

Yo Katherine Melissa Vargas Narizo, identificado con DNI N° 48305596, egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo (  ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Campaña de comunicación social de la violencia contra la mujer en el Club de Madres "Maruja Carranza""; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

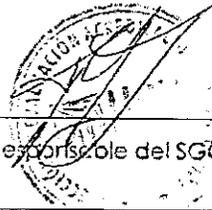
.....



FIRMA

DNI: 48305596

FECHA: 17 de julio del 2019



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Elaboró	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	---------	---------------------------------



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE  
PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN EL CLUB DE  
MADRES “MARUJA CARRANZA” DEL CENTRO POBLADO ALTO TRUJILLO -  
2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

Vargas Narcizo Katherine Melissa (0000-0002-0830-2113)

ASESORES:

Mg. Raúl Víctor Rivero Ayllón (0000-0001-6323-921X)

Mg. Lino Ojeda Diaz (0000-0002-0924-6600)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Trujillo – Perú

2019



**PÁGINA DEL JURADO**



---

Mg. Raúl Rivero Ayllón

PRESIDENTE



---

Mg. Lino Ojeda Díaz

SECRETARIO



---

Mg. Francisco Barquero Cornelio

VOCAL

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de manera especial a mis dos ángeles en el cielo ya que son el principal cimiento y ejemplo en mi vida.

A mi hermano Roddy Vargas Narcizo, por ser el mejor hermano que me guía en esta vida aconsejándome y cumpliendo la labor de padre. Asimismo a mis abuelitos por ser no dejar que me rinda y lograr mi objetivo. A mi hermana, primos, y personas que me han ofrecido su amor.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero empezar agradeciendo a Dios, por darme fuerza todos los días para seguir con este proyecto, por haber creado en mí una fuerza de voluntad y no permitir que decaiga

A mi hermano Roddy Emanuel Vargas Narcizo por ser mi principal motor, que a lo largo de mi vida me ha enseñado ser la persona que soy hoy en día, por su amor incondicional en los momentos felices y tristes, por su valioso tiempo que siempre significó un gran regalo para mí, por todos sus esfuerzos que me han hecho llegar a concluir mi carrera profesional y a su vez por haber realizado la labor de padre.

A mis abuelitos Rogelia y Artemio por ser las personas que se preocuparon por mí a lo largo de mi carrera apoyándome y hacer que esto culmine. A mi tía Rosa por su preocupación así mi persona.

Quiero agradecer de una manera especial a Daniel Flores por estar presente en esta etapa de mi vida y en todo momento por su preocupación por la mejora de mi persona.

A mis asesores por sus enseñanzas y paciencia, que en lo largo de este proyecto hemos trabajado con constancia y disciplina para lograr un buen resultado.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Vargas Narcizo Katherine Melissa con DNI N° 48305596, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, julio del 2019



---

Katherine Melissa Vargas Narcizo

DNI: 48305596

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. MÉTODO .....	25
2.1 Tipo y diseño de Investigación.....	25
2.2 Escenario de estudio.....	25
2.3 Participantes.....	26
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
2.5 Procedimiento.....	27
2.6 Método de análisis de información.....	28
2.5 Aspectos éticos.....	28
III. RESULTADOS.....	29
IV. DISCUSIÓN.....	41
V. CONCLUSIONES.....	45
VI. RECOMENDACIONES.....	46
VII. REFERENCIAS.....	66
VIII. ANEXOS.....	69

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer a través de una campaña de comunicación social en el Club de Madres “ Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo del Distrito del Porvenir para tal efecto se formuló el siguiente enunciado: ¿Una campaña de comunicación contribuye a la prevención de la violencia contra la mujer en el Club de madres “ Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo?.

Para el logro del objetivo general se plantearon cuatro objetivos específicos, el primero es describir el contexto en el que se produce la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza”, para ello se utilizó como instrumento principal un focus group.

Un segundo objetivo específico fue conocer las causas de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” para ello se usó como instrumento de apoyo la entrevista, diseñar la campaña de comunicación social para promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer fue otro de los objetivos que se cumplió desarrollando estrategias adecuadas de acuerdo a las características del público objetivo.

Finalmente se validó la campaña de comunicación a juicio de expertos, lo que permitió verificar si la campaña cumple con los requisitos necesarios para llegar al objetivo general.

Las conclusiones a las que se llegaron son: la campaña de comunicación social cuenta con estrategias creativas y novedosas como la grafichanga, el sociodrama, enfocadas al público objetivo que han sido aplicadas logrando así promover la prevención de la violencia a la mujer. El contexto en el cual se produce violencia se da en un entorno en el que la mayoría de mujeres refieren que están distantes o alejadas de la familia, es decir no cuentan con apoyo. Los constantes abandonos en casa con las obligaciones del hogar sin la presencia de la pareja hacen que ellas reclamen apoyo, en esas circunstancias se produce la violencia en forma de insultos, humillaciones y discriminación.

La campaña social de comunicación se diseñó teniendo en cuenta lo expresado por las entrevistadas, por consiguiente, las estrategias de intervención fueron orientadas en ese aspecto sobre romper con la teoría de que la mujer es la culpable y generar un mayor compromiso sobre su valoración personal. Se trabajó el aspecto de la comunicación en relación al apoyo emocional, físico y social que debe recibir la víctima, brindarle la protección necesaria para que no se permita el perdón al agresor.

Se concluye que las mujeres víctimas de violencia están en constante búsqueda de información y aptas para recibirlas; por consiguiente se les brindó todos los recursos necesarios para hacerles llegar la información clara y sobre todo lograr cambiar la mentalidad y el comportamiento de estas.

**Palabras Clave: Violencia, prevención, comunicación.**

## **ABSTRACT**

The main objective of this research is to promote the culture of prevention of violence against women through a social communication campaign in the "Maruja Carranza" Mothers Club of the Alto Trujillo Village Center of the Porvenir District. For this purpose, the following statement: Does a communication campaign contribute to the prevention of violence against women in the mothers' club "Maruja Carranza" of the Alto Trujillo Village Center ?.

For the achievement of the general objective, four specific objectives were proposed, the first one is to describe the context in which violence against women occurs in the "Maruja Carranza" Mothers Club, for which a focus group was used as the main instrument.

A second specific objective was to know the causes of violence against women in the Mothers Club "Maruja Carranza". For this purpose, the interview was used as an instrument to support the social communication campaign to promote the culture of prevention of violence against women. The woman was another of the objectives that was achieved by developing appropriate strategies according to the characteristics of the target audience.

Finally, the communication campaign was validated by experts, which allowed verifying if the campaign meets the necessary requirements to reach the general objective.

The conclusions reached are: the social communication campaign has creative and novel strategies focused on the target audience that have been applied thus promoting the prevention of violence against women. The context in which violence occurs occurs in an environment in which most women report that they are distant or distant from the family, that is, they do not have support. The constant abandonment at home with the obligations of the home without the presence of the couple make them claim support, in these circumstances violence occurs in the form of insults, humiliation and discrimination.

The social communication campaign was designed taking into account what was expressed by the interviewees, therefore, the intervention strategies were oriented in that aspect on

breaking with the theory that the woman is the culprit and generating a greater commitment on her personal assessment. We worked on the aspect of communication in relation to the emotional, physical and social support that the victim should receive, providing the necessary protection so that the aggressor is not allowed to forgive.

It is concluded that women victims of violence are in constant search of information and apt to receive them; therefore, they were provided with all the necessary resources to send them clear information and, above all, to change their mentality and behavior.

Keywords: Violence, prevention, communication.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Aproximación temática**

La violencia en un sentido amplio hace referencia a la acción que genera poder donde se transgreden, algunos derechos humanos: A valorar lo que ocurre con nuestro cuerpo y el derecho decidir y a afrontar las consecuencias de nuestros actos (Flores, 2016).

La violencia de género se ha convertido en grave problema para la sociedad que afecta, de una y otra forma a las mujeres. Por ello se dice que las mujeres son más débiles a diferentes tipos de violencia física, psicológica y sexual

En el Perú la violencia contra la mujer ha alcanzado cifras alarmantes. En un estudio realizado por el CEM (Centro de Emergencia Mujer) indica que el 79.8% de ellas han sufrido violencia sexual por un tercero. Mientras tanto el 30% que ha tenido una relación indican que han soportado alguna forma de violencia física o sexual. Y un 38% de los asesinatos de mujeres que se reportan en el mundo son cometidos por su pareja. Asimismo en el 2015 se reportaron 233 casos de violencia física, sexual y psicológica contra las mujeres. La Libertad registro ocho feminicidios y cuatro tentativas de homicidio de mujeres.

La sociedad peruana es conocida como machista donde la mujer es solo para el hogar y que el sustento tanto económico, social y familiar debería encargarse el hombre, hasta hoy, aunque con una disminución en la discriminación contra de la mujer, quien ha ido obteniendo mayores derechos. Sin embargo, la violencia contra la mujer está en aumento y es un grave problema que afecta de gran manera a todos.

Se desarrollaron diversas campañas para la prevención y sensibilización de este tipo de violencia:

La Organización de las Naciones Unidas (2013) lanzó la campaña “El valiente no es violento”, que por primera vez en Perú hace referencia en la responsabilidad que deben atribuirse a adolescentes y hombres jóvenes para eliminar la violencia contra la mujer. El objetivo de la campaña es que los hombres, adolescentes y jóvenes, se cuestionen su propia

masculinidad, generando acciones positivas contra la violencia, ofreciéndoles un espacio para que sean ellos, quienes llenen de contenidos nuevos la idea de ser “valiente”.

“Ni una menos” (2015) fue un grito colectivo contra la violencia machista. En el Perú se realizó una marcha con el fin de poner alto a la violencia y sensibilizar a la población a denunciar y no quedarse calladas. La idea emerge porque un grupo de mujeres quería expresar su protesta por la violencia que se vive día a día. El fenómeno empieza con la formación un grupo de 10 amigos en chat, pero luego fue creciendo hasta llegar a 700 personas con lo que se dio inicio a las marchas no solo en Lima sino también en provincias.

Las campañas de comunicación mencionadas anteriormente han impulsado a la población a tomar medidas que buscan erradicar la violencia.

En Trujillo, en el Centro Poblado Alto Trujillo, hay un alto índice de mujeres que son víctimas de violencia con un total de 314 personas entre el periodo de enero a marzo 2018 según información CEM (Centro Emergencia Mujer) de El Porvenir. Muchas de ellas tienen el temor de denunciar al agresor por el simple hecho que estos tomen represalias en contra de ellas.

De no considerarse ningún tipo de intervención, este grave problema seguirá en aumento. Dentro del centro poblado Alto Trujillo, se identificó a un grupo de mujeres del Club de Madres “Maruja Carranza”, cuyas características de vida son un bajo nivel de instrucción y una alta dependencia económica de la pareja. Dichas mujeres son personas sumisas y dependen tanto de su pareja ya que ellas indican que por no tener estudios secundarios deben hacer todo lo que el hombre diga. Ellas son violentadas física y psicológicamente y tienen temor a denunciar al agresor porque no saben cómo sobresalir solas sin el apoyo de su pareja. En entrevista con la presidenta del Club de Madres “Maruja Carranza”, Gladys Saavedra Horna, se advierte que las principales causas de esta problemática en el sector son: el alcoholismo, machismo y la falta de recursos económicos en el hogar. Además, Noemí Sánchez (30), colaboradora del Club de Madres, sostuvo que había sufrido de violencia un día que su esposo llegó ebrio y ella no había cocinado. Quiso sentar una denuncia por violencia física, sin embargo, sus hermanas la hicieron desistir de su decisión y decidió perdonarlo.

Por este motivo, es necesario crear una campaña de comunicación para que las mujeres del Club de Madres “Maruja Carranza”, del Centro Poblado Alto Trujillo, estén informadas y encuentren ayuda sobre esta problemática. El propósito es ayudar, desde la comunicación, a buscar alternativas de solución y contribuir a la prevención de violencia contra la mujer en el mencionado centro poblado.

Como se sabe la violencia a la mujer es una problemática social que se inicia en el hogar y que tiene como personaje al conyugue. Es importante el apoyo de los municipios, la policía de la mujer, etc. Muchas veces las denuncias no son acogidas adecuadamente y las violentadas prefieren callar por temor a las parejas.

Ante esta situación se considera que desde las Ciencias de la Comunicación Social se pueden aplicar estrategias de comunicación para ayudar a controlar futuros casos de violencia.

Algunos investigadores coinciden con el tema de investigación propuesto como, en los siguientes antecedentes:

Sánchez (2001) “Si me dejas, te mato”, tesis para obtener el título de Licenciada en Sociología por la Universidad Pontificia Católica del Perú; tuvo como objetivo analizar el entorno de los participantes de los casos de feminicidios uxoricidas estudiados. Logrando así concluir que el feminicidio uxoricida involucra tanto a las personas como instituciones, también se ven involucrados los miembros de la familia.

De Rosal (2015) desarrolló una “Campaña de comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar”, Universidad Rafael Landívar – Guatemala, cuyo objetivo fue informar sobre los efectos de la violencia en la familia. El instrumento que utilizó fue la encuesta la cual fue validada por seis expertos y concluye que el 90% de las personas entrevistadas tiene una idea clara de lo que se considera violencia intrafamiliar, y un 60% tiene una noción de que no depende del nivel de educación de la persona.

Gonzales J; Contreras B. (2016). En su tesis el nivel de impacto de la campaña “Ni una menos” del Distrito la esperanza. Tesis de grado para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Privada Antenor Orrego (Perú); tuvo como objetivo principal analizar el nivel de impacto de la campaña “Ni una menos” en las participantes que tienen entre 15 a 44 años del Sector Central del distrito de La Esperanza en Trujillo. Concluyendo que la campaña social tuvo gran aceptación del público, también

se contó con la participación con la colaboración de varias entidades, logrando así llegar a todo el Perú, y que cada uno logre sensibilizarse y apoyar esta importante marcha

Paz (2015) desarrolló una campaña de comunicación como ayuda a las víctimas de violación sexual en la Universidad Rafael Landívar teniendo como objetivo el apoyo a las mujeres violentadas especialmente en las alumnas de Ciencias de la Comunicación. El instrumento que se utilizó fue la encuesta logrando así la interacción de los estudiantes la cual elaboraron: afiches, boletines. Asimismo concluye que existe una necesidad de propuesta de campaña que promueva la violencia para poder transmitir de una manera que llame la atención.

Xoyón (2015), realizó una investigación acerca de los factores que determinan la violencia en mujeres agredidas del municipio de Chimaltenango, cuyo objetivo es determinar el por qué las mujeres que sufren violencia intentan retomar una relación con su agresor. Los instrumentos que se utilizó fue la entrevista y observación. Se concluye que la codependencia emocional y económica hacia su agresor, tiene que ver con el tema de violencia ya que la mujer es la que permite estos maltratos por parte del agresor.

Villafuerte (2014), realizó una investigación de un proyecto para prevenir la violencia en Casa La Esperanza, Puerto Barrios – Izabal, cuyo objetivo fue colaborar en la prevención de violencia capacitándolas y orientarlas para que superen el conflicto, utilizando cuestionarios y entrevistas. Concluyendo que la mujer violentada denuncie en las instituciones que se encargan de velar por su bienestar y así sobresalir con su familia

## **1.2. Marco Teórico**

La comunicación para el desarrollo se ha consolidado como una de las herramientas más útiles para aportar valor y crecimiento a nuestra sociedad; el internet y la sociedad de la información son la clave de su evolución y relevancia a nivel mundial. Comunicando se establecen ideas y estrategias participativas que van a originar la realización y el cumplimiento de los objetivos por parte de las personas, instituciones, empresas, medios, entre otros. (Katz, 1982). Asimismo, Servaes (2000) define comunicación para el desarrollo como un intercambio de significados, en el cual es importante el contexto social, patrones de relación y las instituciones que intervienen. Es así que no se intentan crear necesidades de información que luego tenga que ser difundido. Es el proceso inverso es

decir solo se trata de divulgar información para la cual existe una necesidad para ello hace uso de dos modelos: de difusión y participativo.

Por consiguiente, Alfaro (1993) indica que la comunicación para el desarrollo fue percibida como un poderoso instrumento capaz de influir en las personas, a este hecho se le llamó efecto “bala” o la “aguja hipodérmica”.

Para el abordaje de la presente investigación se necesita conocer algunos planteamientos sobre la violencia como las definiciones, sus características, las formas de violencia, así como las fases en las que se desarrolla, todo ello para situarnos en el contexto y desarrollar una campaña de comunicación social que ayude a prevenir esta situación en los sectores vulnerables como el que se plantea el presente trabajo de investigación.

La Organización de Naciones Unidas (1994) determina como producto un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico, tales como amenazas, la coacción o la privación arbitraria de la libertad.

La Organización Mundial de la Salud (2002) señala que la violencia es compleja ya que no especifica que pueda tener exactitud científica, es decir que se encuentra influida por la cultura y sometida a una continua revisión a medida que los valores y las normas sociales evolucionan.

Para enfocar el problema diremos que la violencia por si sola se caracteriza por la intencionalidad de una conducta que provoca daños físicos o psicológicos a la sociedad. También puede ser emocional a través de ofensas o amenazas. Teniendo en cuenta este marco de violencia y para especificarla en la mujer como población susceptible de este problema social se encontró el planteamiento de Heise (2015) manifiesta que la violencia es todo acto de fuerza física o verbal, causando daño físico o psicológico, humillación o privación de la libertad y que permitan la inferioridad femenina. Estos hechos conducen a que la mujer maltratada, presente un perfil muy concreto; Carranza (2002) refiere que el sufrir maltrato causa: sentimientos de depresión, rabia, culpa, aislamiento de los compañeros. De esta forma la mujer se acostumbra a la violencia ya que viven en un ambiente violento de una u otra forma se adapta porque ha aceptado el abuso de poder ejercido por el hombre.

Este planteamiento de Carranza es muy importante para efectos de la presente investigación pues servirá para plantear estrategias de comunicación que conlleven a un reconocimiento del problema por parte de la muestra.

Caracterizar la violencia nos brinda una visión general de cómo enfrentar este grave problema social y para ello citaremos a Galtung (2003), quien encontró las siguientes características:

**La violencia no es natural:** Se dice que la violencia es una construcción social, no como un fenómeno natural, y se atribuye que es probable eliminarla de las relaciones personales y sociales.

**La violencia es dirigida e intencional:** Se da a través de un insulto, golpe, los cuales se les considera actos violentos tienen que tener la intención consciente o inconsciente de dañar. Siempre se ejerce contra las personas que son más débiles o con las que son incapaz de defenderse.

**La violencia está basada en el abuso de poder:** Se emplea la fuerza en individuos que no se les atribuye poder: como son los niños, los jóvenes, las mujeres y personas adultas.

Teniendo en cuenta que la violencia se puede advertir en algunos rasgos o factores de riesgo se consultó a Ellsberg (2000, p. 10) que declara que estos factores se asocian con un aumento de la posibilidad de recibirla, y es importante ya que se toma en cuenta que aunque exista relación con la violencia no tienen por qué ser la causa. Ellsberg manifiesta que se dan de la siguiente manera:

**Social:** Cuando hace referencia a los patrones culturales de la sociedad antigua en donde al hombre se le atribuye poder sobre ella, tiene que ver con la influencia de los medios masivos.

**Comunitario:** Desde siempre la mujer se ha visto reprimida por los sistemas socio – culturales de tal manera que se ven afectados por roles machistas desde la infancia.

**Relacionales:** Referido a temas económicos, al manejo de dinero, y la toma de decisiones del hombre por encima de ella. Con poca o nula libertad económica que da como consecuencia además la falta de libertad social, la mujer se ve imposibilitada de hacer lo que desee o quiera sin el consentimiento del hombre.

**Individuales:** Desde la perspectiva individual existen casos en el que la mujer ha vivido desde pequeña el maltrato hacia su persona o a su familiar, lo cual conllevaría que ha asimilado valores y roles machistas.

Se coincide con la perspectiva de Ellsberg en que los factores son sociales, comunitarios, relacionales e individuales ya que coinciden con los observados en la realidad encontrada en el Centro Poblado del Alto Trujillo donde hay un alto índice de violencia contra la mujer constatada además por los registros de denuncias presentadas en la Comisaría de la Mujer. Todos los factores que influyen en la violencia contra la mujer dependen de la formación de una sociedad patriarcal que tenemos hace años.

Es por ello que cuando se aprecian actos violentos, humillaciones, agresiones, desprecios y estos consecutivamente se repiten y agravan a la víctima, es allí cuando se habla del Ciclo de la Violencia, el cual como se encontró en la página del Instituto de la Mujer (2013) , tiene tres fases: Acumulación de tensión, explosión de la violencia y luna de miel.

**Acumulación de tensión:** “Se descubre al observar cambios imprevistos e inesperados en el estado del agresor. Reacciones agresivas a las frustraciones o ante cualquier señal de liberación que manifieste la mujer”. En ese caso el agresor manifiesta cambios, haciéndole creer a la víctima que está así por un día malo en el trabajo. (Instituto de la Mujer, 2013, p. 4 – 6).

**Explosión de la violencia:** Es la tensión acumulada que se proyectan en forma de violencia hacía la víctima, a través de humillaciones, agresiones físicas, negándole el uso del dinero. (Instituto de la Mujer, 2013, p. 4 – 6).

**Luna de miel:** En esta fase el agresor pide disculpas y promete no volver a cometer actos violentos, sabiendo que es culpable intenta complacer a la víctima con regalos y promesas, convenciéndola de que la culpa fue por el trabajo, los compañeros, etc. (Instituto de la Mujer, 2013, p. 4 – 6).

Estas fases estudiadas por el Instituto de la Mujer dan cuenta del enfoque que deberá tener nuestras estrategias al momento de plantearlas de modo que la muestra seleccionada asuma una posición crítica aceptando y reconociéndose en alguna de estas fases.

Por otro lado, aunque a veces solo se reconozca como violencia a aquella en la que se observa rasgos objetivos, los autores también dan cuenta de formas psicológicas y verbales

en las que se ejerce violencia. Así se encontró que la violencia física se manifiesta en empujones, golpes, agresiones con arma. Otras más severas como homicidios conocidos como feminicidios cuando la víctima es la mujer. El feminicidio es el hecho mayor de la agresión física, la cual a veces es planificada o accidental, llevando al agresor a cometer el grado de violencia más alto que hay, con el fin de alcanzar el propósito irracional y máximo de la violencia, cuya finalidad es la muerte. En este tipo de violencia también se encuentran las lesiones que van desde leves hasta graves ocasionadas por los golpes y moretones hasta fracturas o discapacidades crónicas.

Asimismo la vulnerabilidad a las enfermedades es otra forma de violencia y se da cuando tiene un fin sexual, ocasionando además una mayor posibilidad de tener una serie de problemas graves a la salud como enfermedades de transmisión sexual.

Y por último, también se reconoce como violencia grave la psicología que si bien no va directamente al cuerpo de la víctima, afecta su estado de ánimo emocional o psicológico. En consecuencia los insultos, amenazas, humillaciones, indiferencia, burlas, aislamiento, etc. Se consideran formas de violencia psicológica.

Para Ruiz (2000) una agresión sexual trae muchas consecuencias a nivel psicológico y se presentan como:

**Suicidio:** En el caso de las personas golpeadas o agredidas, el cansancio emocional y físico puede ocasionar el suicidio.

**Problemas de salud mental:** Las personas padecen sufrimientos psicológicos debido a la violencia. La mayoría de las víctimas se deprimen es posible que se encuentren fatigadas en forma crónica, lo cual indica que no pueden dormir bien; además pueden tener pesadillas o trastornos alimenticios; así mismo recurren al alcohol para refugiarse en su dolor, o aislarse de todos, sin darse cuenta.

**Deterioro de la autoestima:** Esto ocurre por la falta de interés de la vida, no creen en ellos mismos, tienen un mal concepto de sí mismos. Este hecho sucede en los casos de violencia intrafamiliar.

**Distorsión de personalidad:** Las víctimas de violencia intrafamiliar se descubre una relación de distorsión de personalidad. La víctima adopta distintos tipos de conductas es decir consiste en la ausencia persistente de fantasías sexuales o interés para realizar algún

tipo de actividad sexual, esto se presenta con algunos problemas de salud como el consumo excesivo de drogas o en la mayoría de casos afecta el comportamiento sexual en las personas.

Los autores mencionan que la violencia sexual definida como la forma de poder o coerción ejercida sobre la mujer cuyo fin es el de tener relaciones sexuales con ella sin su consentimiento no solos son protagonizadas por personas externas sino por la misma pareja cuando le ha dicho para tener relaciones sexuales aunque la mujer no quiera o cuando ha sido obligada a hacer cosas que no le gustan.

Para conocer como es el perfil de una persona violenta se encontró lo planteado por Bertelli (1999), nos dice que la persona violenta no puede ser jerarquizada por variables como la edad, nivel socioeconómico, nivel de educación, ocupación, religión, sino que solo puede ser definida como manipulador, insensible, obsesiva, controladora principalmente hacia su mujer e hijos/as. En muchas ocasiones hay una asociación también con el consumo de alcohol y drogas aunque no es definitivo puede potenciar el enojo e inhibe el autocontrol.

Según Saucedo y Bedolla (1996, p.87) indican que existen 3 tipos de violencia.

**Violencia Física:** Agresiones enfocadas al cuerpo de la víctima de parte del agresor: empujones, jalones, golpes, agresión con armas entre otras.

**Violencia Psicológica:** En este tipo de violencia, las agresiones afectan su estado emocional o psicológico como: los insultos, amenazas, humillaciones, entre otras.

**Violencia Sexual:** Son acciones sexuales que se cometen contra una mujer o integrante de la familiar sin su consentimiento, considerándose además como violencia sexual a la exposición de material pornográfico”.

Esta información abre la reflexión sobre lo que representa con claridad la violencia y en consecuencia aquella administrada sobre la mujer, sin embargo, también es importante reflexionar como desde la comunicación se puede contribuir a generar cambios sociales como la concientización en la prevención de este tipo de actos violentos contra la mujer, que en estos últimos años han ido en aumento en nuestro país, por ello, se precisa plantear cuestiones de como definen los autores campañas de comunicación social? ¿Cuál es la importancia que este tiene para el cambio social?, ¿qué estructura será la que mejor se

enfoque para el presente trabajo? Estas y otras interrogantes que se plantearon buscarán ser resueltas por la bibliografía consultada.

Estas y otras interrogantes que se plantearon buscarán ser resueltas por la bibliografía consultada en Libaert (2000) quien manifiesta que la comunicación tiene un papel estratégico y fundamental. Manifestada en un diagnóstico, el análisis de la circunstancia, el fin de la acción y el modo de ejecución según la finalidad.

De otro lado Portilla (2014) afirma que la comunicación es importante para todas las personas, en sus diversos contextos de su relación con los demás: en el hogar, centro de labores y en la sociedad. Mediante la comunicación pueden expresar sentimientos, ideales metas y muchos aspectos más. La comunicación humana como el proceso mediante el cual podemos relacionarnos con nuestro entorno y expresarnos mediante códigos, los cuales nos sirven para emitir información entre dos o más personas.

Asimismo, Miller (1968) refiere que es como el proceso dinámico que tiene que ver con cambios y comportamiento de los individuos u organizaciones. Es decir, es la función indispensable de las personas y de las organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros.

Según McEntee (1998) existen 4 niveles de comunicación:

**Comunicación intrapersonal:** Es la interacción que existe entre la persona consigo mismo.

**Comunicación interpersonal:** El diálogo entre dos personas.

**Comunicación en grupo pequeño:** Es la comunicación en grupos de tres a siete personas.

**Comunicación en público:** Es aquel en el cual el individuo esta frente a un grupo mayor de siete personas.

Taboada (2009) refiere que una campaña es una estrategia de comunicación la cual es utilizada para promocionar una marca, producto o servicio.

Una campaña en general es el conjunto de actividades el cual parte de una estrategia logrando así un conjunto de objetivos y a la vez resuelven un problema. En una campaña

siempre debe existir unidad, similitud, ya sea en el contenido conceptual como en la forma de transmitir el mensaje, además se debe saber el tiempo correcto para que la campaña aparezca en el medio que se quiere utilizar. Algo práctico en una campaña es la relación que existe entre un mensaje y otro, esto puede ser, visual, verbal, sonoro. La relación visual se establece de varias maneras: uno mismo como presentador o los mismos actores en situaciones diferentes. La similitud verbal es el grupo de palabras que sintetizan los beneficios del producto o servicio. En este caso las campañas deben ser repetidas de manera constante y durante tanto tiempo para obtener el objetivo de comunicación fijado

Talavera (2004) refiere que una campaña social, busca promover el cambio social, lo cual tiene como objetivo convencer a las personas a que acepten o cambien conductas o ideas que buscan aportar un beneficio a la sociedad.

La mayoría de de campañas se trabajan temas como: adicciones, alcoholismo, violencia de género, etc. Son la base en la cual existe un problema el cual tiene que generar un cambio por medio de mensajes transmitidos a un público objetivo. Lo más importante es definir el problema, luego plantear objetivos para analizar el problema que se busca combatir y deben tener la seguridad que es un problema el cual requiera solución

Orozco (2010), identificó principales elementos de una campaña de comunicación social:

**La disuasión y persuasión:** Refiere a que los objetivos son diferentes y se busca que los individuos cambien o que no hagan cosas que les perjudique

**Prevención:** Busca la manera de que las personas no se vean involucradas, en problemas que los pueden afectar o dañar.

**Intangibilidad:** Una campaña de comunicación comercial, tratar de convencer a los consumidores, lo cual permite que la comunicación es más fluida por ese motivo es más difícil persuadir a un grupo objetivo, a que cambie su actitud y conducta.

**Objetivos:** Deben estar relacionados con el grupo objetivo. Lo que ellos desean o quieren o están dispuesto a hacer en beneficio de otros.

Cibanal (2010) señala los siguientes componentes:

**Causa:** Los agentes de cambio consideran ofrecer una respuesta acertada a un problema social.

**Agente de cambio:** Un individuo u organización intenta generar un cambio social.

**Destinatarios:** Grupos o poblaciones que son el objetivo de los llamados al cambio.

**Canales:** Medios de comunicación de las cuales se intercambian y transmiten respuesta entre los agentes de cambio y los destinatarios

**Estrategia de cambio:** Medios utilizados para atraer la atención del grupo objetivo, y así motivar a la audiencia para que se concientice o informe. Según Salmón (1989) son:

**Analogías:** Este recurso es el más utilizado ya que compara un objeto o una situación con el problema que se desea persuadir

**Impacto:** En las campañas de comunicación social suele llamar la atención ya que se utilizan imágenes fuertes, logrando así el interés de las personas por el mensaje.

**Miedo:** El ser humano por instinto actúa cuando siente temor a algo, es por eso que en la publicidad se utiliza este recurso con el fin de llegar a las personas, a su vez ayudando a buscar una solución.

**Amor:** Cuando sabemos que nuestro grupo objetivo es sensible o susceptible se puede persuadir a que forme parte de la solución.

Duque (2006) refiere que la prevención debe comenzar en las primeras etapas de la vida, empezando en la educación de los niños en un ambiente de amor, respeto e igualdad, sin discriminar a nadie. Asimismo plantea modelos los cuales aborda tres niveles de prevención. .

**Prevención Primaria:** Se encarga de informar, motivar y ayudar a la población a decidir formas no violentas de conflictos familiares y a su vez respalda cambios de riesgo necesario para facilitar objetivos, orientando la formación profesional, además requieren que se cambien actitudes.

**Prevención Secundaria:** Está tiene que ver con la población con mayor riesgo, con el fin de disminuir los primeros y favorecer los segundos.

**Prevención Terciaria:** Consiste en amparar los recursos necesarios para una adecuada respuesta a la población que es víctima del problema

Este paradigma dirige acciones de prevención a las víctimas de violencia, este modelo garantiza a las mujeres el derecho a una vida libre de violencia.

Con lo antes mencionado cabe preguntarse: ¿Una campaña de comunicación social contribuirá a la prevención de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo - 2018?

La presente investigación ayuda a identificar el nivel de conocimiento acerca de la violencia de género, ya que la violencia es un problema latente que afecta a nuestra sociedad, como es el caso del Club de Madres “Maruja Carranza” donde las mujeres que trabajan allí sufren maltrato por parte de su pareja o inclusive entre ellas mismas se agreden indica la presidenta de dicho Club. Como justificación teórica, las mujeres viven diversas formas de violencia de parte de sus parejas o de su entorno que van desde el control hasta la agresión física, la violencia afecta a mujeres de cualquier edad, condición económica y social y de cualquier religión, puede ocurrir con la pareja, en el trabajo, en los lugares de estudio y en los sitios públicos.

La justificación metodológica, de la presente investigación apunta a utilizar métodos de recolección cualitativas como es la construcción de instrumentos, en este caso se aplicará entrevistas, focus group y el diseño de una campaña de comunicación social, logrando así que dichos instrumentos ayudarán a concientizar la violencia contra la mujer, siendo esta una herramienta clave.

La justificación práctica, Se cree que el uso de la campaña de comunicación en el Club de Madres “Maruja Carranza” a través de talleres vivenciales, charlas, boletines informativos, aportará altamente en conocer mejor que es violencia contra la mujer, como evitarlo y cómo actuar frente a situaciones diversas donde seamos: víctima, espectador o agresor.

La presente investigación, es importante porque ayudará a concientizar a las mujeres víctimas de violencia en el Club de Madres “Maruja Carranza” mediante la implementación de una campaña de comunicación, aportando en ellas el tomar conciencia de que quedarse calladas no es lo adecuado, saber que existen personas que puedan ayudarlas a denunciar al agresor y no tener miedo, que conozcan cuales son las causas que trae consigo este problema que afecta a muchas mujeres.

Por lo antes expuesto, el rol del comunicador es justamente el estudio de problemas sociales que se den en nuestra comunidad, creando estrategias que ayuden a prevenir, mitigar y concientizar a la población, además de ayudar a las mujeres a saber cómo actuar en este tipo de situaciones.

**Objetivo General:**

Promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer a través de una campaña social en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

**Objetivos Específicos:**

Describir el contexto en el que se produce la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

Conocer las causas de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

Diseñar la campaña de comunicación social para promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer.

Validar a juicio de expertos la campaña de comunicación social que se elaborará para el Club de Madres “Maruja Carranza” sobre la campaña de comunicación social.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación tiene un enfoque Cualitativo

Hernández, Fernández, & Baptista, (2014), menciona, que una investigación cualitativa ayuda a estudiar, comprender y profundizar los fenómenos, desde el punto de vista de los participantes ya que están relacionados directamente con su entorno de forma natural.

El tipo de Investigación Socio Crítico – Investigación Acción

Balcazar (2003) Explica que el estudio Socio Crítico busca comprender y resolver problemas dentro de un determinado grupo, entorno o comunidad, a la vez que brinda la información necesaria a los integrantes para que puedan criticar y reflexionar sobre sus decisiones, y tomen conciencia de su papel ya que es muy importante para lograr el cambio social y puedan transformar su realidad educativa, social, económica, etc.

Por tal motivo se eligió utilizar la Investigación de Acción con el fin de conocer la realidad actual de las mujeres del Club de Madres “Maruja Carranza”, para de esta forma diseñar una campaña de comunicación social idóneo, que ayude a concientizar la violencia contra la mujer y motive el cambio entre la comunidad para mejorar su percepción y actitud frente a este tipo de casos, que tendrá como objetivo promover una cultura de prevención.

### **2.2. ESCENARIO DE ESTUDIO**

Según los datos estadísticos de la INEI actualizados al 18 de agosto del 2017, el Centro Poblado del Alto Trujillo cuenta con una población de 194.000 habitantes. Este distrito es conocido como el distrito zapatero ya que se produce la fabricación de calzado, talleres, calzado.

Es un distrito que cuenta también con bancos, restaurantes, grifos y otros. Actualmente ya tienen servicios de agua potable, alcantarillado.

Las mujeres que pertenecen al Club de Madres son personas sumisas, alegres, de bajos recursos económicos, no tienen estudios secundarios.

### **2.3. PARTICIPANTES**

El club de madres “Maruja Carranza”, está conformado por 20 integrantes estables; de las cuales se ha concretado trabajar con 10 mujeres luego de manifestar su disposición y compromiso con el proyecto de investigación.

Es por ello que el método de muestreo es no probabilístico: intencional o por conveniencia.

Mujer: Las mujeres perteneciente al Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo de edad entre 25 a 40 años de condición humilde, con un promedio de 2 a 3 hijos, noble, amigable, y sobre todo empeñosa en lo que hace. Su labor consiste en levantarse a las 5 am para acudir al Club de Madres en donde proveen el desayuno para 100 personas diariamente. A las 11 am ya tienen el almuerzo listo que se distribuye de la misma manera a 100 personas, y por las tardes retorna a casa en donde le esperan sus hijos para apoyarlos con las tareas escolares, limpiar la casa, lavar la ropa de su esposo e hijos, rutina diaria que debe cumplir todos los días después de sus labores en el club de madres.

### **2.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se utilizó como técnica la entrevista y como instrumento el cuestionario para poder recolectar los datos necesarios. Así mismo se empleó el focus group como técnica también y la guía de focus group como instrumento.

<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>OBJETIVO</b>
Entrevista	Cuestionario	Conocer las causas de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

Focus Group	Guia focus group	Describir el contexto en el que se produce la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.
-------------	------------------	--

## 2.5. PROCEDIMIENTO

### **Fase Exploratoria:**

Se indagó por un problema en Trujillo.

Visita a la zona de Alto Trujillo.

Entrevista con moradores.

### **Fase de planificación:**

Se seleccionó el Club de Madres “Maruja Carranza”.

Se seleccionó el enfoque cualitativo de investigación acción para el presente trabajo.

Se planteó el problema de investigación.

### **Fase de entrada del escenario:**

Se pidió el permiso para realizar la investigación con el proyecto.

Entrevistas previas con las encargadas.

### **Fase de recogida y de análisis de la información:**

Se recogerán y analizarán los datos proporcionados por las madres (muestra), a través de una entrevista, focus group.

Se aplicará la campaña social.

### **Fase de retirada del escenario:**

Se realizará la retroalimentación a través de la evaluación a expertos para validar la campaña.

### **Fase de la elaboración del informe:**

Se procederá a unificar toda la información para la presente investigación.

## **2.6. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS**

Tal como menciona Hernández (2014), “un buen observador cualitativo necesita saber escuchar y utilizar sus sentidos, para poner atención a los detalles”.

Se realizará a transcripción de las entrevistas, experiencias de los participantes a través de la codificación y categorización de los datos obtenidos en los instrumentos.

## **2.7. ASPECTOS ÉTICOS**

Cabe resaltar, que el contenido de nuestra presente investigación es original y no plagiado, además el estudio se realizó a cabo principalmente con bases teóricas, que aportan a la investigación e impiden la copia de trabajos previos. Además se han citado correctamente las fuentes bibliográficas, bajo la normativa APA.

La investigación se realiza con fines académicos, la cual a su vez respeta la privacidad e identidad de los participantes a fin de proteger su integridad y seguridad.

Por lo antes mencionado, reiteramos el compromiso de los investigadores al cumplir con las normas y reglamento interno, de la Universidad.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Resultado N° 1: “Conocer las causas de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “**Maruja Carranza**” del Centro Poblado Alto Trujillo”.

Para lograr el objetivo indicado aplicamos entrevistas a diez (10) mujeres del Club de Madres “**Maruja Carranza**” del Centro Poblado Alto Trujillo, a través de las siguientes categorías: a) Relación con el entorno; b) Actitud frente a la violencia; c) Experiencias; d) Autopercepción; e) Significado social de la violencia.

Respecto a las mujeres entrevistadas se identificaron de la siguiente manera:

#### DATOS DE LOS PARTICIPANTES

<b>NOMBRE</b>	<b>EDAD</b>	<b>DISTRITO DONDE VIVEN</b>
<b>Milagros</b>	<b>30</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Estela</b>	<b>35</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Jaqueline</b>	<b>31</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Rosa</b>	<b>38</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Frecia</b>	<b>30</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Carmen</b>	<b>34</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Juana</b>	<b>34</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Gladys</b>	<b>32</b>	<b>El Porvenir</b>
<b>Pamela</b>	<b>40</b>	<b>El Porvenir</b>

<b>Elena</b>	<b>38</b>	<b>El Porvenir</b>
--------------	-----------	--------------------

### 3.1.1. Resultados de la entrevista respecto a la categoría “ Relación con el Entorno”

<b>CATEGORÍA</b>	
<b>Relaciones con el Entorno</b>	<b>RCE</b>
<b>¿En el entorno familiar, cuál cree Ud. que es la causa para el hombre maltrate a una mujer?</b>	

<b>N°</b>	<b>Nombres</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>1</b>	<b>Rosa</b>	La falta de comunicación
<b>2</b>	<b>Gladys</b>	Quizá por no hacerle caso, y llevar la contraria
<b>3</b>	<b>Milagros</b>	El dialogo, la comunicación

<b>4</b>	<b>Estela</b>	Creo que porque es hombre debemos hacerle caso y ya si no hacemos caso ocurre los golpes
<b>5</b>	<b>Juana</b>	Falta de comunicación creo yo siempre debemos conversar con nuestras parejas.
<b>6</b>	<b>Carmen</b>	Muchas veces el dialogo entre pareja
<b>7</b>	<b>Jaqueline</b>	Quizá por que nosotras lo provocamos o les damos la contra
<b>8</b>	<b>Frecia</b>	Por infidelidad
<b>9</b>	<b>Elena</b>	Por qué molestamos quizá a nuestras parejas
<b>10</b>	<b>Pamela</b>	Falta de comunicación o el machismo

### **INTERPRETACIÓN:**

En cuanto al entorno familiar coinciden en señalar la principal causa del maltrato es la falta de comunicación y dialogo entre las parejas; sin embargo, también se evidencia la carencia de autoestima al considerar el hecho de que son ellas la que provocan el maltrato cuando no hacen caso a sus parejas.

### **3.1.2. Resultados de la entrevista respecto a la categoría “ Actitud frente a la violencia”**

<b>CATEGORÍA</b>	
<b>Actitud frente a la violencia</b>	<b>AFV</b>
<b>¿Cuándo no hay dinero las cosas se ponen difíciles en casa?</b>	

<b>N°</b>	<b>Nombres</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>1</b>	<b>Rosa</b>	Si, ya que hay veces en que no hay para la comida
<b>2</b>	<b>Gladys</b>	A veces, discutimos por el dinero pero luego se nos pasa
<b>3</b>	<b>Milagros</b>	A veces, pero tratamos de solucionarlo.

<b>4</b>	<b>Estela</b>	Si, varias veces
<b>5</b>	<b>Juana</b>	A veces, porque si no hubiera dinero como pagaríamos los gastos de casa
<b>6</b>	<b>Carmen</b>	A veces ya que por el dinero peleamos
<b>7</b>	<b>Jaqueline</b>	Sí, pero a veces buscamos la solución
<b>8</b>	<b>Frecia</b>	Algunas veces.
<b>9</b>	<b>Elena</b>	A veces
<b>10</b>	<b>Pamela</b>	Si, ya que el dinero es importante en el hogar

### **INTERPRETACIÓN:**

Sobre las actitudes frente a la violencia las mujeres muestran sumisión al justificar la violencia, porque algunas veces se presentan carencias económicas dentro del hogar ocasionando conflictos con la pareja, es así que todo ello motiva la discusión.

### **3.1.3. Resultados de la entrevista respecto a la categoría “ Experiencias”**

<b>CATEGORÍA</b>	
<b>EXPERIENCIAS</b>	<b>EXP</b>
<p align="center"><b>¿Su pareja ha llegado en estado de ebriedad y la ha agredido?</b>  <b>¿En qué ocasiones la ha agredido?</b></p>	

<b>N°</b>	<b>Nombres</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>1</b>	<b>Rosa</b>	Algunas veces pero porque yo lo molesto o le reclamo porque llega así.
<b>2</b>	<b>Gladys</b>	Si, quizá es por el alcohol que le hace hacer o decir cosas

3	<b>Milagros</b>	Si, una vez nada más, pero porque yo le grite porque llego así
4	<b>Estela</b>	No, solo se pone malcriado pero no me golpea
5	<b>Juana</b>	Si, 2 veces, creo que el alcohol los vuelve locos ( Se rie)
6	<b>Carmen</b>	Si ha llegado borracho pero no con golpes sino trata de humillarme pero no le hago caso si no es peor
7	<b>Jaqueline</b>	Sí, pero solo una vez me levanto la mano, luego ya no
8	<b>Frecia</b>	Si llega borracho pero solo me grita que le sirva su cena luego no me pega
9	<b>Elena</b>	No hasta ahora nunca me ha golpeado
10	<b>Pamela</b>	Sí, pero porque le grito cuando llega mareado.

### INTERPRETACIÓN:

Las mayoría de mujeres cuentan las experiencias que cuando sus parejas llegan borrachos a casa las golpean o buscan un motivo para pelear, pero refieren porque ellas los molestan sintiéndose culpables de lo que ocurre es a causa de ellas. Mientras que solo una discrepa que hasta ahora su pareja no la agredido.

#### 3.1.4. Resultados de la entrevista respecto a la categoría “ Autopercepción”

CATEGORÍA	
AUTOPERCEPCIÓN	AUP
¿Consideras que eres culpable por el hecho de no trabajar, ocasionando que tu pareja te maltrate física y verbalmente?	

N°	Nombres	RESPUESTAS
1	<b>Rosa</b>	A veces, ya que quisiera trabajar pero por los hijos no puedo
2	<b>Gladys</b>	No, porque en casa uno también trabaja.
3	<b>Milagros</b>	No.

<b>4</b>	<b>Estela</b>	No.
<b>5</b>	<b>Juana</b>	A veces
<b>6</b>	<b>Carmen</b>	No.
<b>7</b>	<b>Jaqueline</b>	A veces pero no me deja trabajar
<b>8</b>	<b>Frecia</b>	No porque en casa es donde uno más se cansa
<b>9</b>	<b>Elena</b>	No
<b>10</b>	<b>Pamela</b>	Yo no me considero culpable por no trabajar.

### **INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de mujeres no se consideran culpables por el hecho de no trabajar ya que indican que ellas en la casa también realizan la acción de trabajar; sin embargo, 2 de ellas discrepan de sus compañeras porque refieren que si hay culpabilidad al no colaborar económicamente con la manutención del hogar.

### **3.1.5. Resultados de la entrevista respecto a la categoría “ Significado social de la violencia”**

<b>CATEGORÍA</b>	
<b>Significado social de la violencia</b>	<b>SDV</b>
<b>¿Porque consideras que ocurre la violencia?</b>	

<b>N°</b>	<b>Nombres</b>	<b>RESPUESTAS</b>
-----------	----------------	-------------------

<b>1</b>	<b>Rosa</b>	Creo que por la falta de comunicación
<b>2</b>	<b>Gladys</b>	Porque nosotras nos dejamos manipular creo yo
<b>3</b>	<b>Milagros</b>	Falta de comunicación, muchas veces pensamos que lo que dice nuestra pareja es correcto pero no dialogamos.
<b>4</b>	<b>Estela</b>	Por no dialogar, por la falta de comunicación, y por el miedo a nuestra pareja creo yo.
<b>5</b>	<b>Juana</b>	Muchas veces por que nosotras permitimos que nos golpeen, debemos conversar primero y no permitir golpes
<b>6</b>	<b>Carmen</b>	Porque muchas veces callamos por miedo
<b>7</b>	<b>Jaqueline</b>	Por miedo a nuestras parejas
<b>8</b>	<b>Frecia</b>	Falta de comunicación
<b>9</b>	<b>Elena</b>	No lo se, quizá porque uno no se pone fuerte
<b>10</b>	<b>Pamela</b>	Diálogo entre las parejas todo se resuelve con el dialogo

### **INTERPRETACIÓN:**

Sobre significado de violencia, en su mayoría está referido a la falta de comunicación y dialogo entre las parejas; sin embargo, también está asociado a miedo, a afrontar circunstancias a denunciar.

### **3.2. Resultado N° 2 “Describir el contexto en el que se produce la violencia a la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.**

Para lograr el objetivo indicado aplicamos un focus group a diez (10) mujeres del Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo, a través de las siguientes categorías: a) Relación con el entorno; b) Actitud frente a la violencia; c) Experiencias; d) Auto percepción; e) Significado social de la violencia.

Lo materiales a utilizar fueron:

- Agenda.
- Cámara fotográfica.

- Cámara digital.
- Celular.
- Globo.

El focus group se realizó a las 4.00 pm el cual tuvo como duración aproximadamente una hora y media.

### 3.2.1. Resultados del focus group respecto a la categoría “ Relación con el entorno”

CATEGORÍA	
Relación con el entorno	RCE
¿Cómo es el entorno con su familia?	

#### INTERPRETACIÓN:

En relación con el entorno la mayoría de mujeres refieren que se llevan bien con sus familias, de vez en cuando consideran que habrá discusiones como en toda familia pero raras veces. Mientras que una discrepa, ya que refiere que ella con su familia no cuenta, por el hecho que siempre le sacan en cara cuando le dan algo o le brindan ayuda.

### 3.2.2. Resultados del focus group respecto a la categoría “ Actitud frente a la violencia”

CATEGORÍA	
Actitud Frente a la Violencia	AFV
¿Cuándo y cómo fue la última vez que utilizo la violencia con Ud.? ¿Recuerda el episodio?	

#### INTERPRETACIÓN:

Sobre actitudes frente a la violencia las mujeres refieren que su pareja las agredieron en la mayoría de casos cuando llegan en estado de ebriedad. El episodio ocurre porque ellas mismas empiezan a reclamar a sus parejas por el estado en que llegan sintiéndose culpables de que ellos las agredan.

### 3.2.3. Resultados del focus group respecto a la categoría “ Experiencias”

CATEGORÍA	
EXPERIENCIAS	EXP
¿Cuál considera Ud. el episodio más traumático que ha vivido?	

#### INTERPRETACIÓN:

Las experiencias vividas del episodio que pasan es cuando sus parejas llegan mareados y les maltratan física y psicológicamente, ya que unos las golpean, otros las humillan haciéndolas sentir que no sirven para nada. No consideran un episodio traumático pero si algo que siempre recordaran refieren.

### 3.2.4. Resultados del focus group respecto a la categoría “ Autopercepción”

CATEGORÍA	
AUTOPERCEPCIÓN	AUP
¿Cómo se considera a sí misma, si tuviera que describirse. ¿Cómo diría que es Ud.?	

#### INTERPRETACIÓN:

La mayoría de mujeres se consideras personas de buen corazón, quizá unas alegres extrovertidas, mientras que otras personas vergonzosas con miedo a expresarse frente a alguien.

**3.2.5. Resultados del focus group respecto a la categoría “ Significado social de violencia**

CATEGORÍA	
Significado Social de Violencia	SDV
¿Qué significa para Ud. la palabra violencia?	

**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de mujeres refieren que violencia es llegar a los golpes con las parejas, mientras que dos discrepan que violencia es la fuerza del hombre sobre una mujer que ellos tienen el poder en la relación.

**ANALISIS DE TRIANGULACIÓN:**

Recopilamos la información de la entrevista y el focus group a través del análisis de la triangulación y lo clasificamos según sus categorías.

**CATEGORÍA: RELACIÓN CON EL ENTORNO**

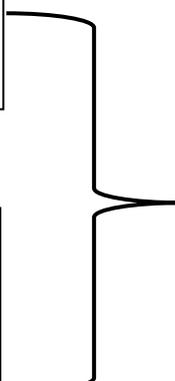
En cuanto al entorno familiar coinciden en señalar la principal causa del maltrato es la falta de

En relación con el entorno la mayoría de mujeres refieren que se llevan bien con sus familias, de vez en cuando consideran que habrá discusiones como en toda familia pero raras veces. Mientras que una discrepa ya que refiere que ella con su familia no cuenta, por el hecho que siempre le sacan en cara cuando le dan algo o le brindan ayuda.

### **CATEGORÍA: ACTITUD FRENTE A LA VIOLENCIA**

Sobre las actitudes frente a la violencia las mujeres muestran sumisión al justificar la violencia porque algunas veces se presentan carencias económicas dentro del hogar y ello motiva la discusión.

Sobre actitudes frente a la violencia las mujeres refieren que su pareja las agredieron en la mayoría de casos cuando llegan en estado de ebriedad. El episodio ocurre porque ellas mismas empiezan a reclamar a sus parejas por el estado en que llegan sintiéndose culpables de que ellos las agredan.



**ACV**

## CATEGORÍA: EXPERIENCIAS

Las mayoría de mujeres cuentan las experiencias que cuando sus parejas llegan borrachos a casa las golpean o pelean pero refieren porque ellas los molestan sintiéndose culpables de lo que ocurre es a causa de ellas.

Las experiencias vividas del episodio que pasan es cuando sus parejas llegan mareados y les maltratan física y psicológicamente ya que unos las golpean como otras que las humillan haciéndolas sentir que no sirven para nada. No consideran un episodio traumático pero si algo que siempre recordaran refieren.

**EXP**

## CATEGORÍA: AUTOPERCEPCIÓN

La mayoría de mujeres no se consideran culpables por el hecho de no trabajar ya que indican que ellas en la casa también realizan la acción de trabajar, sin embargo 2 de ellas discrepan de sus compañeras porque refieren que si hay culpabilidad al no colaborar económicamente con la manutención del hogar.

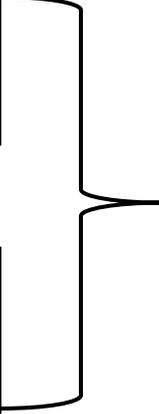
La mayoría de mujeres se consideras personas de buen corazón, quizá unas alegres extrovertidas, mientras que otras personas vergonzosas con miedo a expresarse frente a alguien.

**AUP**

## CATEGORÍA: SIGNIFICADO DE VIOLENCIA

Sobre significado de violencia en su mayoría está referido a la falta de comunicación y dialogo entre las parejas sin embargo también está asociado a miedo, a afrontar circunstancias a denunciar.

La mayoría de mujeres refieren que violencia es llegar a los golpes con las parejas, mientras que dos discrepan que violencia es la fuerza del hombre sobre un mujer que ellos tienen el poder en la relación.



**SDV**

#### IV. DISCUSIÓN

El objetivo principal de la investigación es “Promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer a través de una campaña de comunicación social en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo, para ello se discutirán los resultados de acuerdo a los objetivos específicos:

**a) Describir el contexto en el que se produce la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza”**

Según la categoría Relación con el entorno la mayoría de ellas refieren que se llevan bien con sus familiares, aunque a veces existen discusiones como en toda familia por el simple hecho de que les sacan en cara cuando les brindan ayuda o les apoyan económicamente, como considera Tolentino (2000) que la familia es como un sistema relacional en que la conducta y el comportamiento de cada uno de los integrantes guardan relación con la conducta de otros miembros de su familia. Asimismo en la categoría Actitud frente a la violencia las mujeres indican que su pareja les agreden en la mayoría de casos cuando llegan en estado de ebriedad. El episodio ocurre porque ellas mismas empiezan a reclamar a sus parejas por el estado en que llegan sintiéndose culpables de que ellos las agredan como refiere Galtung (2003) que la violencia se justifica como algo natural para los seres humanos que son violentos por naturaleza, ya que siempre han existido peleas por lo que les resulta obligado a distinguir la agresividad, lo que sucede de manera natural por la herencia genética de la violencia provocada por el poder y subordinación entre los seres humanos.

Referente a las experiencias que pasan es cuando sus parejas llegan mareados y les maltratan física y psicológicamente ya que unos las golpean como otras que las humillan haciéndolas sentir que no sirven para nada. No consideran un episodio traumático pero si algo que siempre recordaran. Concuero lo dicho por Ellsberg (2000, p10) desde la perspectiva individual existen casos en el que la mujer ha vivido desde su infancia la experiencia de maltrato hacia ella o hacia algún familiar cercano, lo cual conllevaría que haya podido asimilar valores y roles machistas, comprobando ella misma que el hombre es

superior a la mujer. Referente a autopercepción la mayoría de ellas se consideran personas de buen corazón, quizá unas alegres extrovertidas, mientras que otras personas vergonzosas con miedo a expresarse frente a alguien coincide con lo expuesto de Saucedo y Bedolla ( 1996, p 87) el cual afirma que la violencia afectan su estado emocional o psicológico. Se consideran violencia emocional hacia la mujer: los insultos, amenazas, intimidaciones, humillaciones, indiferencia, omisiones, menosprecio, burlas, aislamiento.

En cuanto al significado de violencia la mayoría de mujeres refieren que violencia es llegar a los golpes con las parejas, mientras que dos discrepan que violencia es la fuerza del hombre sobre una mujer que ellos tienen el poder en la relación concordando con Heise (2015) manifiesta que la violencia contra la mujer es todo acto de fuerza física o verbal, causado daño físico o psicológico, humillación. Estos hechos conducen a que la mujer maltratada, presente un perfil muy concreto.

#### **b) Conocer las causas de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza”**

Según la categoría relación con el entorno coinciden en señalar la principal causa que es la falta de comunicación y dialogo entre las parejas, sin embargo también se evidencia la carencia de autoestima al considerar el hecho de que son ellas la que provocan el maltrato cuando no hacen caso a sus parejas como afirma Tolentino (2000) considera que el maltrato a la mujer es una conducta que se adquiere a través de un modelo. Los modelos más importantes son los padres del niño, de los cuales el mismo adquiere una gran variedad de patrones de conducta, valores actitudes y normas.

Referente a la actitud frente a la violencia las mujeres muestran sumisión al justificar la violencia porque algunas veces se presentan carencias económicas dentro del hogar ocasionando conflictos con la pareja, es así que todo ello motiva la discusión difiere Ellsberg (2000, p.10) se refiere a temas económicos, al control del dinero, y la toma de decisiones del hombre por encima de la mujer. Con poca o nula libertad económica que da como consecuencia además la falta de libertad social, la mujer se ve imposibilitada de hacer lo que desee o quiera sin el consentimiento del hombre.

Además cuentan las experiencias que cuando sus parejas llegan borrachos a casa las golpean buscando un motivo para pelear, pero refieren porque ellas los molestan sintiéndose culpables de lo que ocurre es a causa de ellas. Mientras que solo una discrepa

que hasta ahora su pareja no la agredido. Conuerdo lo dicho por Sánchez (2001) en su tesis “Si me dejas te mato” El feminicidio Uxoricida en Lima; donde señala que las mujeres estamos atadas a una sociedad machista, ya que hay mujeres que no cuentan con apoyo y eso hace que no puedan salir de este círculo vicioso y efectivamente siempre es el hombre, el que se quiere ver dominante ante la situación y se aprovecha al ver a la mujer sumisa y callada.

Asimismo en la autopercepción la mayoría de mujeres no se consideran culpables por el hecho de no trabajar ya que indican que ellas en la casa también realizan la acción de trabajar, mientras que 2 de sus compañeras discrepan porque refieren que si hay culpabilidad al no colaborar económicamente con la manutención del hogar. Asimismo el significado de violencia en su mayoría está referido a la falta de comunicación y dialogo entre las parejas sin embargo también está asociado a miedo, a afrontar circunstancias a denunciar concordando con Villafuerte (2014), realizo una investigación sobre programa de prevención de la violencia en Casa La Esperanza, Puerto Barrios – Izabal, cuyo objetivo fue contribuir a la prevención de este tipo de violencia con un programa de capacitación y orientación para que puedan superar proponiendo que la mujer que es víctima de violencia denuncie en las instituciones encargadas de velar por su bienestar integral y se capacite para demostrar y demostrarse a sí misma que es capaz de salir adelante con su familia.

**c) Diseñar la campaña de comunicación social para promover la cultura de prevención de violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza”**

Talavera (2004) refiere que una campaña social, es aquella que busca o promueve el cambio social por un grupo o individuos, lo cual tiene como objetivo convencer a las personas de que acepten o cambien conductas o ideas que buscan aportar un beneficio a la sociedad.

La campaña de comunicación social se desarrolló teniendo en cuenta el diagnóstico que se recolectó de las entrevistas con las mujeres del Centro Poblado Alto Trujillo que refieren casos de violencia física o sexual donde el principal causante es el cónyuge y los principales motivos son físicos y psicológicos. La causa principal del maltrato es la falta de comunicación incluso llegan a justificar la violencia aduciendo que ellas provocaron la ira de sus parejas que llegaron en estado de ebriedad.

La mayoría de campañas sociales son dirigidas a temas como, adicciones, alcoholismo, violencia de género, problemas de salud, etc. Porque son muy importantes para fomentar o incentivar un cambio por medio de mensajes, convenciendo para que acepten o modifiquen ideas, actitudes, conductas sobre su vida.

Se plantearon cuidadosamente los objetivos teniendo en cuenta lo que establece Orozco (2010), que los objetivos de la campaña deben estar relacionados directamente con el grupo objetivo o potencial. Lo que ellos desean o quieren o están dispuesto a hacer en beneficio de otros. Así se estableció como objetivo general de la campaña: Promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

En cuanto a las estrategias se definieron teniendo como base lo expresado por Cinabal (2010) que una Estrategia de cambio está orientada a modificarlas actitudes y conducta de los destinatarios utilizando recursos para captar la atención del grupo objetivo, y así persuadir a la audiencia para que se concientice o informe, más utilizados por los diseñadores y creativos en una campaña de comunicación social. Con respecto a las estrategias se desarrollaron charlas informativas, juegos culturales como la grafichanga, reuniones interactivas para facilitar la confianza entre ellas, uso del sociodrama para concientizar a las madres del sector sobre otras formas de violencia que va más allá de las agresiones físicas y comprendan que las agresiones verbales también son formas de maltrato contra la mujer.

**d) Validar a juicio de expertos la campaña de comunicación social que se elaborara para el Club de Madres “Maruja Carranza sobre la campaña de comunicación social.**

Con respecto a la validación a juicio de expertos, se tuvo en cuenta los criterios para calificar una campaña de acuerdo a las fases que debe cumplir: Investigación, Análisis, Comunicación y Control y Evaluación, este método denominado RACE por sus siglas en inglés (Research, Analysis, Communication, Evaluation) propuesto por Martson en 1963 e inspirado en el modelo de Management, Dirección por objetivos.

Tres expertos validaron la campaña de comunicación encontrándola creativa, cumpliendo las fases de desarrollo del plan y sobretodo impacta promoviendo la prevención de la violencia contra la mujer.

## V. CONCLUSIONES

Se concluye que la campaña de comunicación social cuenta con estrategias creativas y novedosas como la grafichanga, sociodrama, charlas informativas, enfocadas al público objetivo que han sido aplicadas logrando así promover la prevención de la violencia a la mujer.

En relación con el primer objetivo, describir el contexto en el que se produce la violencia contra la mujer se dice que el entorno en el que la mayoría de mujeres refieren que está distantes o alejadas de la familia. La idiosincrasia de la personas hace que se generen estas distancias cuando permanentemente les sacan en cara la ayuda que les brindan, por lo que muchas veces las mujeres que sufren maltrato se encuentran solas y no tienen apoyo de su núcleo familiar.

Asimismo, con el segundo objetivo de conocer las causas de la violencia contra la mujer son por reclamos a las parejas, pues los esposos se sienten superiores porque trabajan y asisten a reuniones, no están en casa. Los constantes abandonos en casa con las obligaciones del hogar sin la presencia de la pareja hacen que ellas reclamen apoyo, en esas circunstancias se produce la violencia en forma de insultos, humillaciones y discriminación.

Respecto al tercer objetivo diseñar la campaña de comunicación social para promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer, se diseñó teniendo en cuenta lo expresado por las entrevistadas, además por especialistas en el tema de comunicación social que sirvieron de gran aporte, por consiguiente, las estrategias de intervención fueron orientadas en ese aspecto sobre romper con la teoría de que la mujer es la culpable y generar un mayor compromiso en las mujeres sobre su valoración personal. Se trabajó el aspecto de la comunicación en relación al apoyo emocional, físico y social que debe recibir la víctima, brindarle la protección necesaria para que no se permita el perdón al agresor.

Se concluye que las mujeres víctimas de violencia están en constante búsqueda de información y aptas para recibirlas; por consiguiente se les brindó todos los recursos necesarios para hacerles llegar la información clara y que sobre todo lograr cambiar la mentalidad y el comportamiento de estas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

A los comunicadores sociales continuar investigando los aportes de la comunicación y educación en la prevención de la violencia de género, que no solo se quede en blanco y negro sino que esto sirva para generar alianzas con instituciones que realizan intervenciones en zonas urbano marginales, constituyéndose en un apoyo.

A las escuelas de Ciencias de la Comunicación, Universidades, que incorporar talleres sobre estrategias de intervención social para actualizar a los futuros comunicadores sociales en el marco de la comunicación para el desarrollo humano.

A los psicólogos, abogados; que desde su punto de vista formen un equipo de trabajo abordando el tema de perspectivas diferentes.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Asamblea General de Naciones Unidas (1994). *Declaración sobre la eliminación de violencia contra la mujer*. Recuperado el 20 de mayo de 2018 de: [www.ohchr.org](http://www.ohchr.org).
- Baptista Lucio, P. Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C. (2008). *Metodología de la Investigación* (4° ed.). México: McGraw – Hill Interamericana.
- Bertelli C. (1999). *Violencia Familiar. Informar acerca de la violencia familiar es una forma de prevención*. Auspiciado por Secretaría de Desarrollo Social y Fundación Armonía. Argentina
- Carranza (2002) "*Mujer y Antropología*". Mujer y educación. Barcelona, p21-32.
- Centro de emergencia de la mujer. (2018). Lima, Perú. Recuperado de: <https://www.mimp.gob.pe> el 20 de setiembre del 2018.
- Cibanal (2010) *Campaña de comunicación social*. Universidad Centroamericana José Simeón.
- De Rosal (2015). "*Campaña de comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar*". Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatem. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/01/Rosal-Andrea.pdf>.
- Duque. (2006). *Aprendiendo para el amor o para la violencia*. Modelos de prevención. Barcelona: El Roure.
- Ellsberg (2000). *Factores de la violencia conyugal hacia las mujeres en Nicaragua*. Managua, p10.
- Galtung, J. (2003). *Paz por medios pacíficos: paz y conflicto, desarrollo y civilización*. España, Bilbao: Bakeaz.
- Heise (2015), *Violencia familiar desde una perspectiva de Género*. p. 87-121. Disponible en: <http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/9241545615.pdf>.

- Instituto de la Mujer (2013). *Violencia de género como problema social y de salud*. Tauja, p. 4-6
- Katz. (1982). *La divulgación de las nuevas ideas y prácticas*. En *SCHRAMM: La ciencia de la comunicación humana*. México. Grijalbo.
- McEntee, E. (1998). *Comunicación intercultural, bases para la comunicación efectiva en el mundo actual*. México DF: McGraw Hill.
- Miller, G. (1968). *Lenguaje y Comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu Ediciones.
- Ni una menos (2015). *Marcha para poner fin a la violencia y ayudar a sensibilizar*. Recuperado de:  
<https://larepublica.pe/sociedad/1073104-niunamenos-miles-se-movilizan-hoy-contr-la-violencia-hacia-la-mujer>.
- Organización de las Naciones Unidas (2013) lanza la campaña “*El valiente no es violento*”  
Recuperado de:  
<http://www.undp.org/content/undp/es/home/presscenter/pressreleases/2013/07/04/lanzamiento-de-la-campana-el-valiente-no-es-violento-mtv-latin-america-unete.html>
- Organización Mundial de la Salud (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la salud: Resumen*. WASHINGTON, D.C. Editorial Biblioteca de la OPS Organización Panamericana de la Salud.
- Orozco, A. (2011). *Comunicación estratégica para campañas de publicidad social*. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias. Madrid, España.
- Paz, K. (2015). *Campaña de comunicación social como apoyo a las víctimas de violación sexual*. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Portilla, P. (2014). *"Plan estratégico de comunicación interna para una institución descentralizada del gobierno"*. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Ruiz, P. (2000). *La prevención y detección de la violencia contra las mujeres desde la atención primaria de salud*. Madrid: Asociación para la Defensa de la Sanidad Pública. España.

- Saucedo y Bedolla (1996). *El hostigamiento sexual y su aproximación al conocimiento del hostigador sexual*". México, p. 87
- Servaes (2000). *Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. En temas y problemas de comunicación*. Revista de comunicación de la Universidad de Río. Argentina. Año 8. Vol. 10.
- Taboada, C. (2009). *Tipología de las campañas*. Disponible en <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/aula/tipologia.html> consultado el 27/03/2013
- Talavera, A. (2004). *Diagnóstico de las áreas, servicios y talleres del DIF de San Andrés Cholula: elementos para una mejor difusión interna y externa*. México, Puebla.
- Tolentino N. (2000) *Violencia familiar desde una perspectiva de Género*. Lima-Perú. Editorial Laymar.
- Villafuerte, L. (2014). *Programa de prevención de la violencia intrafamiliar en Casa la Esperanza, Puerto Barrios - Izabal: Propuesta de estrategias y criterios de trabajo*. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Xoyón, C. (2015). *Factores que determinan la violencia intrafamiliar y su reincidencia en mujeres agredidas del Municipio de Chimaltenango*. Tesis Inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala, Antigua Guatemala.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**No** más  
**violencia**  
**CONTRA**  
**la mujer**



**Nada justifica este acto**

Campaña de comunicación social para promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

**KATHERINE MELISSA VARGAS NARCIZO**

**Trujillo – Perú**

**2019**

# Campaña de Comunicación Social para promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del centro poblado Alto Trujillo de la ciudad de Trujillo, 2019

## **1. Diagnóstico:**

En el Centro Poblado Alto Trujillo en los últimos meses se reportaron casos de violencia física o sexual donde el principal causante es el cónyuge y los principales motivos son físicos y psicológicos. Asimismo en las entrevistas que se realizó a diez mujeres en el Centro Poblado Alto Trujillo indican que la causa principal para que su pareja la maltrate es la falta de comunicación, mientras tanto otras se consideran culpables cuando sus parejas llegan mareados ya que si ellas no los molestaran sus parejas no las golpearan.

En cuanto a la actitud de las entrevistadas tienen la predisposición de participar en alguna campaña en contra de la violencia contra la mujer.

## **2. Objetivo General:**

- Promover la cultura de prevención de la violencia contra la mujer en el Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.

## **3. Objetivos Específicos:**

**OE1:** Aportar nuevas actividades preventivas para generar un cambio de actitud en las mujeres violentadas.

**OE2:** Mejorar la comunicación a través de un sociodrama para generar concientización en las mujeres violentadas.

#### **4. Público objetivo:**

A través de los estudios realizados encontramos a un público que es el siguiente:

- Mujeres de 30 a 40 años con una educación básica primaria, con 3 a 4 hijos, que mantienen una relación de convivientes, han recibido maltrato psicológico por parte de sus parejas, (humillaciones, insultos).
- Mujeres que han sido agredidas en 2 a más oportunidades y cuya justificación es por culpa de ellas ya que se responsabilizan que tienen la culpa para que sus parejas las agredan, ellas conocen la gravedad, pero sin embargo tienen el temor de que sus parejas las dejen y prefieren callar.
- Son mujeres que les gustaría recibir información del tema, usan la televisión como fuente de información.
- Aliados Estratégicos: Demuna, público externo, son considerados debido a que con su apoyo facilitarían a cumplir con los objetivos de la investigación.

#### **5. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN A APLICAR**

**OE1: Aportar nuevas actividades preventivas para generar un cambio de actitud en las mujeres violentadas.**

##### **1. ESTRATEGIA:**

Realizar actividades preventivas; de las cuales se busca educar a las mujeres sobre el tema de violencia para poder generar un cambio de mentalidad. Estas actividades serán realizadas y supervisadas por profesionales conocedores del tema.

##### **1.1. ACTIVIDADES**

##### **1.1.1. Actividades culturales para prevenir la violencia a la mujer**

- Juegos Culturales, para generar conocimiento en las mujeres violentadas.
- Reuniones interactivas para generar conocimiento en las mujeres generando confianza entre ellas.

### **1.1.2. Informar a través de charlas informativas sobre el tema de violencia a la mujer.**

Estas charlas serán brindadas por especialistas en el tema, se les brindara un material informativo donde ellas podrán leer sobre el tema a exponer.

- Introducción al tema de violencia a la mujer.
- Valórate mujer
- El silencio de la violencia

**OE2: Mejorar la comunicación a través de un sociodrama para generar concientización en las mujeres violentadas.**

## **2. ESTRATEGIA:**

Realizar actividades las cuales se busca que las mujeres expresen libremente sus emociones y sentimientos referentes al tema. Estas actividades se evaluarán luego por conocedores del tema.

### **2.1. ACTIVIDADES**

- Creación de casos para que sean convertidos en un sociodrama
- Creación del sociodrama con casos de ellas mismas.

## Cronograma de actividades

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Actividades culturales - Grafichanga - Reuniones interactivas		●				
Charla 1: Introducción al tema de violencia a la mujer			●			
Charla 2: Valórate mujer			●			
Charla 3: El silencio de la violencia			●			
Creación de los guiones para el sociodrama					●	
Edición del sociodrama					●	
Presentación del sociodrama a las mujeres						●

## Presupuesto:

Clasificador de gastos (MEF)	DENOMINACIONES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TOTAL SOLES
<b>2.3</b>	<b>BIENES Y SERVICIOS</b>			1359.20	1359.20
	<b><u>BIENES DE CONSUMO</u></b>				
	✓ <b><u>Material de escritorio</u></b>				
	Borradores	4 unidades	0.30	1.20	
	Cinta masking tape	2 rollos	0.50	1.00	
	Corrector	2 unidades	1.50	3.00	
	Fáster	1 caja	3.00	3.00	
	Fólder manila	5 unidades	1.00	10.00	
	Grapas	1 caja	4.00	4.00	

Lapiceros	10 unidades	1.00	10.00
Plumones	4 unidades	2.50	10.00
Papel bond A4	1 millar	15.00	15.00
Papel sábana	5 unidades	1.00	5.00
<b><u>Otros</u></b>			
Cámara de fotos	1		850.00
Cámara de video	1		400.00
CD	2 unidades	1.00	2.00
USB 8gb	1	35.00	35.00
Afiches	4	2.50	10.00

# CAMPAÑA SOCIAL

**ACTIVIDAD 1:** Juegos culturales para generar conocimiento en las mujeres violentadas el cual consistió en que las mujeres del Club de Madres formen 3 grupos y creen casos que para ellas signifique violencia, luego de ello responder las preguntas del mural respecto a sus casos creados.

## **JUEGO: GRAFICHANGA**

✓ **Objetivo:**

Expresar libremente sus emociones y sentimientos referentes al tema.

✓ **Materiales:**

- Papelotes.
- Plumones.
- Hojas Bond.
- Cámara.

✓ **Reglas:**

- La actividad durará 40 minutos.
- Se forman 3 grupos: 4 mujeres en un grupo y 2 grupos de 3 mujeres.
- Cada grupo debe crear un caso que para ellas signifique violencia.
- Responderán a las preguntas del mural respecto al tema.

**Anexo 1: Afiche alusivo a la actividad N° 1 la cual al ver el afiche les permitirá expresar sus emociones y sentimientos respecto al tema a tratar.**

**¡ALTO!**  
**NO MÁS**  
**VIOLENCIA**  
**CONTRA LA MUJER**



Además del maltrato físico, el maltrato verbal es una forma de agredir.

**NADA JUSTIFICA LA VIOLENCIA  
CONTRA LA MUJER**

**ACTIVIDAD 2:** Está actividad consta en que las mujeres del Club de Madres traten de entrar en confianza respondiendo a las preguntas creando confianza en ellas mismas, y aprender lo correcto de lo incorrecto.

### “A PRUEBA MI CONOCIMIENTO”

✓ **Objetivo:**

Intercambiar opiniones y conocimientos generando espacio de confianza

✓ **Materiales:**

- Hojas bond
- Papelote
- Lapiceros
- Plumones

✓ **Reglas:**

- La actividad durará 40 minutos
- Se forman 3 grupos: 4 mujeres en un grupo y 2 grupos de 3 mujeres
- Cada grupo debe responder de forma conjunta, las interrogantes establecidas.
- El equipo que llegue a un acuerdo rápido, escribirá en los papelotes la respuesta a la pregunta realizada.

#### **ESQUEMA DE PREGUNTAS:**

##### **Preguntas sugeridas por: Maite Gorrotxategi Larrea**

1. ¿Qué opinas sobre la violencia en las parejas?
2. Casi siempre es el hombre quien violenta a la mujer. ¿Porque crees que esto ocurre?
3. ¿Porque crees que una persona violentada por su pareja se calla y aguanta los maltratos?
4. ¿Consideras que las personas cercanas a ti pueden ayudarte para impedir la situación?

**LINK DE REFERENCIA:**

[http://carei.es/wp-content/uploads/Unidad\\_didactica\\_educacion\\_secundaria-Junta-de-Andaluc%C3%ADa-1.pdf](http://carei.es/wp-content/uploads/Unidad_didactica_educacion_secundaria-Junta-de-Andaluc%C3%ADa-1.pdf)

**Anexo 2. Actividad N° 3:** Es un afiche el cual es colocado en el Club de Madres “Maruja Carranza” con el fin de invitar a las madres a participar de las charlas referente al tema de violencia a la mujer.



**“Ni golpes que duelan  
Ni palabras que hieran”**



**PARTICIPA EN LA  
CHARLA Y JUEGOS  
CULTURALES**

**INFÓRMATE**



**CLUB DE MADRES  
“MARUJA CARRANZA”**

**FECHA:  
15 de Junio**

**ES HORA DEL CAMBIO.....!**

**ACTIVIDAD 3:** En esta actividad se informará a través de charlas sobre el tema de violencia a la mujer, logrando así saber que tan informadas están acerca del tema.

**TEMA: Introducción al tema de violencia a la mujer**

✓ **Objetivo:**

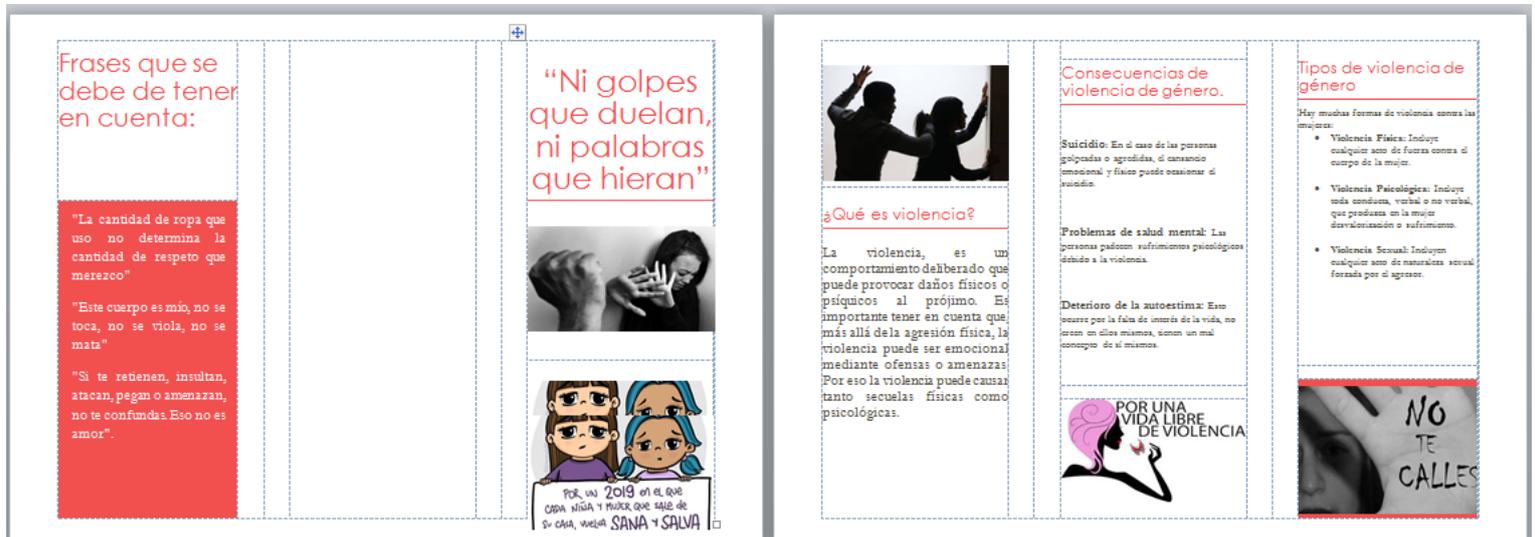
Concientizar a las mujeres violentadas sobre el tema en general.

✓ **Materiales:**

- Manual informativo con el desarrollo del tema
- Lapiceros

✓ **Reglas**

- Durará 45 minutos, luego de ello se establecerán preguntas.
- Se les brindará el tríptico a las mujeres, luego de ello se escuchará la charla que será brindada por un especialista en el tema.



**Anexo 3:** Tríptico el cual es entregado al momento de la charla informativa

## TEMA: “VALORATE MUJER”

### ✓ **Objetivo**

Concientizar a las mujeres sobre el valorarse así mismas y aprender a amarse.

### ✓ **Materiales:**

- Material informativo con el tema detallado ( Se seguirá el mismo esquema del manual que se mostró en la primera charla).
- Lapiceros

### ✓ **Reglas:**

- Durará 25 minutos, luego de ello se pasará a realizar preguntas
- Se les brindara el material informativo a las mujeres, luego de ello se escuchara la charla que será dictada por un especialista en el tema.

## TEMA: “EL SILENCIO DE LA VIOLENCIA”

### ✓ **Objetivo**

Concientizar a las mujeres violentadas sobre el tema, asimismo aprender a frenarlo y cómo sobrevivir después.

### ✓ **Materiales:**

- Material informativo con el tema detallado ( Se seguirá el mismo esquema del manual que se mostró en la primera charla).
- Lapiceros

### ✓ **Reglas:**

- Durará 25 minutos, luego de ello se pasará a realizar preguntas
- Se les brindara el material informativo a las mujeres, luego de ello se escuchara la charla que será dictada por un especialista en el tema.

Anexo 4 : Afiche relacionado a la actividad N° 4



**ACTIVIDAD 4:** Está actividad consistió en la creación de casos de violencia por parte de las mujeres del Club de Madres “Maruja Carranza” cuya finalidad fue transcribirla en un sociodrama.

**SOCIODRAMA: “EL GOLPE MÁS FUERTE ES EL QUE SE DA EN EL  
CORAZÓN”**

**Tema:** Violencia de género

**Objetivo:** Concientizar sobre las diferentes formas de violencia a la mujer

**ACTORES:**

Esposo, esposa, amigos

**MATERIALES Y/O EQUIPOS:**

Efectos de sonido, equipos de grabación

**PREPARACIÓN:**

Se construye un guión radial en base a los 3 casos de violencia

Se emite a las madres del Club para su sensibilización

Se evalúa el sociodrama

**GUÍON RADIAL 1:**

**Ana** por su forma de vestir parece una persona mayor pero solo tiene 25 años, esta casada y lleva aparentemente una vida normal y rutinaria.

**Raúl:** Hola ¿Cómo estas Ani? Tanto tiempo

**Ana:** Bien, saliendo a comprar unas cosas para la casa

**Roxana:** Ah, nosotros íbamos al bar de la esquina por la bienvenida de Raúl, ¿vienes ?

**Ana:** (poco nerviosa) – Ay no se estoy apurada tengo cosas que hacer.

**Raúl:** Anda vamos, solo un rato, hace mucho que ya no salimos

**Ana:** Bueno está bien, pero solo un rato

**Los tres amigos sentados en el bar empiezan a tomar unos tragos mientras están conversando. Hacen un brindis (sonido de vasos)**

**Raúl:** La verdad que a estas alturas nose que hacer (toma un trago de cerveza)

**Roxana:** No es tan grave Manuel ya encontraras un buen trabajo

**Ana:** pero no entiendo todavía porque renunciaste

**Raúl:** porque se me complicaban los horarios.

**La conversación ya estaba avanzada y al quitarse el abrigo a Ana se le ve un moretón**

**Raúl:** Ana que te paso allí

**Ana:** nerviosa, sale corriendo (sonido corriendo) y se golpea contra la puerta (sonido de golpe)

**Ana llega a su casa apurada. Abre la puerta de su casa (sonido de llaves..... segundos más tarde se escuchan gritos.**

**José:** (enojado) siempre lo mismo, siempre lo mismo inútil (sonido de cachetada)

**Ana:** (llorando) discúlpame mi amor, es la última vez que salgo (sonido de golpes) Ana llora cada vez más fuerte

**Ana:** basta amor por favor, basta( sigue llorando) (sonido de cachetadas, platos rotos, sillas tiradas) segundos de silencio, solo un breve llanto de Ana. ¿Qué haces? ¡No! No mi amor no, bas...basta...e enserio no lo hago más, Joseeeee (fuerte golpe contra la pared.

**FIN**

## **GUIÓN RADIAL 2:**

**Carla es una niña de 9 años y vive solo con su padre ya que su mamá falleció cuando ella era pequeña. Su padre hace que ella haga todo los quehaceres en casa ya que él dice que las mujeres son para la casa. El padre de Carla trabaja en construcción y**

**solo llega por las noches, encarga a Carla con su tío el cual no tiene buenas intenciones con ella.**

**Carla:** Buenos días papá aquí está tu desayuno. (Sonido de taza o platos en la mesa)

**Padre:** Gracias hija, no te olvides de lavar mis pantalones que están todos sucios, luego te vas a hacer las compras para la casa.

**Carla:** Terminando de hacer las cosas puedo ir a jugar al parque?

**Padre:** No, Carla tú no puedes salir sola a la calle, las niñas se quedan en casa

**Carla:** (triste) está bien papá.

**El padre de Carla se va a trabajar y ella se pone a hacer sus cosas (sonido lavando platos).**

**Pasan unos segundos.... (Sonido de llaves abriendo puerta) Carla estaba cantando limpiando la casa cuando llega su tío.**

**Carla:** Hola tío deseas que te sirva algo?

**Tío:** No Carlita, ven dame mi beso, tienes que saludar a tu tío querido (sonido de beso).

**Tío:** Me prestas el control que quiero ver el partido de futbol

**Carla:** Si tío ahora te alcanzo (sonido de partido de futbol)

**Carla se retira a su cuarto ya que había terminado de hacer sus cosas, (sonido cerrando puerta)**

**A la media hora su tío se dirige al cuarto de Carla (sonido de pasos) (abre la puerta).**

**Carla:** No tío me duele, me estas lastimando (llorando)

**Tío:** Silencio hija tu sabes que te quiero mucho y no pasara nada, este será ahora nuestro secreto, mira lo que tengo para ti las galletas que más te gustan (sonido de galletas). Y no le digas nada a tu padre que no te creerá. (Sonido llorando). Así que déjate nada mas no te hare doler.. (Sonido de niña llorando cada vez más fuerte.

**FIN**

### GUIÓN RADIAL 3

**Roberto es un niño de 14 años el cual no tiene estudios porque sus padres no tienen para pagar el colegio, su padre trabaja y lo que gana lo usan para que se alimenten y para tomar, es por eso que mandan a Roberto a trabajar ya que es el hijo mayor de 2 hermanos.**

**Padre:** (Borracho) Roberto a qué hora te vas a ir a traer dinero vez que ya se me acaba la cerveza. (Suena un golpe)

**Roberto:** Pero si aún no tomo desayuno.

**Padre:** Te he dicho que te vayas ahora sino no te voy a dar de comer. Invite a mis amigos y no tengo más cerveza, se enoja y golpea la mesa (sonido)

**Roberto:** está bien ahora voy. (Sonido cerrando puerta)

**En la calle Roberto se dedica a trabajar limpiando lunas de los carros lo cual no gana mucho dinero para que lleve a casa.**

**(Sonido de carros en la calle)**

**Roberto:** señor puedo limpiar sus lunas?

**Taxista:** No, ya las he limpiado gracias

**Así por varios minutos Roberto solo saco 10 soles de las 2 horas que estuvo en el paradero de carros.**

**Roberto camino a su casa no sabe qué hacer porque solo cuenta con 10 soles y su papá lo castigara.**

**(Sonido de llaves abriendo puerta)**

**Roberto:** Buenas tardes mamá que hay de comer tengo hambre

**Mamá:** (sirviendo plato en la mesa) no hijo solo alcanzo para tu papa y tus hermanos. Trajiste dinero?

**Roberto:** No mamá solo 10 soles, se retira y se va a su cuarto enojado (cierra la puerta fuerte)

**Después de unos segundos el padre abre la puerta del cuarto de Roberto. (Sonido de puerta)**

**Padre:** ¿Qué solo esto has traído de dinero? (sonido de golpe a la puerta)

**Roberto:** Si, porque no hay trabajo para mí, porque soy menor de edad, nadie me quiere dar trabajo (suena una cachetada)

**Padre:** Cállate y ahora no comerás nada porque no has traído dinero (Sonido llorando)

**Pasan unos días y Roberto busca una forma de ganar dinero fácil, se pone a robar por las noches y lo que saca les da a sus padres y lo restante le queda para el para que se compre sus cosas. Pero no todo es felicidad ya que un día le roba a una señora de dinero la cual lo manda a la cárcel**

**Roberto se encuentra parado en una esquina (sonido de carros) se escuchan gritos de una mujer ¡Auxilio! Auxilio me acaban de robar mi cartera. ¡ Ayudaaaa!**

**(Sonido de sirena de policía) Detente joven (sonido de disparo al aire).**

#### **PREGUNTAS PARA DISCUSION EN GRUPO DESPUES DEL SOCIODRAMA:**

- Lo que hemos escuchado les ha sucedido alguna vez?
- Creen que está bien lo que hizo el tío de Carla?
- Hay algún tipo de agresión o violencia en lo que hemos escuchado? Porqué
- Puede ser que el comportamiento del esposo de Ana solo sea producto del enojo nada más?

## ANEXO N° 03

### FORMATO DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

<b>NOMBRE</b>
<b>EDAD</b>
<b>OCUPACIÓN</b>

<b>I</b>	<b>OBJETIVO</b>
	Conocer las causas de la violencia Club de Madres “Maruja Carranza” del Centro Poblado Alto Trujillo.
<b>II</b>	<b>ÍTEMS</b>
<b>1</b>	¿Considera Ud. que es culpable por el hecho de no trabajar, ocasionando que su pareja la maltrate física y verbalmente?
<b>2</b>	¿Cuándo no hay dinero, las cosas se ponen difíciles en casa?
<b>3</b>	Su pareja ha llegado en estado de ebriedad y la ha agredido?
<b>4</b>	¿En qué ocasiones la ha agredido?
<b>5</b>	¿En el entorno familiar, cuál cree Ud. que es la causa para que su pareja la maltrate?
<b>6</b>	¿Por qué consideras que ocurre la violencia?

## **Anexo N° 04**

### **GUÍA DE FOCUS GROUP PARA LAS INTEGRANTES DEL CLUB DE MADRES “MARUJA CARRANZA” SECTOR 2B DEL CENTRO POBLADO ALTO TRUJILLO – 2018.**

**TEMA:** DESCRIBIR EL CONTEXTO EN EL QUE SE PRODUCE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER. Con este focus group se busca indagar sobre que les impide a las mujeres del club de madres a denunciar a su agresor, el ambiente en el que viven, si estás son maltratadas físicas y psicológicamente por su agresor, en base a una discusión.

#### **1. Segmento a Investigar**

Mujeres entre 30 a 35 años de edad, del nivel socioeconómico C y D, pertenecientes al Club de Madres “Maruja Carranza” del centro poblado Alto Trujillo – Distrito del Porvenir.

#### **2. Muestra**

Se aplicará el focus group, a un total de 15 personas, de las cuales se seleccionará en base a su disponibilidad.

### **GUÍA DEL MODERADOR**

#### **1. Presentación**

Presentación del moderador (a).

Motivo del focus group. Explicación breve acerca del tema a tratar.

Presentación de los integrantes.

#### **2. Introducción de focus group**

Antes del inicio del focus group se les designará recomendaciones a tener en cuenta.

Se permitirá la opinión de todas, asimismo deben respetar cuando una de ellas estará participando, la persona que desee hablar por favor levantar la mano.

Después de haber mencionado lo anterior. ¿Alguna pregunta que tengan?

### **3. Dinamismo del grupo**

#### **El globo preguntón**

Con la ayuda de un globo y la entonación de una canción las participaran, deberán pasar el globo a sus compañeras de mano en mano, hasta que la música pare, es allí donde la persona que se haya quedado con el globo se presentará a las integrantes, respondiendo las siguientes preguntas:

¿Si tuviera que describirse. ¿Cómo diría que es Ud.?

¿Cómo es el entorno con su familia?

¿Qué significa para Ud. la palabra violencia?

¿Cuándo y cómo fue la primera vez que su pareja utilizó la violencia con Ud.?

¿Recuerda el episodio?

¿Cuándo se dio cuenta que su pareja era violenta?

¿Cuál considera Ud. el episodio más traumático que ha vivido?

¿Denunciaron algún tipo de violencia?

## RÚBRICA PARA EVALUAR LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CRITERIOS	Excelente (4)	Bueno (3)	Regular (2)	Malo (1)
<b>Planificación</b>	La Campaña presenta un diagnóstico explicando la problemática con estadísticas, casos, índices etc. Y la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre violencia contra la mujer.	La Campaña presenta un diagnóstico explicando la problemática con estadísticas, casos, índices etc. Y la información presentada ha servido para adecuar y/o sobre violencia contra la mujer.	La Campaña presenta un diagnóstico explicando la problemática con estadísticas, casos, índices etc.	La Campaña presenta un diagnóstico pero no explica la problemática, no hay estadística ni casos presentados.
<b>Gestión</b>	La campaña presenta un cronograma de actividades donde se describe puntualmente cada una de las actividades, la fecha de ejecución y el responsable de la actividad. Presenta además un presupuesto factible de ser ejecutado explicando pormenorizadamente los recursos de las actividades y los costos.	La campaña presenta un cronograma de actividades donde se describe puntualmente cada una de las actividades, la fecha de ejecución y el responsable de la actividad. Presenta además un presupuesto factible de ser ejecutado ,	La campaña presenta un cronograma de actividades donde se describe puntualmente cada una de las actividades, la fecha de ejecución y el responsable de la actividad.	La campaña presenta un cronograma de actividades y presupuesto pero no describe las actividades a realizar.
<b>Organización</b>	La campaña presenta de manera organizada el rol que la comunicación deben cumplir en la Campaña, así como los objetivos generales y específicos. Del mismo modo tendrá en cuenta los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las	La campaña presenta de manera organizada el rol que la comunicación deben cumplir en la Campaña, así como los objetivos generales y específicos.	La campaña presenta de manera organizada el rol que la comunicación deben cumplir en la Campaña.	La campaña no presenta objetivos, ni como la comunicación contribuirá al sensibilizar y lograr un cambio de actitud en los agentes involucrados.

	actuaciones, caracterizándolos y describiéndolos adecuadamente.			
<b>Ejecución</b>	El contenido de las medidas responde adecuadamente a las necesidades de información de los diferentes grupos destinatarios, demostrando, así, un elevado grado de pertinencia. Por todo ello, se puede concluir que la lógica de intervención de la campaña es apropiada.	El contenido de las medidas responde adecuadamente a las necesidades de información de los diferentes grupos destinatarios, demostrando, así, un elevado grado de pertinencia. Además, la solidez de la estrategia se constata en tanto las medidas previstas son consistentes de cara a la consecución de los objetivos establecidos.	El contenido de las medidas responde adecuadamente a las necesidades de información de los diferentes grupos destinatarios, demostrando, así, un elevado grado de pertinencia.	El contenido de las medidas no responde adecuadamente a las necesidades de información de los diferentes grupos destinatarios.
<b>Evaluación</b>	Presenta instrumentos para evaluar la eficiencia y eficacia de la Campaña. Asimismo, presenta una validez y consistencia interna comprobando que existe coherencia entre los objetivos y las estrategias puestas en marcha.	Presenta instrumentos para evaluar la eficiencia y eficacia de la Campaña. Asimismo, presenta una validez y consistencia interna.	Presenta instrumentos para evaluar la eficiencia y eficacia de la Campaña.	No presenta instrumentos para evaluar la campaña

**ANEXO Nº 05**



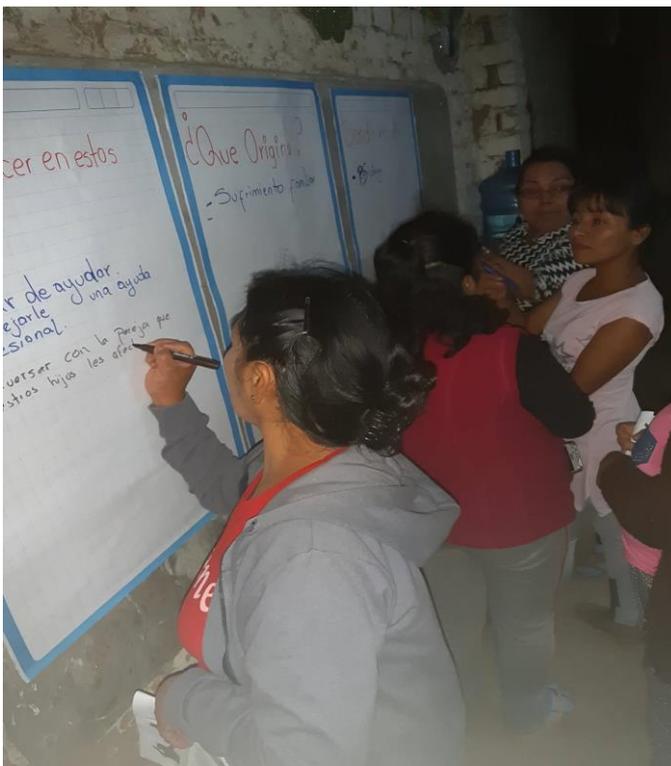
Las mujeres del Club de Madres “ Maruja Carranza” están realizando la creación de un caso en participar acerca de violencia a la mujer con el fin de saber si tienen un conocimiento claro acerca del tema. Actividad Nº 1.

## ANEXO N° 06



Otro grupo de madres realizan la misma actividad de la creación de caso de violencia. Actividad N° 1.

## ANEXO N° 07



Las mujeres del Club de Madres "Maruja Carranza" están debatiendo acerca de las preguntas del mural que tiene que ver con respecto a la actividad N° 1.

## ANEXO N° 08



Repartición de material informativo antes de empezar la charla.

## ANEXO N° 09



Las mujeres del Club de Madres “Maruja Carranza” están escuchando la charla a cargo del Psicólogo Jefferson Vega, especialista en el tema de violencia a la mujer. Actividad N° 2.

## ANEXO N° 10



Las madres están interviniendo en la charla, definiendo para ellas el significado de agresión y violencia. Actividad 2.

## ANEXO N° 11



Las mujeres prestan atención al tema de “El silencio de la Violencia” que está a cargo del Psicólogo Jefferson Vega. Actividad 2

## ANEXO N° 12



Culminación de la charla, mi persona está dando las gracias por la atención brindada por parte de las madres.

**ANEXO N° 13:** Pegado de afiche alusivo a la actividad N° 2 el cual hace referencia a la invitación a las charlas y juegos culturales.



**ANEXO Nº 14**

Una mujer del Club de Madres “Maruja Carranza” está pegando el afiche alusivo a la actividad Nº 4.



CONSTANCIA DE JUCIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL EXPERTO: *William R. Pado Morales*  
CARGO: *Profesora*  
ESPECIALIDAD: *Relaciones Públicas e Imagen Corporat.*  
DNI: *18189528*

Por medio de la presente hago contar que la alumna de X ciclo; Vargas Narcizo Katherine Melissa, realizó la Campaña de Comunicación para prevenir la cultura de prevención de la violencia contra la mujer En el marco del desarrollo de la tesis "CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN EL CLUB DE MADRES " MARUJA CARRANZA" DEL CENTRO POBLADO ALTO TRUJILLO - 2019

Al mismo tiempo se considera válida la campaña de comunicación social.

Trujillo, *05* De *Julio* Del 2019

  
FIRMA

CONSTANCIA DE JUCIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL EXPERTO: *Maicé de los Angeles Sandoz Quispe*  
CARGO: *Docente*  
ESPECIALIDAD: *Magister en Relaciones Públicas e Identidad Corporativa*  
DNI: *18131566*

Por medio de la presente hago contar que la alumna de X ciclo; Vargas Narcizo Katherine Melissa, realizó la Campaña de Comunicación para prevenir la cultura de prevención de la violencia contra la mujer En el marco del desarrollo de la tesis "CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN EL CLUB DE MADRES " MARUJA CARRANZA" DEL CENTRO POBLADO ALTO TRUJILLO - 2019

Al mismo tiempo se considera válida la campaña de comunicación social.

Trujillo *08* De *Julio* Del 2019

  
FIRMA

