en desacuerdo que las mujeres maltratadas deben organizarse y denunciar a los esposos violentos.

El presente enunciado hace referencia a la capacidad de tomar acción de manera colectiva, la data demuestra que un gran porcentaje de mujeres encuestadas considera importante la

organización colectiva ante situaciones de violencia. Esto permite inferir que, en algunos casos, las encuestadas necesitan tener un respaldo colectivo para enfrentar cualquier situación de violencia de género.

GRÁFICO N° 29

Creo que las mujeres maltratadas debemos organizarnos y denunciar a los esposos violentos



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 30

Es importante buscar a una pareja que me brinde cariño y respeto

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	8.6
De acuerdo	7	20.0
Completamente de acuerdo	24	68.6
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

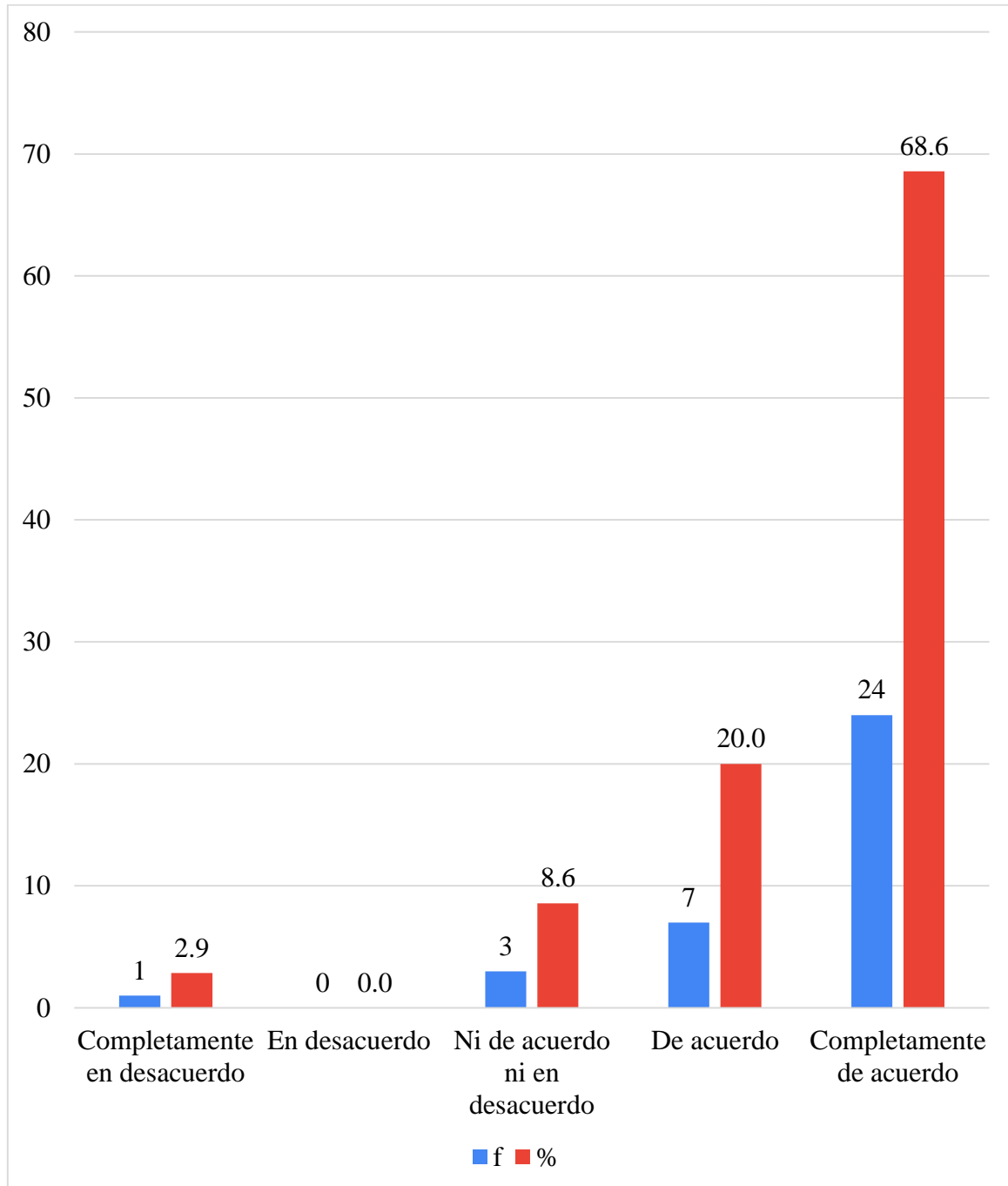
Ante el enunciado: Es importante buscar a una pareja que me brinde cariño y respeto, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 68.6% esta completamente de acuerdo que es importante buscar a una pareja que les brinde cariño y respeto, mientras que el 20% están de acuerdo, 8.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 2.9% completamente en desacuerdo que es importante buscar a una pareja que les brinde cariño y respeto.

Los datos obtenidos del presente enunciado, evidencian que, en su mayoría, las encuetadas consideran que es importante encontrar una pareja que les brinde cariño y respeto; lo que significa que al conocer las diversas situaciones de violencia a las que puedan verse

enfrentadas, ellas pueden buscar otro tipo de relaciones más sanas y fructíferas para su crecimiento personal.

GRÁFICO N° 30

Es importante buscar a una pareja que me brinde cariño y respeto



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 31

Soy capaz de reconocer cuando mi pareja me fuerza a tener relaciones sexuales

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	8.6
De acuerdo	9	25.7
Completamente de acuerdo	22	62.9
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

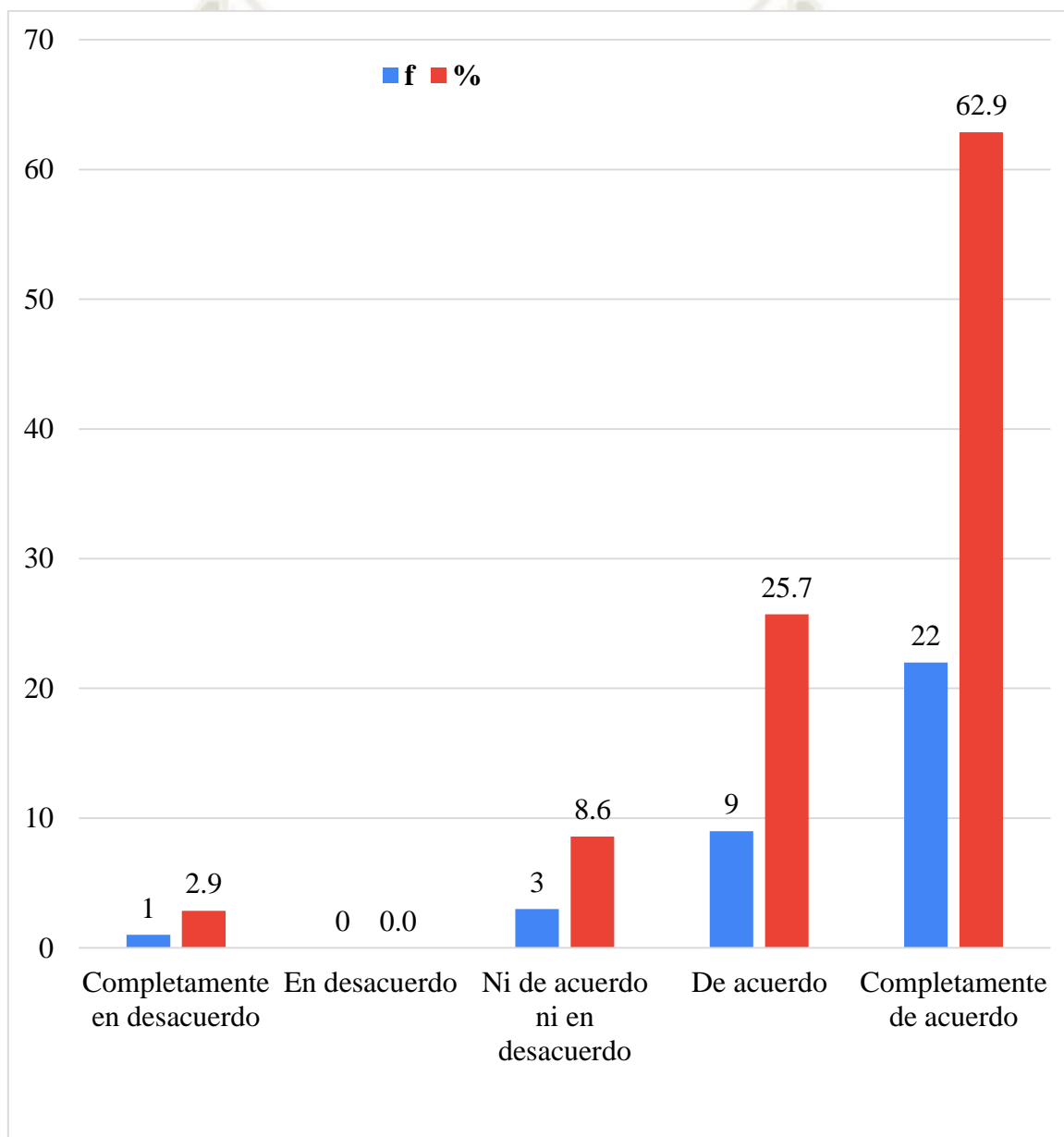
Ante el enunciado: Soy capaz de reconocer cuando mi pareja me fuerza a tener relaciones sexuales, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 62.9% esta completamente de acuerdo que son capaces de reconocer cuando sus parejas les fuerzan a tener relaciones sexuales, mientras que el 25.7% están de acuerdo y 2.9% completamente en desacuerdo que son capaces de reconocer cuando sus parejas les fuerzan a tener relaciones sexuales.

El presente enunciado hace referencia a la capacidad de reconocer situaciones de violencia sexual dentro de una relación de pareja. La mayoría de las encuestadas indica reconocer cuando las relaciones sexuales no son consentidas, de lo que se puede inferir que, al enfrentarse a

situaciones de éste tipo, ellas serían capaces de mostrar rechazo frente a un posible abuso sexual.

GRÁFICO N° 31

Soy capaz de reconocer cuando mi pareja me fuerza a tener relaciones sexuales



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 32

Si mi pareja me obliga a tener relaciones sexuales, mi decisión debe ser denunciarlo

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	3	8.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2.9
De acuerdo	10	28.6
Completamente de acuerdo	20	57.1
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

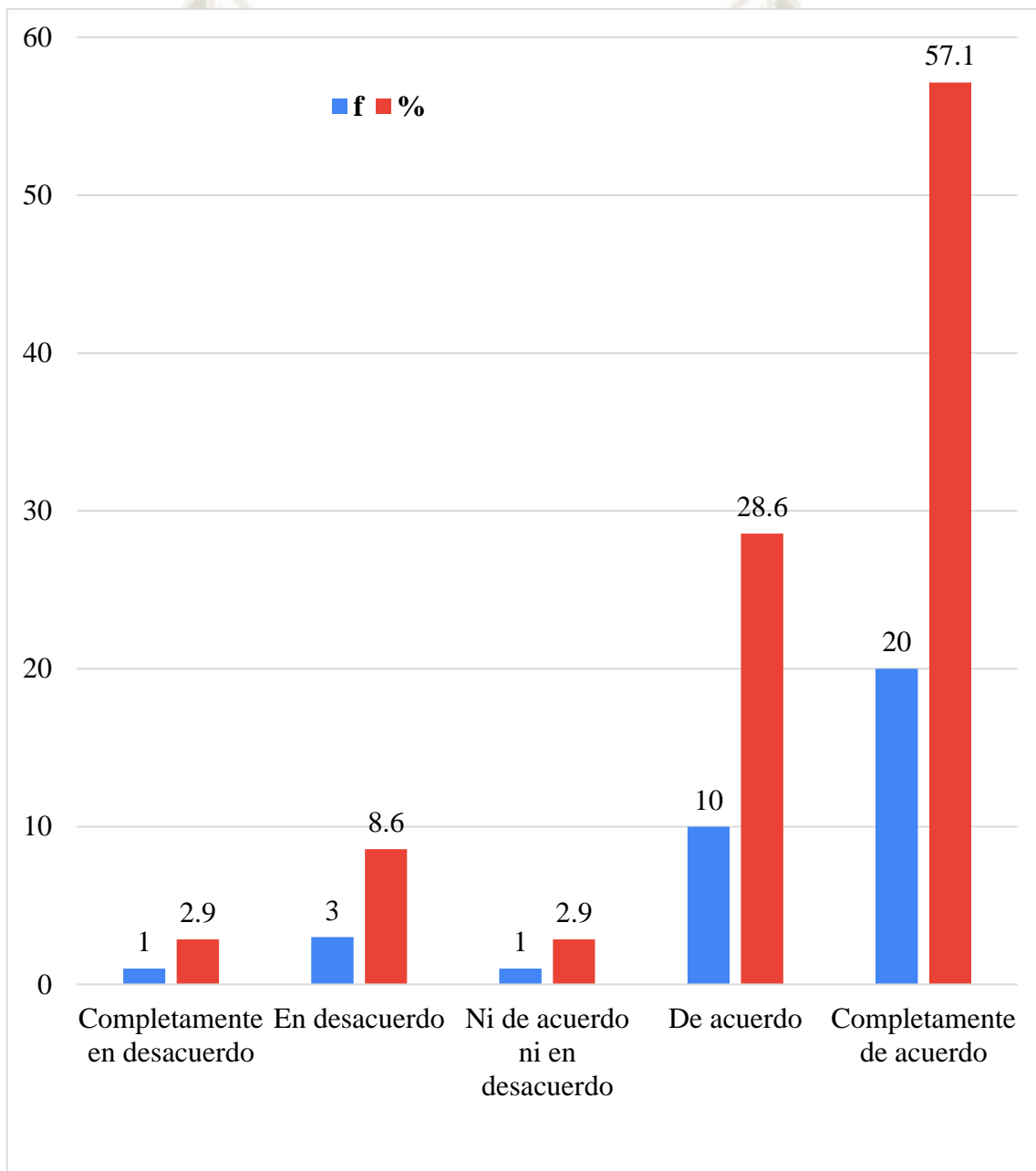
Ante el enunciado: Si mi pareja me obliga a tener relaciones sexuales, mi decisión debe ser denunciarlo, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 57.1% esta completamente de acuerdo que, si sus parejas les obligan a tener relaciones sexuales, su decisión debe ser denunciarlo, mientras que el 28.6% están de acuerdo, 2.9% completamente en desacuerdo y 8.6% en desacuerdo que, si sus parejas les obligan a tener relaciones sexuales, su decisión debe ser denunciarlo.

Los datos obtenidos del presente enunciado evidencian que un gran porcentaje de mujeres de la asociación no solo identifica que el consentimiento es importante al momento de tener

relaciones sexuales, sino que además de ello, pueden denunciar si se sienten obligadas a hacerlo, puesto que ello constituye un agravio a la libertad sexual.

GRÁFICO N° 32

Si mi pareja me obliga a tener relaciones sexuales, mi decisión debe ser denunciarlo



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 33

El Centro de Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia sexual

Alternativa	f	%
Completamente en desacuerdo	1	2.9
En desacuerdo	2	5.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	11.4
De acuerdo	6	17.1
Completamente de acuerdo	22	62.9
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

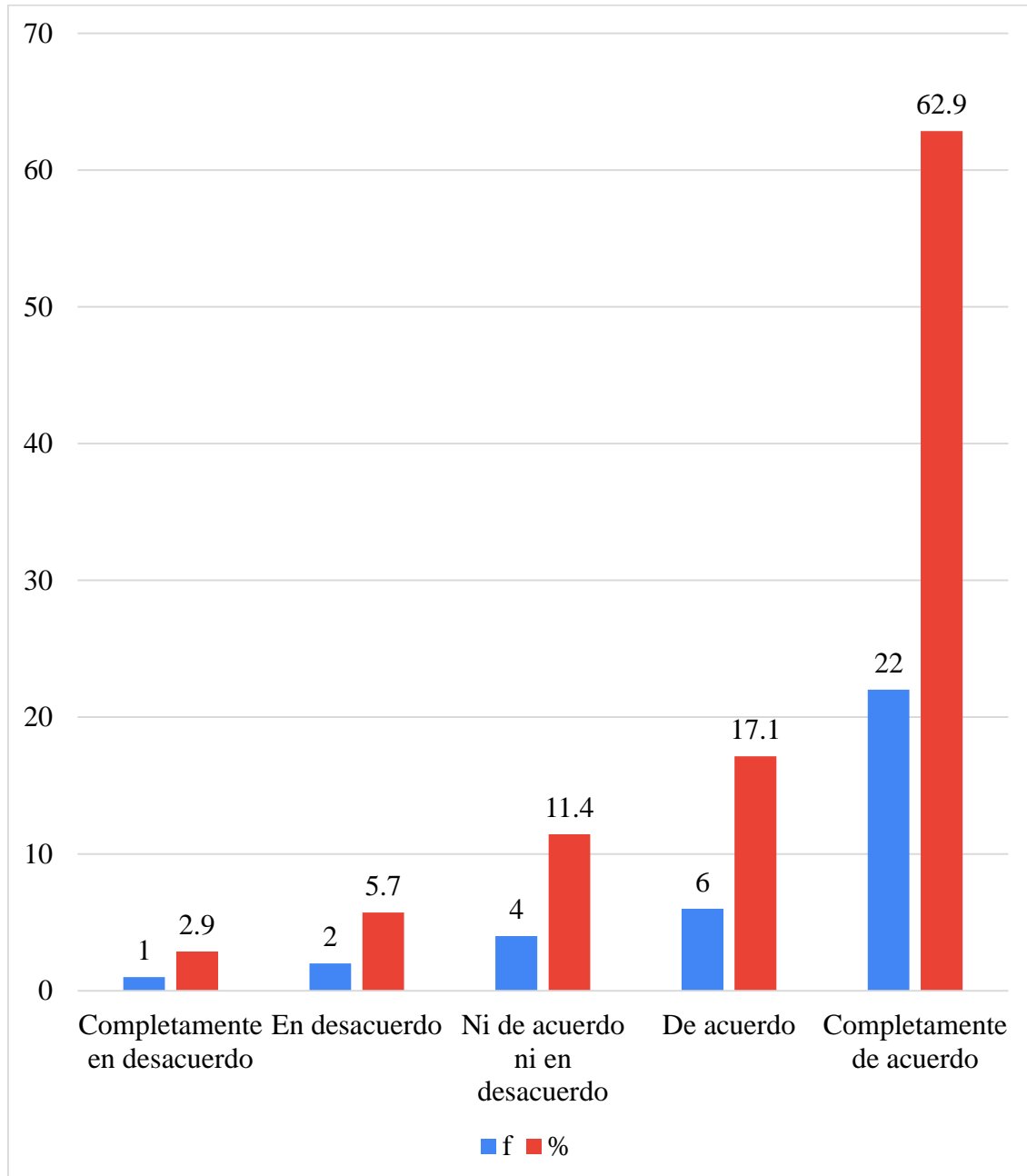
Ante el enunciado: El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia sexual, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 62.9% esta completamente de acuerdo que el Centro de emergencia mujer les ha enseñado a reconocer situaciones de violencia sexual, mientras que el 17.1% están de acuerdo, 2.9% completamente en desacuerdo y 5.7% en desacuerdo que el Centro de emergencia mujer enseñó a reconocer situaciones de violencia sexual.

El presente enunciado muestra que un gran porcentaje de encuestadas, reconocen el papel del CEM en la identificación de situaciones de violencia sexual, de ello se puede inferir que las

estrategias aplicadas por la institución, favorecieron su comprensión para la prevención y sanción de este tipo de violencia.

GRÁFICO N° 33

El Centro De Emergencia Mujer me enseñó a reconocer situaciones de violencia sexual



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 34

Nivel de Estrategias de comunicación para el desarrollo

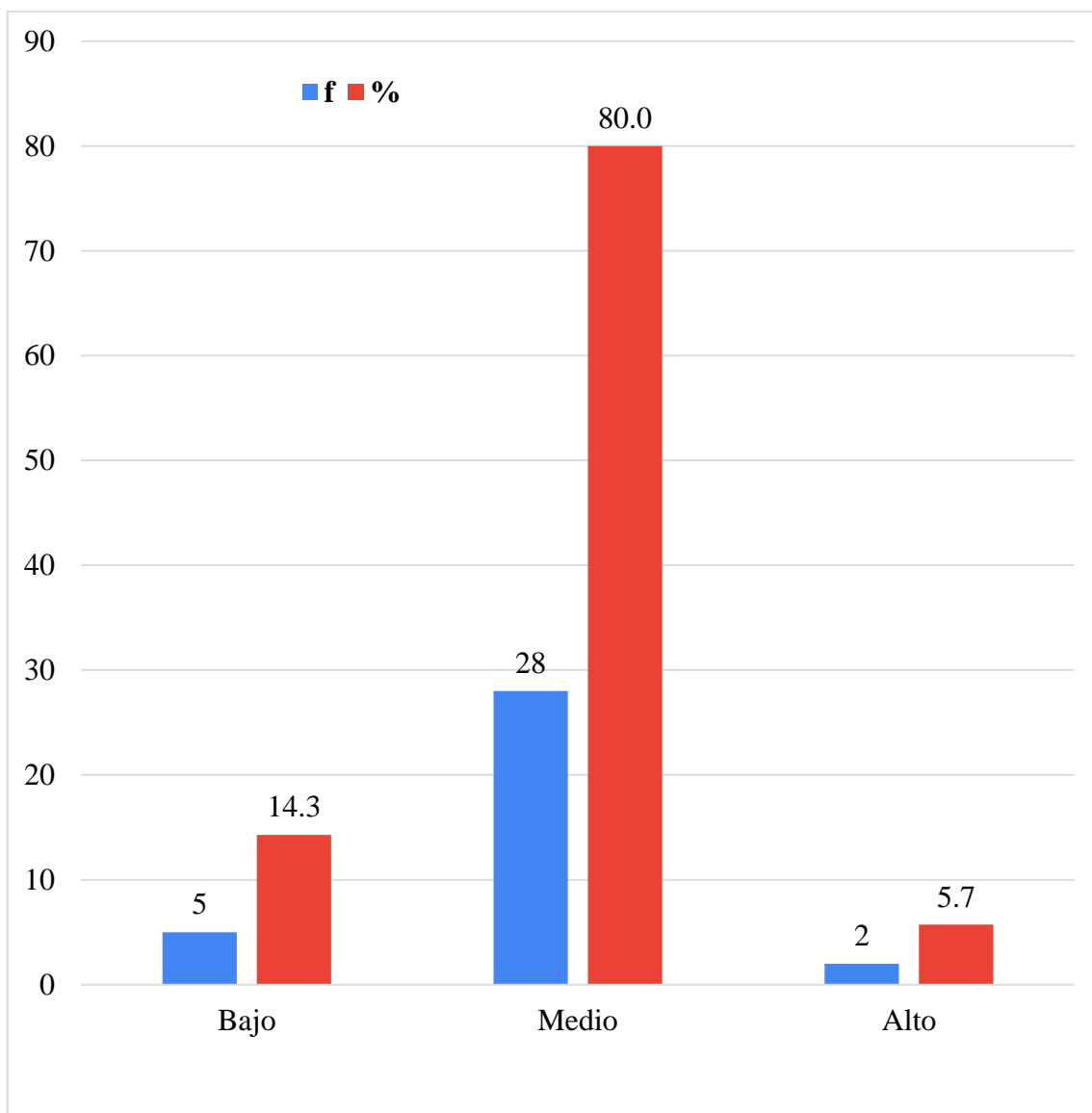
Alternativa	f	%
Bajo	5	14.3
Medio	28	80.0
Alto	2	5.7
Total	35	100.0

Fuente: Elaboración propia 2021

A lo referente al nivel de las estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el CEM, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 80% considera que el nivel de las estrategias de comunicación para el desarrollo son medios, 14.3% consideran que son bajos y 5.7% considera que las estrategias de comunicación para el desarrollo del Centro de Emergencia Mujer en la violencia de género, en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa son altos.

GRÁFICO N° 34

Nivel de Estrategias de comunicación para el desarrollo



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 35

Nivel de Violencia de género

Alternativa	f	%
Bajo	26	74.3
Medio	8	22.8
Alto	1	2.9
Total	35	100.0

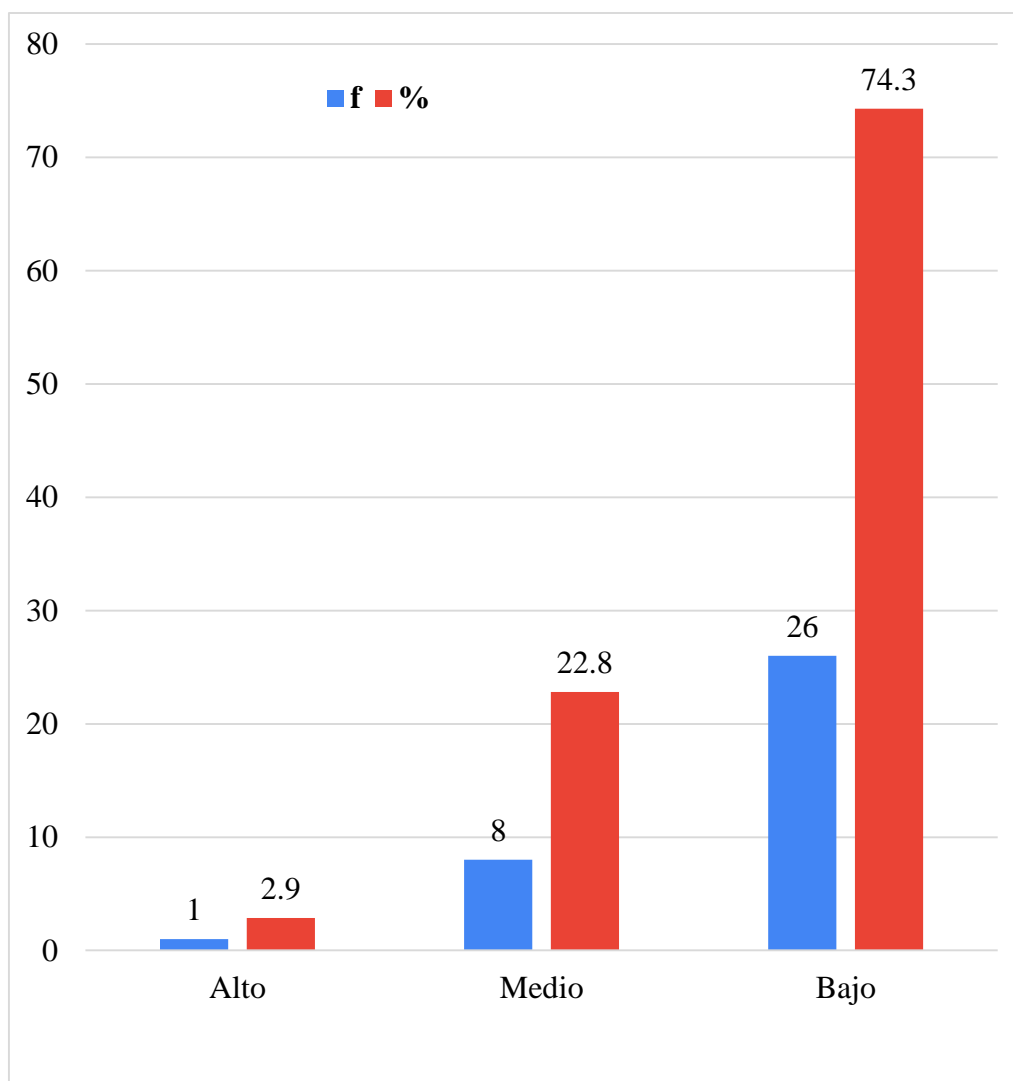
Fuente: Elaboración propia 2021

A lo referente al nivel de violencia de género, de un total de 35 encuestadas de la Asociación AVEQUIMAKICC, Arequipa, el 74.3% consideran que existe un nivel bajo de violencia de género, mientras el 22,8% un nivel medio y así mismo 2,9% un nivel alto de violencia de genero.

La presente tabla muestra los resultados obtenido a partir de la sistematización de las respuestas obtenidas por las mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC, la cual evidencia que de forma mayoritaria el 74.6% de respuestas muestran que el nivel de violencia de género entre mujeres de la mencionada asociación es bajo.

GRÁFICO N° 35

Nivel de Violencia de género



Fuente: Elaboración propia 2021

TABLA N° 36

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE PEARSON

		Estrategias de comunicación para el desarrollo	Nivel de Violencia de género
Estrategias de comunicación para el desarrollo	Correlación de Pearson	1	-,603**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	35	35
Nivel de Violencia de género	Correlación de Pearson	-,603**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	35	35

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia 2021

En esta se presentan los resultados del análisis de correlación entre la variable independiente: estrategias de comunicación para el desarrollo, y la variable dependiente nivel de Violencia de género. El coeficiente de correlación alcanza un valor de $-0,603^{**}$ significativo $p(0.000) < \alpha(0.05)$, que implica que existe una relación inversa significativa entre ambas variables, lo que significa que mientras mayores estrategias de comunicación para el desarrollo, menor serán los niveles de violencia de género.

CONCLUSIONES

PRIMERA. En relación al objetivo general planteado en la investigación, y luego de aplicar el coeficiente de Pearson, alcanzando un valor de $-0,603^{**}$ significativo $p(0.000) < \alpha(0.05)$, que implica que existe una relación inversa significativa entre ambas variables, se concluye que las estrategias de comunicación para el desarrollo empleadas por el CEM tienen una relación importante con el bajo nivel de violencia de género entre mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

SEGUNDA. Según los resultados obtenidos, se concluye que las estrategias comunicacionales más efectivas aplicadas por el CEM en la Asociación AVEQUIMAKICC, fueron las estrategias de mass media con medios como la radio; la estrategia de medios alternativos con medios como la página web del Ministerio de la mujer y las estrategias de comunicación directa con los talleres, charlas e intervenciones públicas. Así también, es importante que estas estrategias sean claras y sencillas de comprender, y que, en el desarrollo de las mismas, se procure la participación activa de las mujeres involucradas.

TERCERA. Se logró determinar que, si bien las estrategias tuvieron un nivel medio de valoración entre la asociación, éstas lograron avances significativos en el bajo nivel de violencia de género, ya que éste fue bajo en las percepciones socio-culturales, el nivel de reconocimiento de los diversos tipos de violencia y las actitudes de las mujeres frente a la violencia de género.

CUARTA. Los resultados obtenidos evidencian que, si bien las estrategias de comunicación para el desarrollo han logrado efectos importantes en un grupo de mujeres pertenecientes a la asociación, existe otro grupo de mujeres que todavía necesitan mayor atención por parte del CEM, para lo cual la institución necesita generar estrategias que se adecúen a las necesidades educativas, de acceso a medios de comunicación y cambio de comportamiento.

SUGERENCIAS

PRIMERA. Al Centro de Emergencia Mujer, al Programa AURORA y al Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables, para que desde el área de Comunicaciones se implementen estrategias que respondan a los distintos contextos en los que se desenvuelven las potenciales y reales víctimas de violencia de género, así como el diseño de estrategias más participativas con el objetivo de lograr el empoderamiento femenino a nivel comunitario. Así mismo, se recomienda continuar trabajando con líderes de base y asociaciones conformadas por mujeres, puesto que en ese trabajo personalizado es donde incide la educación frente a situaciones de violencia de género.

SEGUNDA. A los Gobiernos locales, para que, a través de sus Subgerencias de desarrollo social y económico, sumen esfuerzos para generar programas o sumarse a proyectos que eduquen también a los varones, quienes deben comprender el papel que tienen en la lucha contra la violencia de género; de manera que los esfuerzos sean cada vez más efectivos y podamos ganar más terreno en la erradicación de la violencia.

TERCERA. A los Centros de Emergencia Mujer ubicados en cada distrito de nuestro país, para que, además de implementar los lineamientos emitidos por el Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables, aporten en la aplicación de sus estrategias el componente interaccional, pensando siempre en las necesidades de las mujeres a quienes atienden y siendo un espacio de encuentro y confianza, para potenciar su credibilidad en nuestra sociedad.

REFERENCIAS

- Alvites, Lucía (2011). Ruptura de roles tradicionales y discursos sobre el género y la migración en las mujeres peruanas activistas en la campaña electoral peruana. Tesis de Maestría en Estudios de Género y Cultura. Santiago de Chile: Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113729/Alvites%20Lucia.pdf;sequence=1>
- Almaro, R. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. Única edición. Correspondencias y análisis. Lima, Perú. de <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/175/153>
- Almeras, D. (2012). Si no se cuenta, no cuenta. Única edición. CEPAL. Santiago de Chile. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27859/S2012012_es.pdf?sequence=1
- Arellano, E. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. Segunda edición. Razón y palabra. Monterrey, México. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520741037.pdf>
- Álvarez, L. (2018). “Creencias que perpetúan la violencia, perdón a la pareja y actitud hacia la violencia conyugal según características sociodemográficas en mujeres de 18 a 45 años de los distritos de Sachaca, Tiabaya, Cerro Colorado y Yura”. (Tesis de Doctorado). <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9122/PSDalsalr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Botelho, F. (2008) La fenomenología de Maurice Merleau-Ponty y la investigación en comunicación. Única edición. Signo y pensamiento. Volúmen XXVII. Bogotá, Colombia. de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005205.pdf>
- Brönstrup, Celsi; Godoi, Elena; Ribeiro, Anely (2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Signo y Pensamiento, vol. XXVI, núm. 51. Bogotá, Colombia. https://www.researchgate.net/publication/28296803_Comunicacion_lenguaje_y_comunicacion_organizacional
- Canale, M. (1995). De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje. Primera edición. Edelsa. Madrid, España. de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=574838>

- Castro, L. Chávarro, D. & Rivera, H. (2007) Estrategia y conocimiento en la gestión organizacional. Única edición. Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia. de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187217485003.pdf>
- Castro, C. (2017). Intervención y mediación social. Definición y contextos profesionales. Revista Aldaba, 51 – 63. <https://atheneadigital.net/article/download/2055/2055-pdf-es>
- Cerezo, M. (1994) Teorías sobre el medio televisivo y educación: un discurso de la televisión. Única edición. Grupo Imago, Granada. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2929164.pdf>
- Cho, M., Furey, L., & Mohr, T. (2016). Comunicación corporativa y responsabilidad social en redes sociales. <http://doi.org/10.1177/2329490616663708>
- Contreras, E. (2013) El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Primera edición. Pensamiento y gestión. Barranquilla, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Cuervo, E. (2016). Exploración del concepto de violencia y sus implicaciones. Única edición. Formaph. Universidad de Valencia. España.
- Blanco, M. Ganduglia, F. Rodríguez, D. (2018) Formulación, Ejecución Y Evaluación De La Estrategia. Segunda edición. Instituto Interamericano de Cooperación. San José, Costa Rica. <http://repositorio.ica.int/bitstream/handle/11324/7044/BVE18040204e.pdf?sequence=1>
- Bruno Daniela. (2011). Diagnóstico y comunicación: diagnóstico y poder. Única edición. Portal de la Facultad de Periodismo y Comunicación social. La Plata, Argentina. <https://url2.cl/ZFWAv>
- Campo, M. “Motores de la transformación del mapa de la comunicación: la revolución interactiva”. En Alberich, P., y Roig, A. (Coords.), Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC.
- Canale, M. (1995). De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje. Edelsa. P. 63-81. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=574838>
- Chamorro, M. (2016). Seminario, ciencia y método científico. Única edición. Universidad de Córdoba. Colombia. <https://cocatiz.files.wordpress.com/2010/07/libro-de-texto-para-seminario.pdf>
- Contreras, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Única edición. Pensamiento y gestión. Brranquilla, Colombia.

- Contreras, B. Gonzáles, J. (2016) Nivel De Impacto De La Campaña Social “Ni Una Menos” En Los Aspectos Cognitivos Y Actitudinales De La Población Femenina Del Sector Central Del Distrito La Esperanza - Trujillo 2016. (Tesis de Pregrado) https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2507/1/RE_COMU_BAN
- Crystal (2012). Lenguaje e Internet. Única edición. Cambridge University. Madrid. de <https://dialnet.unirioja.es/camblenHYtb>
- Defensoría Del Pueblo (2009). Centros Emergencia Mujer: Supervisión de los servicios especializados en la atención de víctimas de violencia familiar y sexual. Lima, Perú.
- Duarte, E. (2003), “Por uma epistemologia da comunicação”, in Lopes, M. I. V. (org.), Epistemologia da comunicação, São Paulo, Loyola, pp. 41-54
- Edmunds, H. (1999). Manual de investigación. The focus group. [Http//.10.1036/0071394532](http://.10.1036/0071394532)
- Fernández, F (1994). Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión. Única edición. Estudios sociales, Santiago, Chile.
- França, V. (2012). Comunicación y lenguaje. Única edición. Editorial Universidad de Brasilia. Brasil. https://www.researchgate.net/publication/28296803_Comunicacion_lenguaje_y_comunicacion_organizacional
- Fernández, A. Pinto, M. & Gómez, C. (2012) Los recursos educativos electrónicos: perspectivas y herramientas de evaluación. Única edición. Evaluared. Madrid, España. de <https://www.scielo.br/pdf/pci/v17n3/a07v17n3.pdf>
- Global Web Index (2017) Trends to watch. de <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/304927/Downloads/Trends-17.pdf>
- Gomes-Franco, F. (2016) Uso de Facebook como medio de comunicación alternativo. Única edición. Chasqui, revista latinoamericana. Ecuador. de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/download/2600/2755>
- Hohlfeldt, A.; Martino, L. C. e França, V. V. (orgs.), (2013), Teorías de comunicación. Única edición. Petrópolis, Brasil. de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232
- INEI. (2017). Estadísticas de Femicidio: Registros Administrativos. Única edición. Instituto Nacional de Estadística e Informática. <https://url2.cl/dM4Z8>
- Jenatsch, T & Bauer, R. (2016) Comunicación para el desarrollo: Una guía práctica. Única edición. COSUDE. Berna, Suiza. de https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf

- Ley N° 30364 Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar (2015) En Diario Oficial El Peruano.
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-para-prevenir-sancionar-y-erradicar-la-violencia-contra-ley-n-30364-1314999-1/>
- Losada, S. (2016). Metodología de la intervención social. Única edición. Editorial Síntesis. España-
- Larraín, S. (1996). Violencia en la familia y transmisión de pautas de comportamiento social. Primera edición. Banco Interamericano de desarrollo. Washington D.C., Estados Unidos.
- Llorens, A. (2014). Cultura, familia y violencia de género: La perpetuación de la violencia contra las mujeres. Primera edición. Fundación Isonomia. La Plana, España.
- Massoni, S. (2013). Tendencias 21, los colores del conocimiento. Primera edición. Lola Books. Madrid, España.
- Massoni, S. y Bussi, M. (2020). Comunicación estratégica enactiva: a las orillas de otra ciencia y otra profesión. Rosario: UNR Editora.
- Massoni, S. Piola, M. Mascotti, M. (2018). Medición de procesos comunicacionales en organizaciones y proyectos: la dimensión informativa desde la comunicación estratégica. Única edición. Razón y Palabra. Rosario, Argentina.
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199531506045.pdf>
- Massoni, Sandra H. (2007). Modelo de Comunicación estratégica. Única edición. Portal Agro UNLP. Argentina. <https://url2.cl/npdhk>
- Massoni, S. (2016). Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires. Ciespal Ediciones. Quito.
- McCall, Elizabeth. (2011). Comunicación Para El Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Única edición. PNUD. New York, EEUU. de
<http://www.undp.org/content/dam/undp/library/Democratic%20Governance/OGC/c4>
- Mata, M. (1994). Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva. Primera edición. CCE La Crujía. Buenos Aires, Argentina.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones vulnerables (2016). Violencia basada en género: marco conceptual para las políticas públicas y la acción del Estado. Primera edición. Biblioteca Nacional del Perú. Lima, Perú.
- Ministerio De La Mujer Y Poblaciones Vulnerables (2012), Conceptos fundamentales sobre el enfoque de género para abordar políticas públicas, Lima.
- Negroponte, N. (2000). El mundo digital. El futuro que ha llegado. Barcelona: Ediciones B.

- Nieves, R. (1996). *Violencia de género: un problema de derechos humanos*. Primera edición. CEPAL, Naciones Unidas. Santiago, Chile.
- ONU (1993, 20 de diciembre). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*.
<https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/violenceagainstwomen.asp>
- OMS. (2017, 26 de agosto). *Violencia contra la mujer*. OEA. el 3 de junio del 2020 de
<https://url2.cl/SFUbc>
- Orjuela, S. (2015) *Comunicación Organizacional. Teoría y estudios*. Única edición. Publicaciones y divulgación científica. Málaga, España. de
https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/11962/TD_ORJUELA_CORDO_BA_Sandra_Patricia.pdf?sequence=1
- Ordoñez, R. (2018) *Estrategias de Comunicación para Prevenir la Violencia de Género, en Estudiantes de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo*. (Tesis de Pregrado)
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/5531/BC-4117%20ORDO%c3%91EZ%20SAAVEDRA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Pantoja, A. (2018). *Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales*. Universidad de Extremadura. Tejuelo.
- Paz, J. (2012). *Las distintas designaciones que se han empleado para denominar a la violencia contra las mujeres y la relación entre ellas*. Única edición. Sevilla.
https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgcvg/MIMP-violencia-basada_en_genero.pdf
- Programa Nacional Contra La Violencia Familiar Y Sexual (2009). *Guía de Atención Integral de los Centros Emergencia Mujer*. Lima, Perú.
- Programa Nacional Contra La Violencia Familiar Y Sexual (2012). *Lineamientos para las acciones preventivas promocionales de los Centros Emergencia Mujer*. Lima: MIMP
- Rico, María Nieves (1992), "Violencia doméstica contra la mujer en América Latina y el Caribe: propuestas para la discusión", serie *Mujer y desarrollo*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile.
https://www.academia.edu/36755837/violencia_de_g%c3%89nero_y_feminicidio_
- Rivera H., Malaver M. (2011). *¿Qué estudia la estrategia?* Única edición. Facultad de Administración del Universidad del Rosario. Rosario, Argentina.
- Romero, A. Ríos, M. Hawie, I. Vargas, M. (2016). *Violencia basada en género*. Primera edición. Primera edición. Biblioteca Nacional del Perú. Lima, Perú.

- Romo, M. (1991). Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México. Única edición. Universidad Jesuita de Guadalajara. México. de <https://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=1869&N=1>
- Ruiz, E. (2018) Comunicación y Empoderamiento de la mujer: Estrategia de Comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las Mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local. (Tesis de pregrado) <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/>
- Saldarriaga, C. et al. (2016) Guía de Atención Integral de los Centros Emergencia Mujer / Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Primera edición. Mimp.
- Santoyo, M. (2009) Mediamorfosis: Internet una nueva ventana de oportunidades para nuevos medios. Única edición. Universidad Autónoma de Tamaulipas Ciudad Victoria, México. de <https://www.redalyc.org/pdf/4419/441942918009.pdf>
- Solís, P. (2015). La organización social de los actores para lograr habitabilidad: el caso de la vivienda de interés social en Nuevo León. Primera edición. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
- Sánchez, C. (2010) El correo electrónico: herramienta que favorece la interacción. Segunda edición. Colombia.
- Sánchez, O. (2017). Influencia de los estereotipos de género asociados con la violencia contra las mujeres. Revista Entorno. 64 (5). 22 – 27.
- Scolari Carlos (2012). Comunicación estratégica. el 5 de mayo del 2020 de <https://url2.cl/eiag1>
- Solano, D. (2013). Estrategias de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible. Única edición. UNESCO. Santiago, Chile.
- Tapia, Marcela. (2011). Género y migración: trayectorias investigativas en Iberoamérica. Revista Encrucijada Americana. Universidad Alberto Hurtado, 115 – 147. <http://agora.edu.es/descarga/articulo/7116232.pdf>
- Torres, R. (2015). Comunidad de aprendizaje: la educación en función del desarrollo local y el aprendizaje. Única edición. Barcelona Forum. Barcelona. Recuperado de: http://inafocam.edu.do/cms/data/formacion/comunidades_y_aprendizaje.pdf
- Viviano, T. (2016). ¿Qué son los Centros de emergencia mujer? Primera edición. MIMP. Lima, Perú. <https://www.repositoriopncvfs.pe/wp-content/uploads/2015/07/Que-son-los-CEM-2014-teresa-viviano.pdf>
- Zeler. I. (2017). Facebook como instrumento de comunicación. Única edición. Universidad Rovira Virgili. Italia.



ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	ITEM	ESCALA
Estrategias de comunicación para el desarrollo	Informativa	Estrategias de mass media	Radio	He escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del Centro de emergencia mujer.	Nunca = 1 Casi nunca = 2 Regular = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
			Tv	He visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer.	
		Medios alternativos y digitales	Facebook	He visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género.	
			Correo electrónico	He recibido información a mi correo electrónico sobre la violencia de género.	
			Página web	He encontrado información útil ante situaciones de violencia de género en la página web del Ministerio de la mujer.	
	Interaccional	Estrategias de comunicación directa	Talleres interactivos	El CEM me ha animado a participar en algún taller organizado por ellos.	
			Charlas	El CEM me ha animado a participar en alguna charla ofrecida por ellos.	
				El Centro de emergencia mujer me ha permitido expresar mi opinión en alguna de las actividades en las que he participado.	
				Los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer me ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia de género.	

			Intervenciones	El CEM me ha animado a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por ellos.	
				Los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, me permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer.	
Violencia de género	Tipos de violencia de género	Violencia física	Agresión personal	El CEM me ha enseñado que no debo esperar que la violencia sea diaria para denunciarla.	Completamente en desacuerdo = 5 En desacuerdo = 4 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3 De acuerdo = 2 Completamente de acuerdo = 1
				El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer situaciones de violencia física.	
		Violencia psicológica	Amenazas	Puedo reconocer que soy víctima de violencia si mi pareja me amenaza porque hago algo que no le gusta.	
				No debo permitir que mi pareja me trate de manera injusta.	
		Violencia económica	Baja autoestima	El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer situaciones de violencia psicológica	
				Si mi ex pareja no cumple con la pensión a mi hijo/a, ejerce violencia económica sobre nosotros.	
				La situación económica en mi hogar no debería generar violencia.	
		Violencia económica	Limitación de los recursos económicos	El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer situaciones de violencia económica.	
Si mi pareja me obliga a tener relaciones sexuales, mi decisión debe ser denunciarlo.					
Violencia sexual	Abuso sexual				

			Relaciones sexuales no consentidas	Soy capaz de reconocer cuando mi pareja me fuerza a tener relaciones sexuales. El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer la violencia sexual
Comportamiento frente a la violencia de género	Patrones socio culturales	Dominio del hombre sobre la mujer	El CEM me ha enseñado que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes.	
		El hombre como único sustento de hogar	Pienso que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia.	
		La mujer maltratada tiene la culpa de que el hombre la maltrate	Si una mujer es maltratada por su marido o compañero debería alejarse y buscar ayuda.	
		La naturaleza violenta del hombre	Las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo.	
	Aspecto cognitivo	Conocimiento de sus derechos frente a una situación de violencia de género	La mujeres debemos conocer nuestros derechos frente al maltrato o violencia.	
	Aspecto afectivo	Afecto positivo	Creo que las mujeres maltratadas debemos organizarnos y denunciar a los esposos violentos.	
		Cognición positiva	Es importante buscar a una pareja que me brinde cariño y respeto	

ANEXO 02: Instrumento de recolección de datos:

ENCUESTA SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO

La presente encuesta es un estudio con fines académicos, que nos permitirá determinar cuál es la relación entre las estrategias de comunicación para el desarrollo empleadas por el Centro de emergencia Mujer y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC. Le rogamos responda las preguntas con total sinceridad puesto que es anónima y extendemos el compromiso de confidencialidad.

PERFIL DE LAS ENCUESTADAS:

1. Situación actual:
 - a. Casada
 - b. Conviviente
 - c. Soltera
 - d. Viuda
 - e. Divorciada
 - f. Separada

2. ¿Alguna vez se ha enfrentado a una situación en la que haya sufrido violencia por ser mujer?
 - a. Una vez
 - b. Más de una vez
 - c. Nunca

3. ¿Alguna vez ha escuchado sobre el Centro de emergencia mujer?
 - a. Una vez
 - b. Más de una vez
 - c. Nunca

4. ¿Cuándo fue la última vez que escuchó algo sobre el Centro de emergencia mujer?
 - a. En la última semana
 - b. En el último mes
 - c. En el último año
 - d. Nunca escuché sobre el Centro de emergencia Mujer

PRIMERA PARTE: SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Estimada participante:

A continuación, responda a las siguientes afirmaciones indicando qué tan de acuerdo o desacuerdo está con cada una de ellas, puede marcar una “x” sobre la casilla que corresponda:

Le pedimos completa sinceridad al momento de marcar la respuesta.

- Nunca = 1
 Casi nunca = 2
 Regular = 3
 Casi siempre = 4
 Siempre = 5

Enunciado	Nunca	Casi nunca	Regular	Casi siempre	Siempre
He escuchado información en la radio sobre la violencia de género por parte del Centro de emergencia mujer.					
He visto información en TV sobre la violencia de género, por parte del Centro de emergencia mujer.					
He visto información en la página de Facebook del Ministerio de la mujer sobre la violencia de género.					
He recibido información a mi correo electrónico sobre la violencia de género.					
He encontrado información útil ante situaciones de violencia de género en la página web del Ministerio de la mujer.					
El CEM me ha animado a participar en algún taller organizado por ellos.					
El CEM me ha animado a participar en alguna charla ofrecida por ellos.					
El Centro de emergencia mujer me ha permitido expresar mi opinión en alguna de las actividades en las que he participado.					
Los eventos organizados por el Centro de emergencia mujer me ayudaron a saber cómo actuar ante situaciones de violencia de género.					
El CEM me ha animado a participar en algún pasacalle, teatro, marcha u otra actividad organizada por ellos.					
Los pasacalles, teatros, marchas u otras actividades del Centro de emergencia mujer, me permitieron reflexionar sobre la violencia contra la mujer.					

SEGUNDA PARTE: SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

A continuación, responda a las siguientes afirmaciones indicando qué tan de acuerdo o desacuerdo está con cada una de ellas, MARQUE una “x” sobre la casilla que corresponda:

Le pedimos completa sinceridad al momento de marcar la respuesta.

Completamente en desacuerdo = 5

En desacuerdo = 4

Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3

De acuerdo = 2

Completamente de acuerdo = 1

Enunciado	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
El CEM me ha enseñado que no debo esperar que la violencia sea diaria para denunciarla.					
El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer situaciones de violencia física.					
Puedo reconocer que soy víctima de violencia si mi pareja me amenaza porque hago algo que no le gusta.					
No debo permitir que mi pareja me trate de manera injusta.					
El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer situaciones de violencia psicológica					
Si mi ex pareja no cumple con la pensión a mi hijo/a, ejerce violencia económica sobre nosotros.					
La situación económica en mi hogar no debería generar violencia.					
El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer situaciones de violencia económica.					
Si mi pareja me obliga a tener relaciones sexuales, mi decisión debe ser denunciarlo.					
Soy capaz de reconocer cuando mi pareja me fuerza a tener relaciones sexuales.					

El Centro de emergencia mujer me ha enseñado a reconocer la violencia sexual					
El CEM me ha enseñado que la madre de familia puede tener la última palabra para las decisiones importantes.					
Pienso que tanto el hombre como la mujer pueden ser la cabeza de la familia.					
Si una mujer es maltratada por su marido o compañero debería alejarse y buscar ayuda.					
Las mujeres no deberíamos permitir agresiones de ningún tipo.					
La mujeres debemos conocer nuestros derechos frente al maltrato o violencia.					
Creo que las mujeres maltratadas debemos organizarnos y denunciar a los esposos violentos.					
Es importante buscar a una pareja que me brinde cariño y respeto					