



**Iniciativa
Spotlight**
*Para eliminar la violencia
contra las mujeres y las niñas*



THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS
TEAM



LA APLICACIÓN DE LAS CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO PARA ABORDAR LA VIOLENCIA DIGITAL HACIA LAS MUJERES Y LAS NIÑAS

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

2021



Iniciativa
Spotlight
Para eliminar la violencia
contra las mujeres y las niñas



THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS
TEAM

LA APLICACIÓN DE LAS CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO PARA ABORDAR LA VIOLENCIA DIGITAL HACIA LAS MUJERES Y LAS NIÑAS

Conclusiones del estudio



LA APLICACIÓN DE LAS CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO PARA ABORDAR LA VIOLENCIA DIGITAL CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Conclusiones del estudio

—
© ONU Mujeres y The Behavioral Insights Team
Julio, 2021

María Noel Vaeza, **Directora Regional**
Cecilia Alemany, **Directora Regional Adjunta**
ONU Mujeres para las Américas y el Caribe

Equipo de coordinación BIT Marta Garnelo, Miguel Rosales, Tomás García y Jin Han Kim
ONU Mujeres Leah Tandeter, Michelle Mendes Meireles Silva, Carolina Ferracini

La elaboración de este documento ha sido posible gracias a la colaboración y contribución de Emily Cardon, Chloe Bustin, Alexandra de Filippo y Mónica Wills Silva.

Edición y revisión de contenido Constanza Narancio, asesora en comunicación
Diseño editorial Emicel Guillén, consultora en diseño gráfico
Oficina Regional de ONU Mujeres para las Américas y el Caribe

El contenido y la información pueden ser utilizados siempre que se cite la fuente.

Citar García, T., Garnelo, M., Kim, J., Rosales, M. (2021), *La aplicación de las ciencias del comportamiento para abordar la violencia digital hacia las mujeres y las niñas. Conclusiones del estudio*. ONU Mujeres para las Américas y el Caribe y The Behavioral Insights Team.

Resumen ejecutivo

- En un estudio controlado aleatorizado con 5077 hombres de Bolivia y Guatemala, se puso a prueba una serie de mensajes centrados en conductas **donde se alienta a los hombres a intervenir contra la violencia digital hacia las mujeres**.
- De cuatro mensajes, tres **lograron aumentar la intención de intervenir para poner freno a los perpetradores**.
- El mensaje sobre **“reglas prácticas”** fue el que tuvo mayor impacto (el **71,2%** de los participantes que vieron el mensaje manifestaron que era probable o muy probable que frenaran a los perpetradores, frente al **56,2%** de los que no vieron ningún mensaje).
 - El mensaje sobre **“reglas prácticas”** exhibió el mejor desempeño de manera constante en diversos subgrupos, tanto en Bolivia como en Guatemala.
- Los participantes **identificaron correctamente aproximadamente la mitad de las situaciones de violencia digital** que les fueron presentadas. Esto fue así en todos los grupos, independientemente del mensaje que vieron o de que no hubieran visto ninguno.
- Los participantes que vieron los mensajes de intervención manifestaron un **mayor nivel de conciencia, una menor probabilidad de considerar que sus amigos aceptarían situaciones de violencia digital y mayores niveles de autoeficacia** para actuar frente a la violencia digital, en comparación con quienes no vieron ningún mensaje.

Mejor desempeño

RECONOCER QUE ES VIOLENCIA ES EL PRIMER PASO. TÚ PUEDES FRENAR LA VIOLENCIA DIGITAL

Si un amigo te envía fotos íntimas de una chica	NO COMPARTAS. NO LA CULPES.	BÓRRALAS. PÍDELE QUE PARE LA CADENA.	
Si un familiar insulta o humilla a una mujer en redes.	NO TE QUEDES CALLADO.	DILE QUE PARE.	
Si la pareja de una amiga le controla el celular.	NO LE QUITES IMPORTANCIA.	ESCÚCHALA.	

- El impacto de los mensajes de intervención relativos a las posturas fue ambivalente.
 - Los participantes que vieron los mensajes de intervención exhibieron una **menor probabilidad de culpar a las víctimas o de considerar que las mujeres exageran sus experiencias** vinculadas con la violencia digital.
 - No obstante, los que vieron tres variantes de los mensajes manifestaron una **mayor tendencia a creer que las mujeres podrían disuadir a los agresores en línea simplemente diciéndoles que se detengan**. La hipótesis es que estos mensajes pueden haber inducido a los testigos a proyectar una mayor sensación de autoeficacia sobre las sobrevivientes.
- **Tres de cada diez** participantes **se retiraron voluntariamente del estudio tras ver en la página introductoria que el tema era la violencia digital contra las mujeres y niñas**. Estos casos podrían ser una señal de que las campañas de comunicación tal vez no sean efectivas para captar el interés de algunos hombres y que se necesitan otras estrategias.

Recomendaciones

1

- Se sugiere que ONU Mujeres amplíe la difusión del mensaje sobre “reglas prácticas”, que fue el que tuvo el mejor desempeño. ONU Mujeres puede utilizar los cuatro mensajes sin temor a que produzcan un efecto negativo. El uso de estos cuatro mensajes podría ayudar a mitigar el riesgo de que el impacto disminuya debido a la reiteración.

2

- La **facilitación de reglas prácticas para los hombres** sobre qué hacer para enfrentar la violencia digital **es una estrategia prometedora para motivarlos a actuar**. Si el desarrollo de programas de ONU Mujeres ofrece la posibilidad de implementar intervenciones que incorporen esta estrategia, se recomienda corroborar estas conclusiones mediante un estudio de campo.

3

- Algunas de las áreas a las que convendría apuntar en futuros mensajes y estudios son: mejorar la identificación de la violencia digital, **motivar a los hombres a que apoyen a las sobrevivientes** e investigar cómo se podría mitigar el riesgo de que las intervenciones que aumentan la sensación de autoeficacia de los testigos los conduzcan a proyectar esto sobre las mujeres que sufren violencia digital.

4

- Las intervenciones (p. ej. las campañas de comunicación) **que dependen de que los hombres se interesen por contenidos relativos a la prevención de la violencia tal vez no sean una estrategia efectiva para llegar a los hombres más reticentes**. Es posible que ONU Mujeres y sus socios tengan que implementar intervenciones más intensivas y/o personalizadas (p. ej. campañas “puerta a puerta” profundizadas o “*deep canvassing*” en inglés), y servirse de diferentes puntos de contacto o mensajeros para lograr involucrar a este grupo.

DESCRIPCIÓN GENERAL Y MÉTODOS DEL PROYECTO

Contexto



Objetivo

ONU Mujeres y BIT desarrollaron y pusieron a prueba una serie de mensajes centrados en conductas con el objetivo de alentar a los hombres a intervenir cuando presencian situaciones de violencia digital hacia las mujeres. Además, se indaga en los potenciales mecanismos que subyacen al cambio conductual.



Trabajo exploratorio

26 entrevistas con expertos en prevención de la violencia y con hombres que habían participado en el desarrollo de programas destinados a prevenir la violencia contra las mujeres y niñas (VCMN). Se identificaron probables obstáculos que hacen más difícil que los testigos intervengan contra la violencia:

- Los testigos **no reconocen** la VCMN;
- Los testigos piensan que **los demás no actúan** cuando presencian situaciones de VCMN;
- A los testigos les preocupan las consecuencias de actuar y, a su vez, **no se dan cuenta de las consecuencias de su inacción**;
- Los testigos **no saben cómo intervenir de manera eficaz** contra la VCMN.



Método

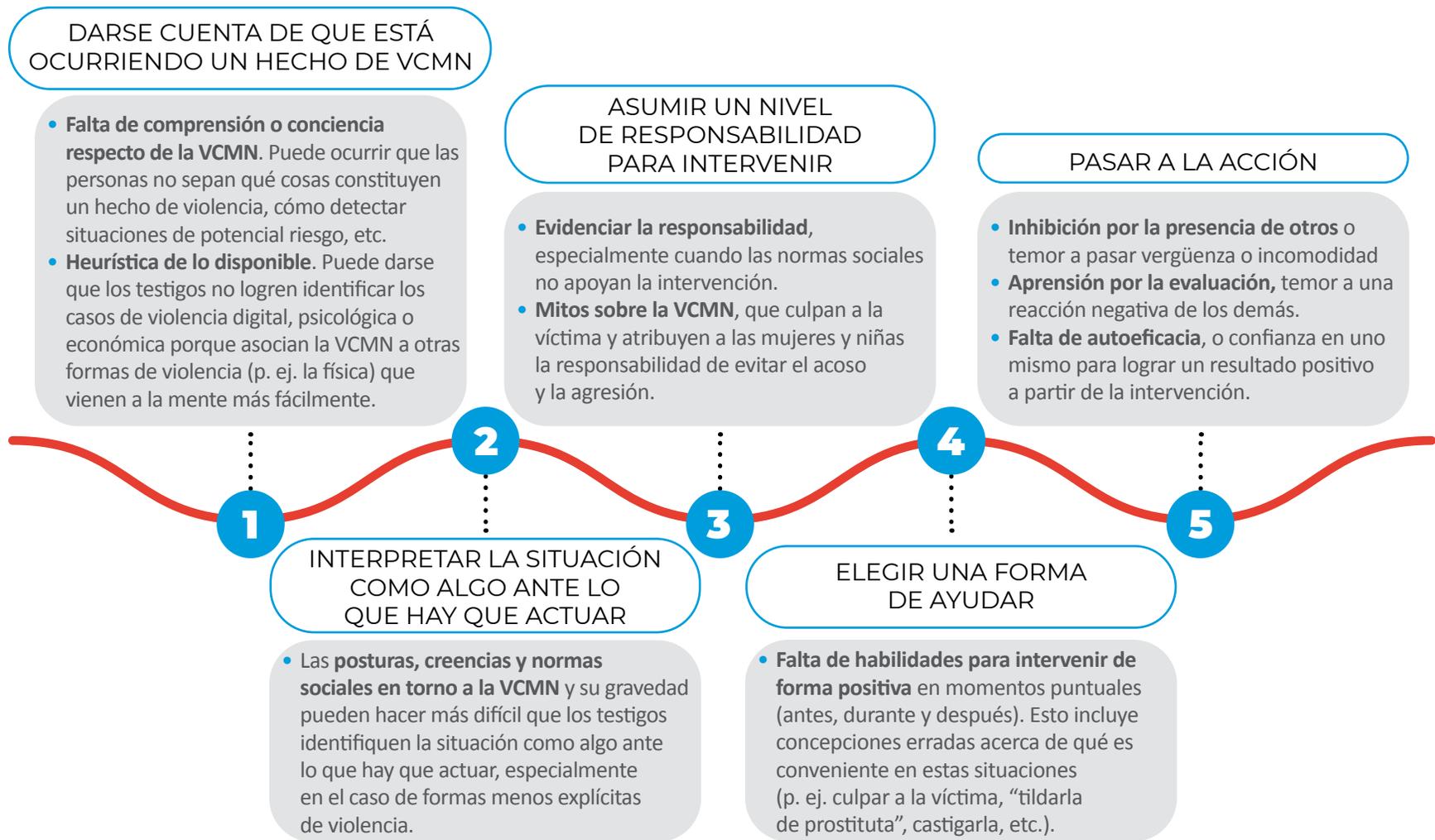
BIT utilizó una plataforma de encuestas en línea para **simular tres situaciones que representaban diferentes formas de violencia digital**. Convocamos a más de 5000 participantes hombres de Bolivia y Guatemala y evaluamos el grado de probabilidad de que intervinieran en esas situaciones.



Cronograma

- Fase 1 (trabajo exploratorio)
 - Octubre de 2020 a marzo de 2021
- Fase 2: (estudio en línea)
 - Abril a julio de 2021

Nuestros mensajes abordan los obstáculos junto al modelo de intervención del testigo



Mensajes de intervención

TIPOS DE VIOLENCIA DIGITAL

NORMAS SOCIALES DINÁMICAS

DECISIÓN DELIBERADA

REGLAS PRÁCTICAS

Mensajes

Tipos de violencia digital

OBJETIVO

Presentar ejemplos de formas habituales de violencia digital con el fin de facilitar su identificación

Normas sociales dinámicas

OBJETIVO

Destacar que la mayoría adopta o considera la conducta deseable, con el fin de alentar el comportamiento en los individuos

Golpear no es la única forma de violencia.

Lo que sucede en línea, TAMBIÉN ES VIOLENCIA.

- Insultar o amenazar a una chica en redes sociales
- Controlar lo que hace tu pareja en el celular
- Enviar imágenes sexuales sin consentimiento

TÚ PUEDES PARAR LA VIOLENCIA DIGITAL

¿Te sientes incómodo cuando ...

- un amigo comparte fotos íntimas de una chica que conoce?
- un familiar insulta o controla a su pareja por redes?

No eres el único.

CADA VEZ MÁS HOMBRES FRENAN LA VIOLENCIA DIGITAL. ÚNETE.



Mensajes

Decisión deliberada

OBJETIVO

Mostrar a la inacción como una decisión deliberada de no actuar

Reglas prácticas

OBJETIVO

Ofrecer un conjunto de reglas prácticas y aplicables para reaccionar ante la violencia digital

· Cuando un amigo comparte fotos íntimas de una chica en un grupo...

· Cuando un familiar insulta, o controla a su pareja por redes...

Tienes dos opciones:

FRENARLO.
DECIRLE
QUE PARE



MIRAR PARA EL
COSTADO Y DEJAR
QUE LA VIOLENCIA
CONTINÚE

TÚ DECIDES.

RECONOCER QUE ES VIOLENCIA ES EL PRIMER PASO. TÚ PUEDES FRENAR LA VIOLENCIA DIGITAL

Si un amigo te envía fotos íntimas de una chica

✗
NO COMPARTAS.
NO LA CULPES.

✓
BÓRRALAS. PÍDELE
QUE PARE LA CADENA.



Si un familiar insulta o humilla a una mujer en redes.

NO TE QUEDES
CALLADO.

DILE QUE PARE.



Si la pareja de una amiga le controla el celular.

NO LE QUITES
IMPORTANCIA.

ESCÚCHALA.



Variables primordiales de valoración



Se preguntó a los participantes qué harían en **tres escenarios hipotéticos** (ver la próxima página) y cuán probable sería que llevaran a cabo las siguientes acciones (u omisiones), utilizando una escala de 5 puntos que iba desde muy improbable hasta muy probable:

- Intervenir para frenar al perpetrador
- Ofrecer ayuda a la víctima
- Evitar concentrarse en el tema

La **variable principal de valoración** era la **intención de intervenir en casos de violencia digital**, codificada como una variable binaria. Para que se la calificara como “exitosa”, los participantes debían haber manifestado que era **probable o muy probable que intervinieran para frenar a los perpetradores en los tres escenarios**.

También se midió el grado de **reconocimiento de la violencia digital**, pidiéndole a los participantes que leyeran seis frases y que identificaran aquellas que representaban una forma de esa violencia.

Tres escenarios para medir la intención de intervenir



WhatsApp

En uno de sus grupos de WhatsApp integrado solo por hombres, un amigo suyo, Luis, le cuenta al grupo que tiene una foto íntima de una mujer con la que tuvo relaciones sexuales.

La foto se tomó sin el consentimiento de ella.



Restaurante

Usted está en un restaurante con su amigo, Marcelo, y la novia de él, María. María se va al baño y Marcelo aprovecha la oportunidad para tomar su teléfono y revisar sus mensajes directos de las redes sociales.



Transmisión de un partido de fútbol

Usted está mirando un partido de fútbol en su casa. Una periodista deportiva está relatando el partido. En las redes sociales, usted ve que su amigo, Pedro, publica que las mujeres no saben de fútbol y que no deberían comentar un partido de hombres.

¿Qué haría usted en ese momento?

Variables exploratorias de valoración

Por otra parte, se recolectaron datos del estudio indicados a continuación para explorar posibles mecanismos y mediadores vinculados a la intención de intervenir de los participantes:



Comprensión del mensaje de intervención



Posturas respecto de la violencia digital*



Sensación de aptitud para intervenir*



Interés en el tema, evidenciado al hacer clic en el hipervínculo al final del estudio

* Las preguntas que se utilizaron en la encuesta para recolectar los datos se muestran en el Anexo A.

Perfil de los participantes

DETALLES DEMOGRÁFICOS DE LOS PARTICIPANTES* (N = 5,077)

Edad	
18 -29	57%
30 - 39	26%
40 - 49	13%
50 o más	4%

Localidad	
Urbana	65%
Suburbana	23%
Rural	12%

Situación laboral	
Empleado	65%
Desempleado	9%
Otra	23%

Educación	
Inferior a nivel secundario	8%
Educación secundaria	29%
Educación técnica / universitaria o más	61%

Orientación sexual	
Bisexual	4%
Gay / Lesbiana	2%
Heterosexual	76%
Otra / No responde	18%

Situación de pareja	
En una relación	56%

Hijos/as	
Tiene hijos/as	40%
Tiene hija(s)	26%

Muestra de **5,077 hombres adultos** de diferentes partes de **Bolivia (N=3,008)** y **Guatemala (N=2,069)**

Datos de los participantes sobre la:

- edad
- situación laboral
- nivel educativo
- tipo de localidad
- orientación sexual
- situación de pareja
- hijos/as

Tiempo medio dedicado a completar la encuesta: 9,6 minutos.

* Los datos demográficos incluyen las respuestas faltantes. El porcentaje se calculó entre los participantes que dieron una respuesta.

Tres de cada diez participantes se retiraron de la encuesta inmediatamente después de ver la introducción

Las tasas de deserción fueron similares en los cinco grupos

8,253
Ingresaron a la encuesta

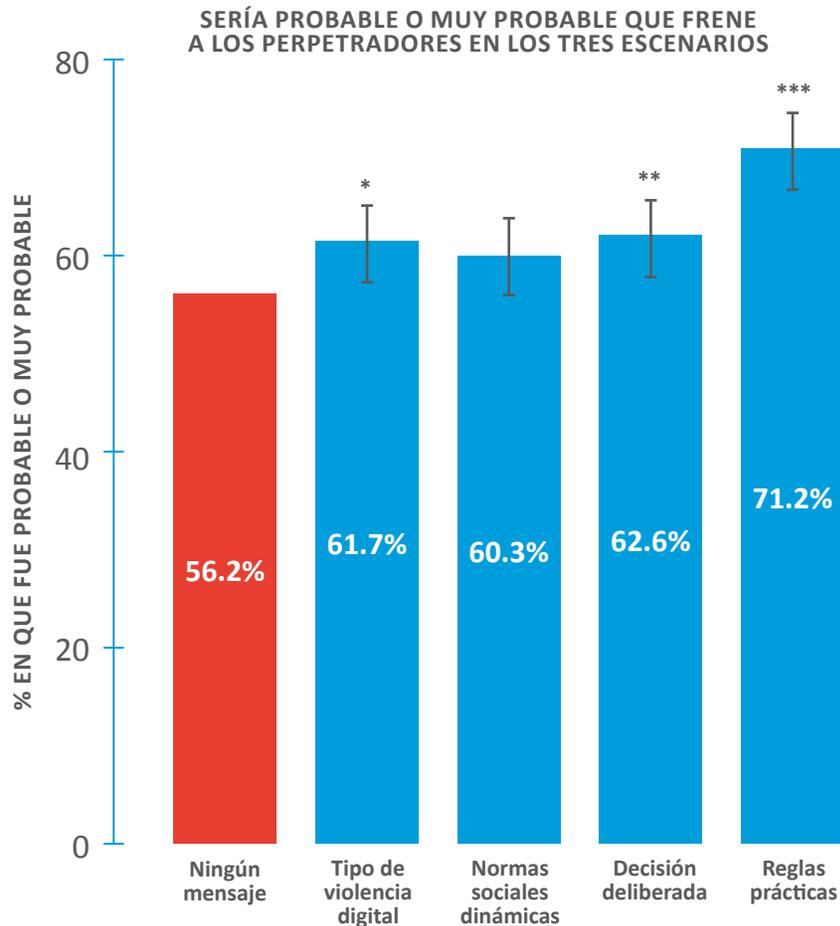
5,077
Participantes idóneos fueron distribuidos al azar

ASIGNACIÓN ALEATORIA

	RESPONDIERON LA PREGUNTA PRINCIPAL (N=5,077)	RESPONDIERON LA PREGUNTA SECUNDARIA (N=4,917)	RESPONDIERON LAS PREGUNTAS DEMOGRÁFICAS (N=4,807)
Ningún mensaje Grupo	1,001	961	945
Tipos de violencia digital Grupo	1,035	1,004	984
Normas sociales dinámicas Grupo	1,048	1,016	997
Decisión deliberada Grupo	1,005	974	950
Reglas prácticas Grupo	988	962	931

CONCLUSIONES

De cuatro mensajes, tres elevaron considerablemente la intención de intervenir. El que tuvo mejor desempeño fue el de “reglas prácticas”



n = 4,709
 * p<0.05 ** p<0.01 *** p<0.001
 Análisis primario

RECONOCER QUE ES VIOLENCIA ES EL PRIMER PASO. TÚ PUEDES FRENAR LA VIOLENCIA DIGITAL

Si un amigo te envía fotos íntimas de una chica	✗ NO COMPARTAS. NO LA CULPES.	✓ BÓRRALAS. PÍDELE QUE PARE LA CADENA.	
Si un familiar insulta o humilla a una mujer en redes.	NO TE QUEDES CALLADO.	DILE QUE PARE.	
Si la pareja de una amiga le controla el celular.	NO LE QUITES IMPORTANCIA.	ESCÚCHALA.	

Los participantes que vieron el mensaje “aptitudes para intervenir” exhibieron un **26% más de probabilidades de manifestar que intervendrían para frenar al perpetrador en casos de violencia digital.**

De cuatro mensajes, tres aumentaron la intención de intervenir. Si bien el mensaje sobre “normas sociales dinámicas” tuvo una tendencia positiva, no fue estadísticamente significativa.

El mensaje sobre “reglas prácticas” también tuvo el mejor desempeño en cada uno de los escenarios individualmente

% en que resultó “probable” o “muy probable” que le dijeran al perpetrador que pare

	NINGÚN MENSAJE (N=1,001)	TIPOS DE VIOLENCIA DIGITAL (N=1,035)	NORMAS SOCIALES DINÁMICAS (N=1,048)	DECISIÓN DELIBERADA (N=1,005)	REGLAS PRÁCTICAS (N=988)
Escenario 1 WhatsApp	88%	89%	87%	90%	91%
Escenario 2 Restaurante	76%	81%	81%	82%	86%
Escenario 3 Transmisión de partido de fútbol	69%	73%	72%	74%	79%

Nota: la muestra incluye a los participantes que respondieron las tres preguntas relativas a los distintos escenarios (N=5077), independientemente de si contestaron el resto de la encuesta. La tasa más alta de la variable de valoración dentro de cada escenario se muestra sombreada en color rojo.

Casi 9 de cada 10 participantes tuvieron la intención de frenar al perpetrador que pretendía difundir públicamente una foto de índole sexual, incluso sin haber visto ningún mensaje de intervención.

Solo 7 de cada 10 participantes tuvieron la intención de intervenir al ver que un amigo controlaba el teléfono de su pareja o publicaba un insulto sexista en las redes sociales. El mensaje que tuvo el mejor desempeño elevó la intención de intervenir en estas situaciones en hasta 10 puntos porcentuales.

Los resultados se mantienen parejos en los dos países y los diferentes grupos demográficos

En general, la probabilidad de intervenir es más baja en Bolivia y más alta en el caso de la Generación Z

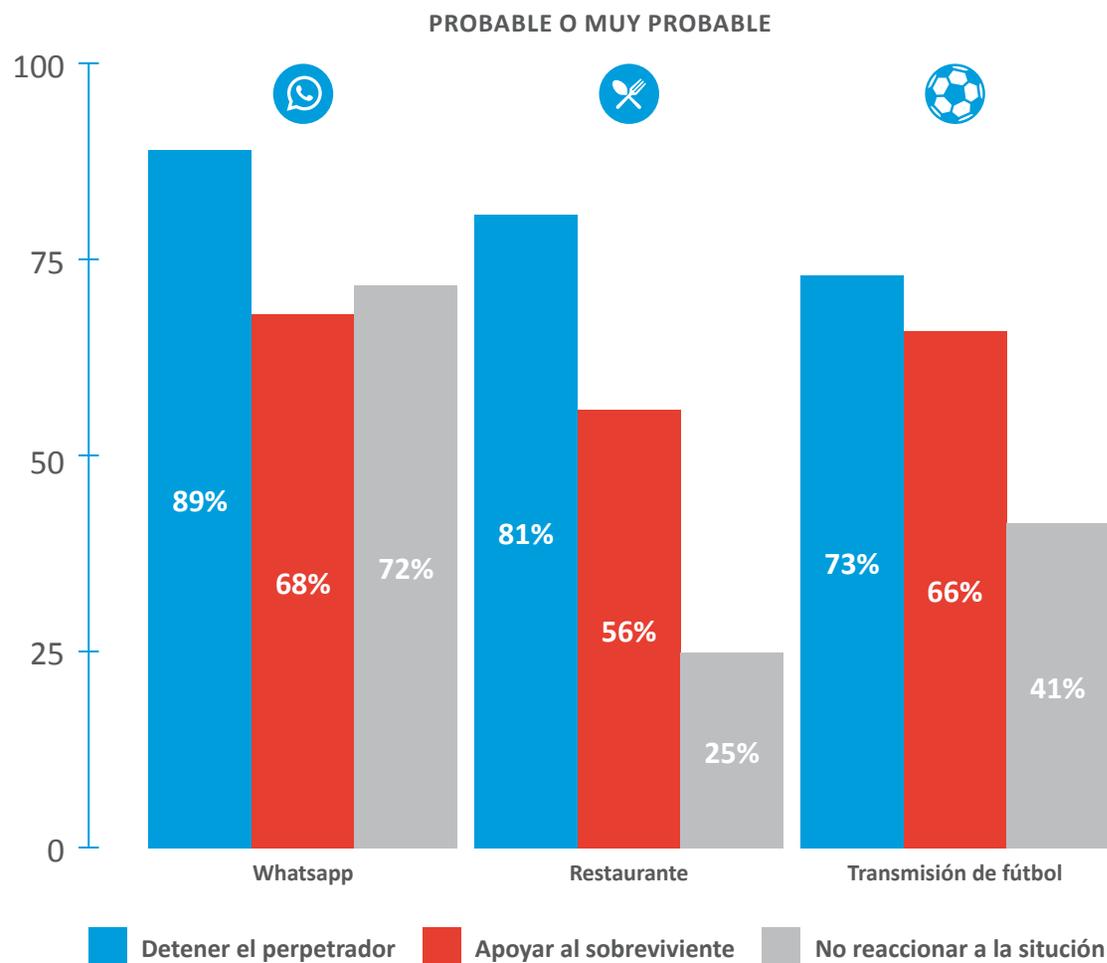
% en que resultó “probable” o “muy probable” que le dijeran al perpetrador que pare en los tres escenarios

	TOTAL (N=5,077)	TIENE HIJA(S) (N=1,270)	GENERACIÓN Z (N=2,007)	MILLENNIALS (N=2,440)	BOLIVIA (N=3,008)	GUATEMALA (N=2,069)
Ningún mensaje	56%	58%	61%	56%	49%	65%
Tipos de violencia digital	61%	67%	63%	60%	56%	68%
Normas sociales dinámicas	60%	62%	63%	62%	53%	70%
Decisión deliberada	63%	63%	66%	63%	59%	67%
Reglas prácticas	70%	75%	69%	74%	67%	74%

Nota: la tasa más alta de la variable de valoración dentro de cada subgrupo se muestra sombreada en color rojo.

Se incluyeron los subgrupos para los cuales existe una muestra lo suficientemente grande como para llevar a cabo un análisis de subgrupos (una cantidad mayor o cercana a 1000 respuestas). Los resultados fueron parejos entre esos subgrupos. Otros grupos, como, por ejemplo, los relativos al nivel educativo o la orientación sexual, tuvieron una cantidad muy baja de respuestas, lo cual imposibilitó realizar un análisis significativo.

En todos los escenarios, la predisposición de los encuestados a apoyar a la sobreviviente fue menor que su predisposición a frenar al perpetrador



Por ejemplo, en el escenario de WhatsApp, en todos los grupos (muestra total de los encuestados):

- El **89%** de los participantes tuvo la intención de frenar al perpetrador
- El **68%** de los participantes tuvo la intención de apoyar a la sobreviviente

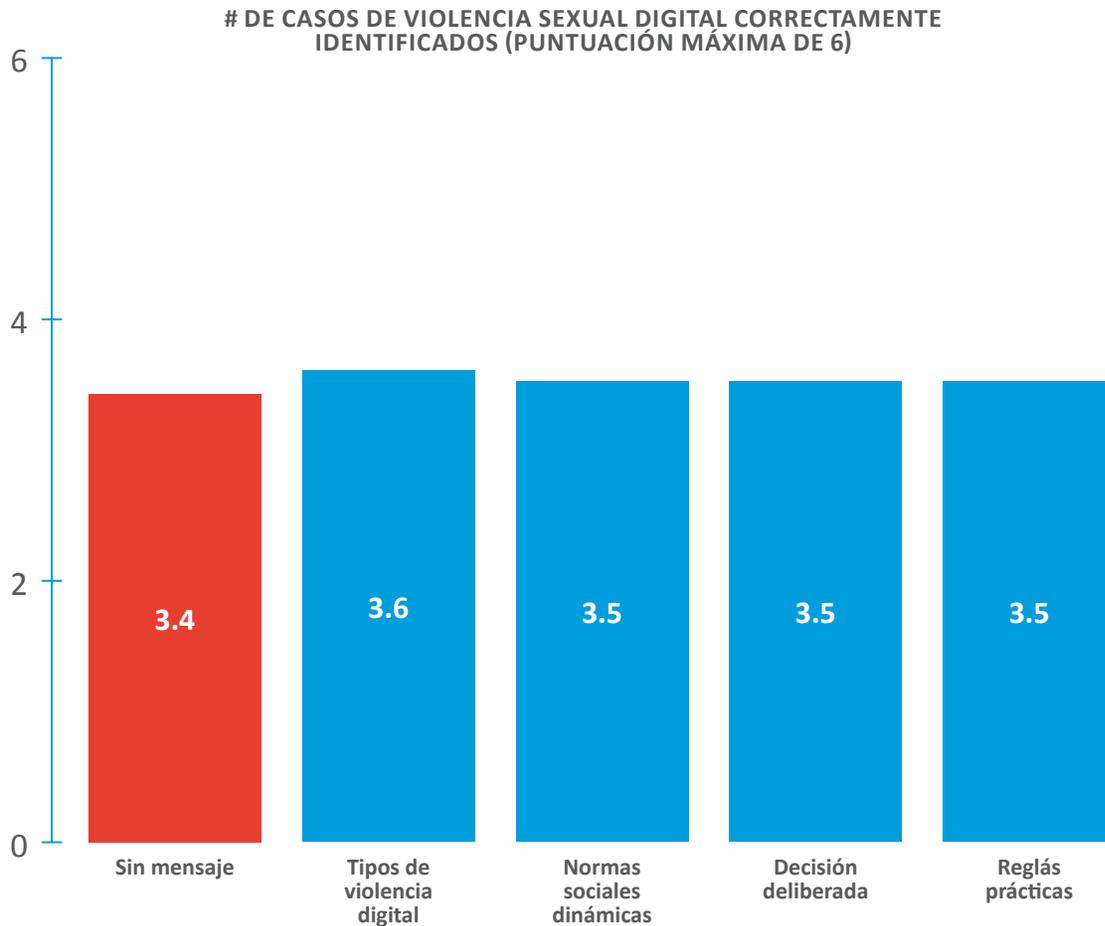
Los participantes que vieron el mensaje sobre “reglas prácticas” manifestaron las mayores probabilidades de apoyar a la sobreviviente en todos los escenarios

% en que resultó “probable” o “muy probable” que intentarían ayudar a la víctima

	NINGÚN MENSAJE (N=1,001)	TIPOS DE VIOLENCIA DIGITAL (N=1,035)	NORMAS SOCIALES DINÁMICAS (N=1,048)	DECISIÓN DELIBERADA (N=1,005)	REGLAS PRÁCTICAS (N=988)
Escenario 1 WhatsApp	61%	70%	69%	68%	70%
Escenario 2 Restaurante	46%	56%	56%	58%	64%
Escenario 3 Transmisión de partido de fútbol	63%	66%	66%	67%	68%

Nota: la tasa más alta de la variable de valoración dentro de cada escenario se muestra sombreada en color rojo.

Los participantes tuvieron dificultades para identificar correctamente qué cosas *no* constituyen violencia digital



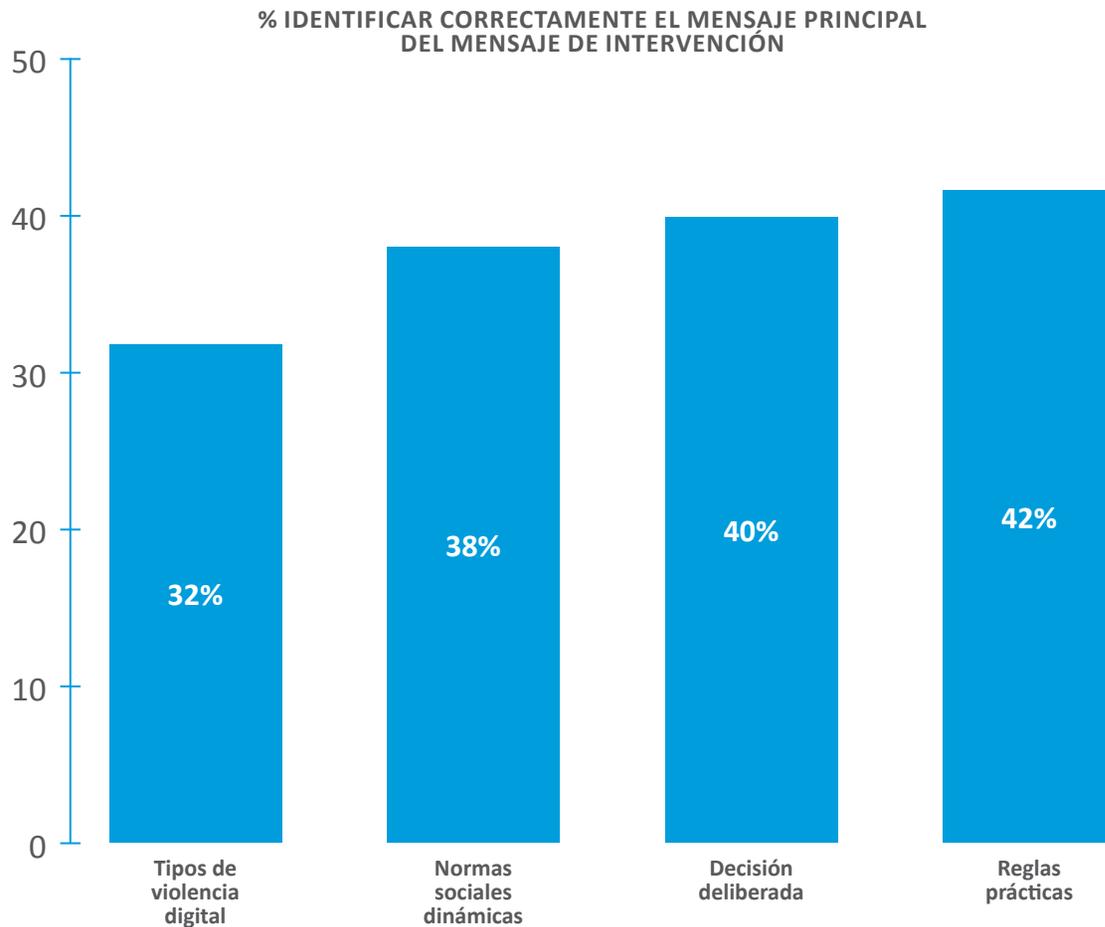
Nota: análisis secundario N = 4,917

La mayoría de los participantes **identificaron correctamente entre 3 y 4 situaciones de violencia digital sobre un total de 6.**

Asimismo, los participantes **no fueron capaces de identificar las situaciones que *no* implican violencia digital.** Esto ocurrió en todos los grupos, incluidos los participantes que no vieron ningún mensaje.

Esta tendencia también fue pareja en los diferentes subgrupos de participantes.

La mayoría de los participantes considera que los mensajes buscaban generar conciencia, más que instarlos a actuar



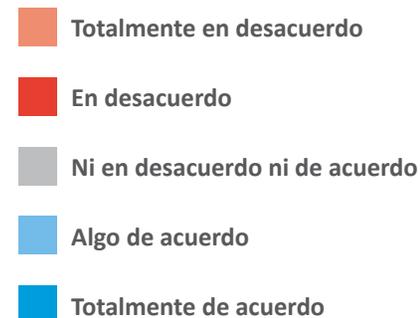
En todas las condiciones, más de la mitad de los participantes seleccionó equivocadamente que el mensaje principal era “La violencia digital es un problema grave”, en vez de “Yo puedo hacer algo para frenar la violencia digital”.

Nota: análisis exploratorio N = 3,947

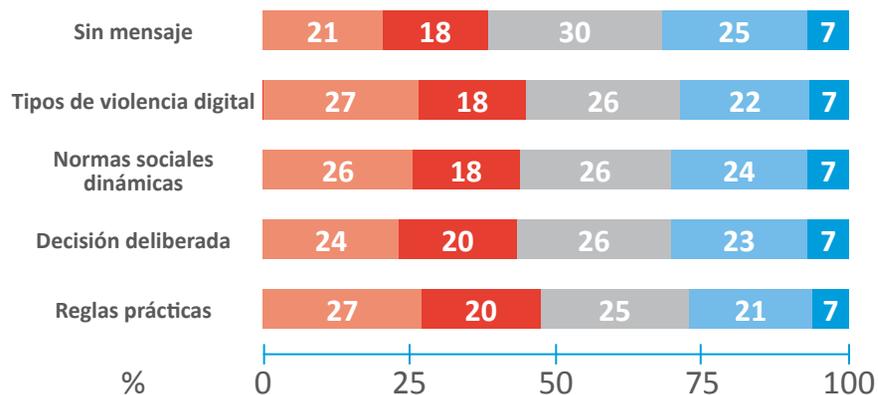
Los participantes que vieron los mensajes manifestaron una menor tendencia a culpar a la víctima (A)

Y a dar por hecho que las percepciones de las mujeres con respecto a la violencia digital son exageradas (B & C)

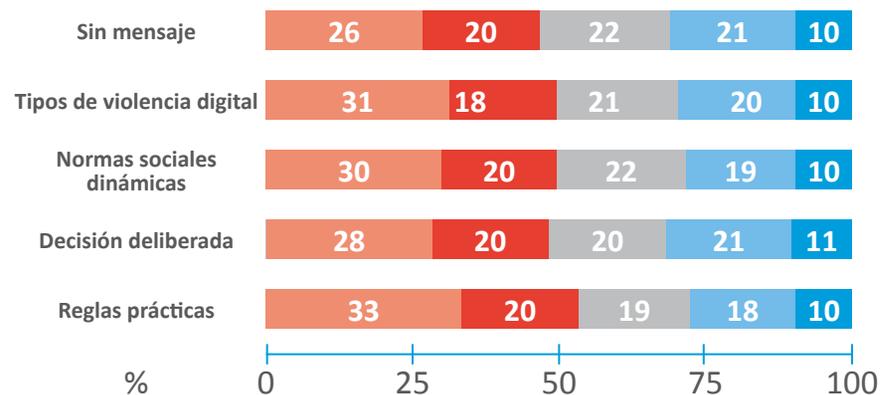
Sin embargo, exhibieron mayores probabilidades de estar de acuerdo con que el acoso en línea se detendría si las mujeres simplemente les dijeran a los hombres que paren (D)



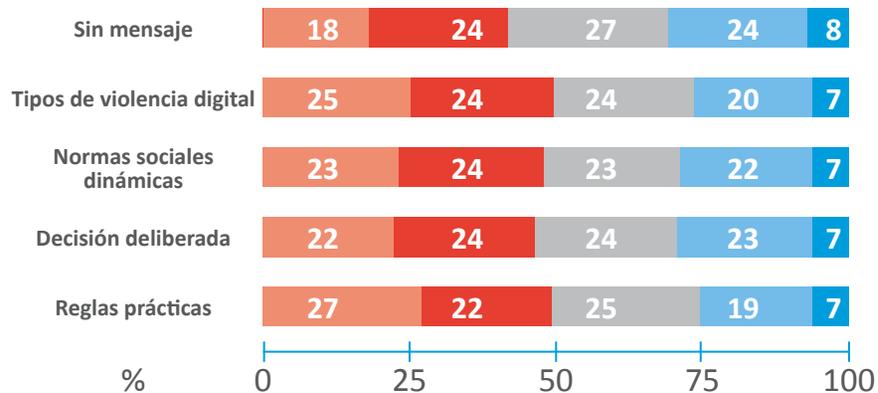
(A) LAS MUJERES QUE AFIRMAN HABER SUFRIDO VIOLENCIA DIGITAL SUELEN HABER HECHO ALGO PARA PROVOCARLA



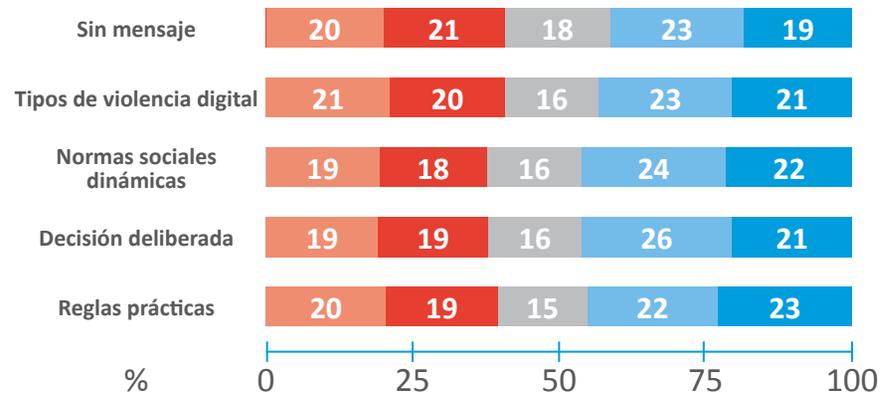
(B) LAS MUJERES NO DEBEN SENTIRSE OFENDIDAS TAN FÁCILMENTE CUANDO UN HOMBRE HACE INSINUACIONES SEXUALES EN WHATSAPP



(C) LAS MUJERES QUE AFIRMAN HABER SUFRIDO VIOLENCIA DIGITAL SUELEN ESTAR EXAGERANDO



(D) CASI TODOS LOS CASOS DE ACOSO EN LAS REDES SOCIALES TERMINARÍAN SI LA MUJER SIMPLEMENTE LE DIJERA AL HOMBRE QUE SE DETUVIERA



Los participantes que vieron los mensajes manifestaron un mayor nivel de conciencia y autoeficacia y fueron menos proclives a creer que sus amigos aceptarían la violencia digital

% que estuvo “parcialmente de acuerdo” o “totalmente de acuerdo”		NINGÚN MENSAJE (N=1,001)	TIPOS DE VIOLENCIA DIGITAL (N=1,035)	NORMAS SOCIALES DINÁMICAS (N=1,048)	DECISIÓN DELIBERADA (N=1,005)	REGLAS PRÁCTICAS (N=988)
Conciencia	No creo que la violencia digital sea un problema en mi comunidad*	56%	64%	63%	64%	66%
Percepción de las normas sociales	Mis amigos cercanos consideran que no está mal publicar fotos de índole sexual de otras personas (que les fueron enviadas) si la persona que aparece en la foto no está al tanto*	75%	78%	78%	78%	80%
Autoeficacia	Considero que puedo hacer algo con respecto a la violencia digital	69%	74%	73%	74%	76%
	Le diría a un amigo que estaba publicando insultos sexistas en las redes sociales que se detenga	78%	82%	79%	82%	85%
	Me comunicaría con la persona que fue víctima de insultos sexistas en las redes sociales y le preguntaría si puedo ayudar con algo	65%	75%	70%	73%	73%

*La proporción de aquellos que estuvieron “parcialmente en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo”, en cambio, se computa de modo tal que las cifras más altas representen mejores valores.

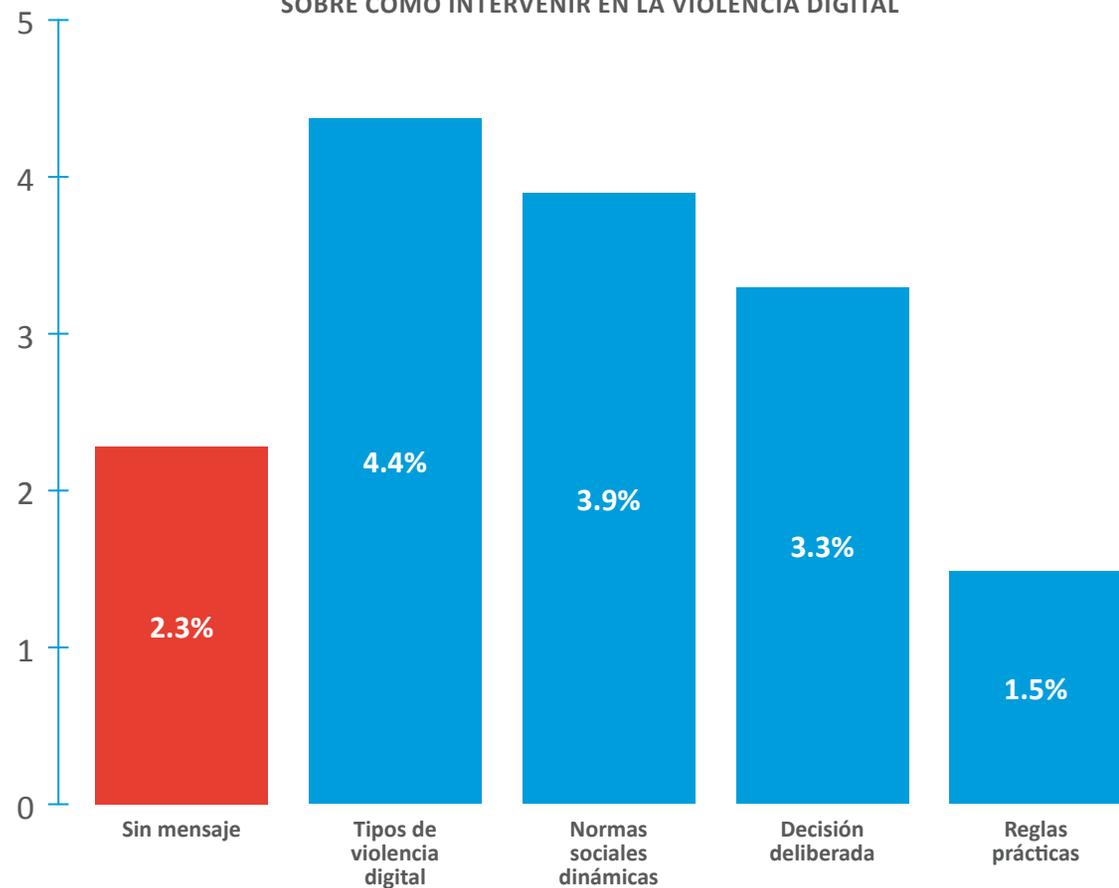
Nota: la tasa más alta de la variable de valoración para cada afirmación se muestra sombreada en color rojo.

En general, fueron pocos los que hicieron clic para acceder a más información

Los resultados no coincidieron con las tendencias de las variables primordiales de valoración

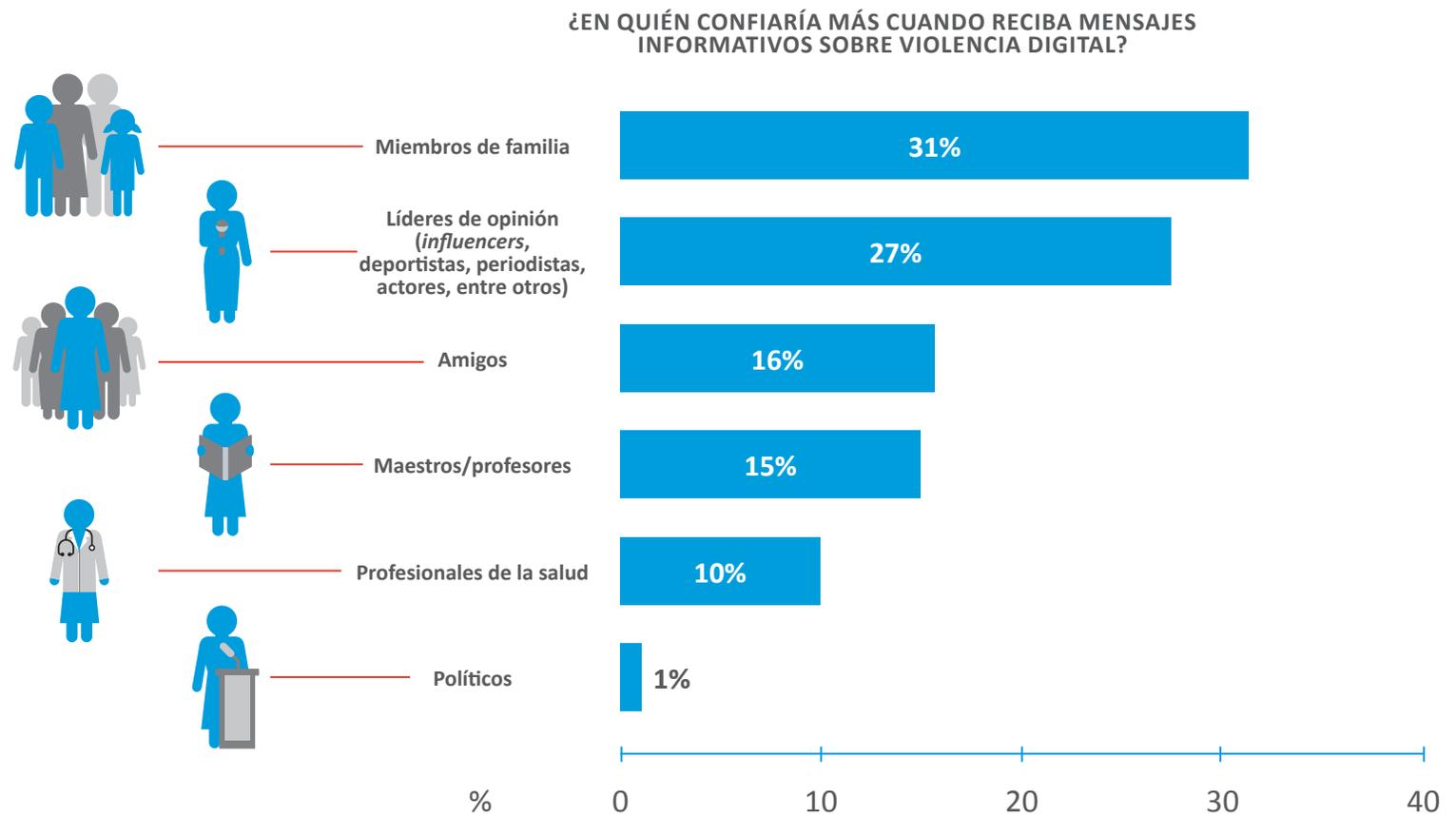


% HACER CLIC EN UN ENLACE PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN SOBRE CÓMO INTERVENIR EN LA VIOLENCIA DIGITAL



Nota: análisis exploratorio N = 4,385

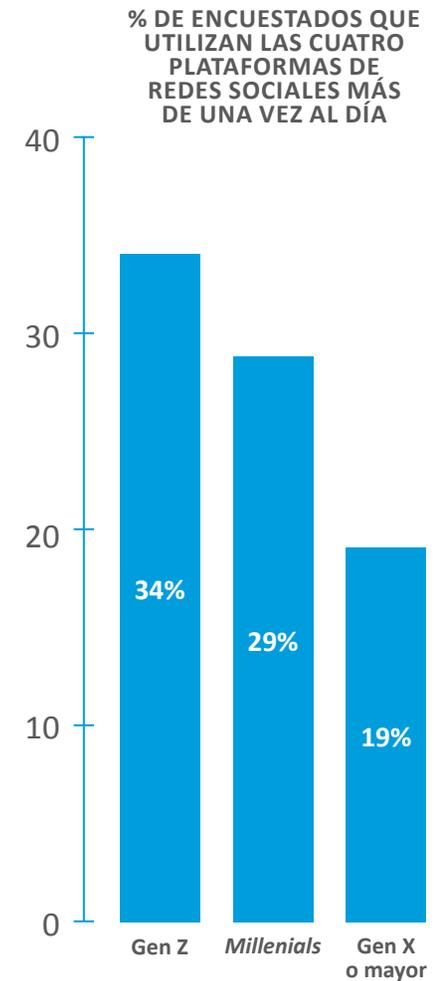
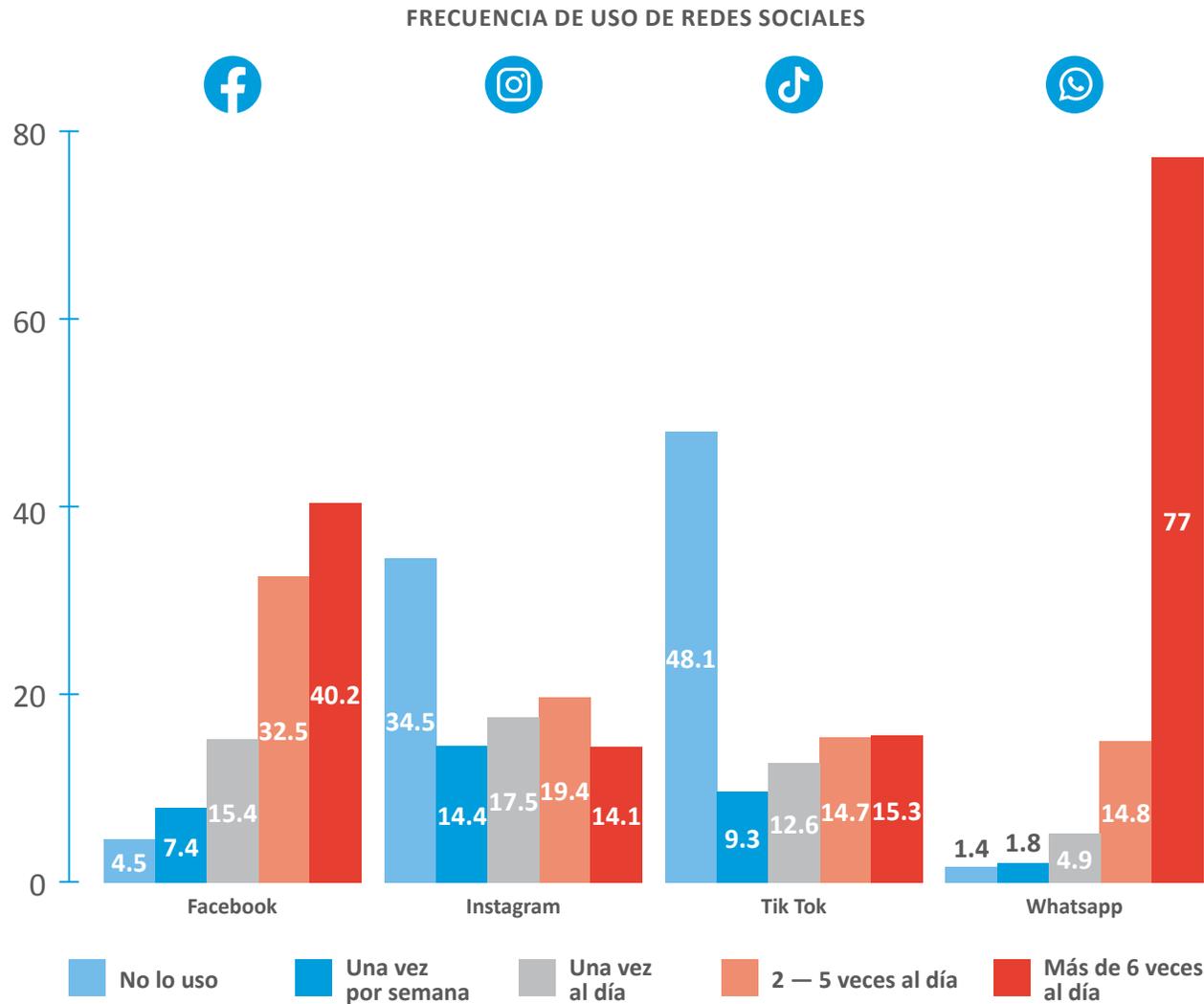
Como fuente de mensajes informativos sobre prevención de la violencia, en primer lugar, los hombres confiarían más en familiares y, luego, en líderes de opinión. Esto ocurre en todos los grupos etarios



Nota: análisis exploratorio N = 4,813

WhatsApp es la plataforma más utilizada, seguida de Facebook

El uso de las redes sociales disminuye con la edad



RECOMENDACIONES

Próximos pasos sugeridos

1

- Se recomienda que ONU Mujeres amplíe la difusión del mensaje sobre “reglas prácticas”, que fue el que tuvo el mejor desempeño. ONU Mujeres puede utilizar los cuatro mensajes sin temor a que produzcan un efecto negativo. El uso de los cuatro mensajes podría ayudar a mitigar el riesgo de que el impacto disminuya debido a la reiteración.

2

- La **facilitación de reglas prácticas para los hombres sobre qué hacer para enfrentar la violencia digital es una estrategia prometedora para motivarlos a actuar**. Si el desarrollo de programas de ONU Mujeres ofrece la posibilidad de implementar intervenciones que incorporen esta estrategia, se recomienda corroborar estas conclusiones mediante un estudio de campo.

3

- Algunas de las áreas a las que convendría apuntar en futuros mensajes y estudios son: mejorar la identificación de la violencia digital, **motivar a los hombres a que apoyen a las sobrevivientes** e investigar cómo se podría mitigar el riesgo de que las intervenciones que aumentan la sensación de autoeficacia de los testigos los conduzcan a proyectar esto sobre las mujeres que sufren violencia digital.

4

- Las **intervenciones** (p. ej. las campañas de comunicación) **que dependen de que los hombres se interesen por contenidos relativos a la prevención de la violencia tal vez no sean una estrategia efectiva para llegar a los hombres más reticentes**. Es posible que ONU Mujeres y sus socios tengan que implementar intervenciones más intensivas y/o personalizadas (p. ej. campañas “puerta a puerta” profundizadas o “deep canvassing” en inglés), y servirse de diferentes puntos de contacto o mensajeros para lograr involucrar a este grupo.

ANEXO A

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Preguntas que miden el grado de reconocimiento de la violencia sexual



¿Cuál(es) de las siguientes conductas considera que constituyen violencia digital?

1. Enviarle una foto de usted desnudo a su pareja luego de que esta le pidió que lo hiciera **[No]**
2. Reenviar a su grupo de amigos de WhatsApp la foto de una mujer desnuda a quien no conoce **[Sí]**
3. Enviar mensajes constantemente a una persona para que salga con usted, incluso si ella ya le dijo que no está interesada **[Sí]**
4. Discutir con una mujer en una publicación de Facebook cuando usted considera que tiene razón **[No]**
5. Retuitear una publicación de su cantante preferido en la que insulta a su expareja de un modo sexista **[Sí]**
6. Revisar el teléfono de su pareja cuando no está presente **[Sí]**

ESCALA: SÍ, NO, O NO SÉ

* Las palabras “Sí” y “No” incluidas entre corchetes representan la respuesta correcta.

Preguntas que miden las posturas respecto de la violencia sexual digital



Lea detenidamente las siguientes frases y seleccione la que mejor representa su opinión personal en cada caso:

1. Las mujeres que aseguran haber sufrido violencia digital a menudo han hecho algo para generar esa situación.
2. Las mujeres no deberían ofenderse tan fácilmente cuando un hombre les hace alguna insinuación sexual en WhatsApp.
3. Las mujeres que aseguran haber sufrido violencia digital a menudo exageran.
4. Casi todas las situaciones de acoso en las redes sociales se terminarían si la mujer simplemente le dijera al hombre que pare.

ESCALA 1 — 5: TOTALMENTE EN DESACUERDO, PARCIALMENTE EN DESACUERDO, NI EN DESACUERDO NI DE ACUERDO, PARCIALMENTE DE ACUERDO, TOTALMENTE DE ACUERDO

Nota: estas preguntas fueron adaptadas a partir de la Escala de Illinois sobre aceptación de los mitos en torno a la violación. (Ver Lonsway, K.A., Cortina, L.M. & Magley, V.J. (2008). *Sexual Harassment Mythology: Definition, Conceptualization, and Measurement*. *Sex Roles* 58, 599–615.)

Preguntas que miden la predisposición a cambiar



Lea detenidamente las siguientes frases y seleccione la que mejor representa su opinión personal en cada caso:

1. No creo que la violencia digital sea un problema en mi comunidad
2. Considero que puedo hacer algo con respecto a la violencia digital
3. Mis amigos cercanos consideran que no está mal publicar fotos de índole sexual de otras personas (que les fueron enviadas) si la persona que aparece en la foto no está al tanto
4. Le diría a un amigo que estaba publicando insultos sexistas en las redes sociales que se detenga
5. Me comunicaría con la persona que fue víctima de insultos sexistas en las redes sociales y le preguntaría si puedo ayudarla con algo

ESCALA 1 — 5: TOTALMENTE EN DESACUERDO, PARCIALMENTE EN DESACUERDO, NI EN DESACUERDO NI DE ACUERDO, PARCIALMENTE DE ACUERDO, TOTALMENTE DE ACUERDO

Nota: estas preguntas fueron adaptadas a partir de Banyard et al. (2014) y Banyard (2008) (Ver Banyard, V. L., Moynihan, M. M., Cares, A. C., & Warner, R. A. (2014). How do we know if it works? Defining measurable outcomes in bystander-focused violence prevention. *Psychology of Violence* 4, 101-115.; Banyard, V. L. (2008). Measurement and correlates of pro-social bystander behavior: The case of interpersonal violence. *Violence and Victims*, 23, 83-97.)

ANEXO B

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA POR PAÍS

Bolivia: Perfil de los participantes



En Bolivia se observa una mayor tendencia entre los participantes a vivir en zonas urbanas y tener educación universitaria, en comparación con los encuestados de Guatemala.

DETALLES DEMOGRÁFICOS (N = 3,008)

Edad	
18 -29	55%
30 - 39	27%
40 - 49	14%
50 o más	4%

Situación laboral	
Empleado	62%
Desempleado	10%
Otra	28%

Educación	
Inferior a nivel secundario	6%
Educación secundaria	24%
Educación técnica / universitaria o más	70%

Localidad	
Urbana	71%
Suburbana	21%
Rural	8%

Orientación sexual	
Bisexual	4%
Gay/Lesbiana	2%
Heterosexual	80%
Otra / No responde	14%

Situación de pareja	
En una relación	56%

Hijos/as	
Tiene hijos/as	39%
Tiene hija(s)	26%

Guatemala: Perfil de los participantes



A fin de posibilitar la realización de análisis demográficos, recolectamos datos relativos al género, edad, residencia urbana y educación de los participantes

DETALLES DEMOGRÁFICOS (N = 2,069)

Edad	
18 -29	58%
30 - 39	24%
40 - 49	12%
50 o más	5%

Situación laboral	
Empleado	70%
Desempleado	8%
Otra	22%

Educación	
Inferior a nivel secundario	11%
Educación secundaria	35%
Educación técnica / universitaria o más	54%

Localidad	
Urbana	56%
Suburbana	25%

Rural	19%
-------	-----

Orientación sexual	
Bisexual	5%
Gay/Lesbiana	3%
Heterosexual	72%
Otra / No responde	20%

Situación de pareja	
En una relación	57%

Hijos/as	
Tiene hijos/as	42%
Tiene hija(s)	28%



AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

lac.unwomen.org



**Iniciativa
Spotlight**
*Para eliminar la violencia
contra las mujeres y las niñas*



THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS
TEAM