

Encuesta

LUGAR DE PROCEDENCIA:

Edad: 18 - 21

22 - 25

26 - 30

Más de 30

Indicaciones:

A continuación, le presentamos un cuestionario que le pedimos sea llenado con la mayor precisión posible, para ello pido marcar la alternativa que para cada caso considere la más acertada.

- ¿Qué estereotipos de género identificas en la sociedad chiclayana?
 - Las mujeres no pueden estar en la calle hasta muy tarde.
 - Hay deportes que son para hombres y deportes para mujeres.
 - En una fiesta los hombres ponen las bebidas.
 - Las mujeres decentes no usan ciertas prendas de vestir.
 - Las labores de la casa deberían realizar las mujeres.
- ¿Existen estereotipos en las publicidades de las discotecas chiclayanas?
 - Sí, muchos
 - Sí, algunos
 - No los he notado
 - Pocos
 - Ninguno
- ¿Qué niveles de violencia percibes en la ciudad de Chiclayo?
 - Muy alto
 - Alto
 - Regular
 - Bajo
 - Ninguno
- ¿Qué grado de violencia genera el incremento de la cosificación de la mujer en la publicidad de las discotecas chiclayanas?
 - Muy alto
 - Alto
 - Regular
 - Bajo
 - Ninguno
- ¿Qué tanto valoras las nuevas tendencias de la moda en nuestra sociedad?
 - Siempre estoy al día con las últimas tendencias.
 - Tomo en cuenta las que más me interesan.

- c) De vez en cuando
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca sigo las tendencias de moda.
6. ¿Qué tipo situaciones muestran la desigualdad de género?
- a) Diferencia de salarios.
 - b) Preferencias por ser hombre o mujer.
 - c) Oportunidad laboral.
 - d) Oportunidad de estudios.
 - e) Acceso a la justicia.
7. ¿Con qué frecuencia percibes la desigualdad de género?
- a) Siempre
 - b) A menudo
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
8. ¿Qué características del entorno donde vives están relacionadas al incremento de la cosificación de la mujer?
- a) La falta de seguridad ciudadana.
 - b) El acoso callejero.
 - c) Uso de la imagen femenina en la publicidad de ciertos productos o servicios.
 - d) Entrada libre a discotecas si vas con ciertas prendas de vestir.
 - e) Ver anfitrionas con prendas cortas promocionando un producto servicio.
9. ¿Consideras que se aprovecha la imagen de las mujeres para incrementar el consumo de un producto o servicio?
- a) Siempre
 - b) A menudo
 - c) A veces
 - d) Muy raramente
 - e) Nunca
10. ¿Cómo identificas el comportamiento promiscuo de una persona?
- a) Sale a discotecas o antros todas las semanas.
 - b) Siempre sale con diferentes personas.
 - c) No tiene relaciones amorosas estables.
 - d) Practica valores.
 - e) Mantiene una relación amorosa estable.
11. ¿Qué tipo de manipulación en las imágenes de las publicidades incrementa la cosificación de las mujeres?
- a) Aumenta la voluptuosidad del cuerpo de la mujer.

- b) Cambia notoriamente las características originales de la modelo.
 - c) Muestra las partes del cuerpo de la mujer.
 - d) Acompaña las imágenes con frases insinuantes y denigrantes.
 - e) Ninguna.
12. ¿Qué caracteriza a una persona que discrimina las cualidades de otra por el hecho de ser mujer?
- a) Desvalora el trabajo de una mujer.
 - b) Marca diferencia entre los roles de un hombre y una mujer.
 - c) Critica constantemente el trabajo de una mujer.
 - d) Se cree superior.
 - e) Todas las anteriores.
13. ¿Qué tipo de comportamiento es parte del ejercicio de la libertad sexual?
- a) Cuando elige sus relaciones amorosas.
 - b) Cuando tiene varias parejas a la vez.
 - c) Cuando cree que la heterosexualidad es la única forma correcta de relacionarse.
 - d) Todas las anteriores.
 - e) Ninguna de las anteriores.
14. ¿Cómo se aprovechan las herramientas que sirven para la elaboración de las publicidades en las discotecas chiclayanas?
- a) Manipular las imágenes.
 - b) Generar mayor rentabilidad.
 - c) Muestran poca creatividad.
 - d) Elaborar publicidades de calidad.
 - e) Hacen uso de la imagen de las mujeres.
15. ¿Con qué frecuencia interactúas en la página de la discoteca a la que más asistes cuando organiza un evento?
- a) Muy a menudo
 - b) A menudo
 - c) Regularmente
 - d) Pocas veces
 - e) Nunca
16. ¿Qué estrategias identificas en la publicidad de las discotecas chiclayanas para aumentar la asistencia?
- a) Etiquetar a muchas personas.
 - b) Incluyen personajes conocidos.
 - c) Uso de la imagen de la mujer.
 - d) Pagan publicidad.
 - e) No las identifico

17. ¿Qué tan útiles son para usted las plataformas que las discotecas chiclayanas emplean como espacio de difusión?
- a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Muy poco
 - d) Casi nada
 - e) Nada
18. Sobre la calidad de las publicaciones que las discotecas chiclayanas hacen en sus redes sociales como producto final de su publicidad. ¿Cómo las calificarías del 1 al 5 siendo 1 el más bajo?
- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) 4
 - e) 5
19. ¿Existen anunciantes de las discotecas chiclayanas que optan por un diseño en la publicidad fuera de lo común?
- a) Sí, la mayoría
 - b) Sí, algunos
 - c) Poco
 - d) Muy poco
 - e) No, ninguno.
20. ¿Entre qué rango de edad consideras que se encuentra el PÚBLICO OBJETIVO de las discotecas chiclayanas?
- a) 18 – 25 años de edad
 - b) 26 – 30 años de edad
 - c) 31 – 35 años de edad
 - d) 36 – 40 años de edad
 - e) 41 – más años de edad
21. ¿En cuánto tiempo identificas el mensaje del discurso en las publicaciones de las discotecas chiclayanas?
- a) Al instante, porque tienen una temática que está de moda.
 - b) Me tomo unos minutos, porque a veces las imágenes no se relacionan con el texto.
 - c) Me toma mucho tiempo porque necesito corroborar la información.
 - d) Depende de la publicación.
 - e) No le presto atención al mensaje, porque solo voy a divertirme.
22. ¿Consideras que nuestra cultura está incluida en las temáticas de las publicaciones de las discotecas chiclayanas?
- a) Sí
 - b) Muchas veces

- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

23. ¿Qué caracteriza a la estructura de la publicidad de las discotecas chiclayanas?

- a) Es muy atractiva a la vista.
- b) Son divertidas.
- c) Muy simples.
- d) Carecen de creatividad.
- e) No me gustan.