



LA PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN DIGITAL QUE SUBYACE EN
EL CANAL LAS IGUALADAS DEL PERIÓDICO EL ESPECTADOR PARA
GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA
MUJER

DANIELA SALGADO RESTREPO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN – ANTIOQUIA.

2021.



LA PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN DIGITAL QUE SUBYACE EN
EL CANAL LAS IGUALADAS DEL PERIÓDICO EL ESPECTADOR PARA
GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA
MUJER

DANIELA SALGADO RESTREPO

TRABAJO DE GRADO.

ASESOR

CAROLINA ECHAVARRÍA OSORIO

MAGISTER EN LITERATURA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO

COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDELLÍN – ANTIOQUIA.

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN.

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Ciudad _____ y fecha (D/M/A) ____ / ____ / ____

DEDICATORIA

Este trabajo de grado es dedicado a todo el esfuerzo que han realizado mis padres económicamente para construir mi carrera también a cada uno de los profesores que me ayudó a fomentar el conocimiento para comprender a profundidad mi carrera y por último a la entrega que tuve en cada una de las clases para llegar a ser una buena profesional que aporte un valor agregado a la sociedad.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración del mí trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje:
- VIII- Semiótica de la Educomunicación:
- IX – Etnografía de la Comunicación, Educación y Ciudad.

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	13
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	14
1.3 OBJETIVOS	15
1.3.1 Objetivo general	15
1.3.2 Objetivos específicos	15
2.1 ANTECEDENTES Y FERENTES	16
2.2 MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	27
2.3 COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN	27
2.3.1 Comunicación	29
2.3.1.1. Transmisión de la información.....	31
2.3.1.2 Comunicación dialógica	33
➤ Diálogo.....	33
2.3.2 Educación	34
2.3.2.1 Modelos de educación	35
➤ La educación que pone énfasis en el contenido:	36
➤ La educación que pone énfasis en los efectos	36
➤ La educación que pone énfasis en el proceso:	37
2.4 PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN	39
2.4.1 Educomunicador.....	40
2.4.1.1 Consumo de medios	42
2.5 REDES SOCIALES	44
2.5.1 Redes	44
2.5.1.1 YouTube.....	46
2.5.2 Social	47

2.5.2.1 Facebook	48
2.6 VIOLENCIA DE GÉNERO.....	50
2.6.1 Feminismo	51
3.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	54
3.2 DELIMITACIÓN.....	55
3.2.1 Sujeto u objeto de Investigación	55
3.2.2 Tiempo y Escenario	55
3.2.2.1 Tiempo	55
3.2.2.2 Escenario	56
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	56
3.4.1 instrumentos para la recolección y generación de información	56
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	58
3.6 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES	58
3.7 PLAN DE TRABAJO	60
3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
4.SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	63
4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS Y TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS.	63
4.2 MATRIZ CATEGORIAL.....	68
4.2.1 Relación objetivo 1 - categoría 1	69
4.2.2 Objetivo 2- categoría 2.....	76
4.2.3 Objetivo 3 – categoría 3.....	81
5.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS	95
7. ANEXOS	97

7.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	97
7.1.1 Entrevista semi-estructurada	97
7.1.2 Escala de Likert	101
7.1.3 Ficha de análisis de contenido de observación no participante	104
7.2 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS	106
7.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	108

ÍNDICES DE TABLAS, FIGURAS, Y ANEXOS

ANEXO A.....	97
ANEXO B.....	98
ANEXO C.....	99
ANEXO D.....	99
ANEXO E.....	99
ANEXO F.....	100
ANEXO G.....	101
ANEXO H.....	103
ANEXO I.....	103
ANEXO J.....	104
ANEXO K.....	106
ANEXO L.....	107

TABLA 160



FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación:

Prácticas de comunicación/educación digitales que subyacen en el canal Las Igualadas del periódico El Espectador para generar conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer.

Línea de Investigación: Educomunicación

Sublínea: Comunicación, educación y medios

Facultad: Comunicación, Publicidad y diseño

Programa Académico: Comunicación social

Palabras clave:

Comunicación-educación, redes sociales, violencia de género.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

La investigación que a continuación se presenta, se desliga de la pregunta - problema ¿Cómo ha influido en el primer trimestre del año 2018 la información del canal de YouTube Las Igualadas en la educación de las mujeres de manera que el canal se pueda considerar como una práctica de comunicación/educación?

Se ejecuta con el propósito de abordar los retos que tienen los comunicadores al realizar contenido y salir de una zona tradicional, para comenzar a emplear tácticas que lleguen de una manera más efectiva a la conciencia de un público; sobre temas sociales como lo es en este caso la violencia de género hacia la mujer. La producción de contenido educativo, es lo que se analizará en esta investigación.

El objeto de esta investigación que es el canal de Las Igualadas de El Espectador se vuelve sumamente importante, puesto que se está considerando como una práctica de comunicación- educación digital que puede cambiar el pensamiento y la manera de comportarse de su público, para transformar.

Si lo vemos desde esta perspectiva, en la investigación podremos identificar, evaluar, conocer, para finalmente analizar qué se debe tener en cuenta como comunicadores, para darle a los diferentes contenidos ese valor agregado que es, la educación.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

La investigación “prácticas de comunicación-educación digitales que subyacen en el canal Las Igualadas del periódico El Espectador para generar conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer”. Se ejecuta con el propósito de abordar los retos que tienen los comunicadores al realizar contenido y salir de una zona tradicional, para comenzar a emplear tácticas que lleguen de una manera más efectiva a la conciencia de un público; sobre temas sociales como lo es en este caso la violencia de género hacia la mujer. La producción de contenido educativo, es lo que se analizará en esta investigación.

El objeto de esta investigación que es el canal de Las Igualadas de El Espectador se vuelve sumamente importante, puesto que se está considerando como una práctica de comunicación- educación digital que puede cambiar el pensamiento y la manera de comportarse de su público, para transformar.

Si lo vemos desde esta perspectiva, en la investigación podremos identificar, evaluar, conocer, para finalmente analizar qué se debe tener en cuenta como comunicadores, para darle a los diferentes contenidos ese valor agregado que es, la educación.

Esta investigación es importante porque En el siglo XXI época de: la era de la información, los periodistas tienen un reto muy grande y es que, ya no es solamente transmitir la información, para que la reciba un receptor, sino que a

través de los medios de comunicación se debe educar a las personas. ¿Por qué las personas se están educando de esta manera? ¿Cómo podrá el periodista crear prácticas para educar al ser humano a través de un medio? Tendrá entonces, el periodista el reto de convertirse en un profesional eficiente que pueda impartir conciencia a través de lo que informe.

Así, esta investigación se convierte en una guía para todos aquellos profesionales que quieran abordar el tema de la educación en las nuevas tecnologías, y quieran darle el valor agregado a sus contenidos.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

La siguiente pregunta nació de la necesidad, de conocer a fondo sobre la comunicación-educación, pues es un tema contemporáneo en el que algunos teóricos como Mario Kaplún han abordado, es necesario entender que no solo se educa dentro de una escuela sino también en los medios, en este caso el internet.

Además, de entender por qué, la violencia de género hacia la mujer es uno de los temas más coyunturales que se han discutido desde hace siglos en el transcurso de la evolución del ser humano, porque además es un tema social que afecta universalmente a las mujeres, pues la violencia de género se da en mayor o menor medida dependiendo de la cultura. Por eso la razón de plantearnos esta pregunta, puesto que se está evaluando y analizando un canal. Servirá para saber cómo podemos transformar la realidad de las personas a través de las prácticas que se hagan en el internet, para educar.

También con el fin, de darle a conocer a cada persona que lea este proyecto, cómo está cambiando la forma de transmitir el contenido en los medios,

pues hay que tener en cuenta que ya no solo es informar, sino también, entretener y educar.

¿Cómo ha influido en el primer semestre del año 2018 la información del canal de YouTube Las Igualadas en la educación de las mujeres de manera que el canal se pueda considerar como una práctica de comunicación/educación?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Comprender la influencia del canal de YouTube Las Igualadas del periódico El Espectador en la educación de las mujeres seguidoras de éste, para considerarlo como un medio donde subyace una práctica de comunicación/educación.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar si el canal de YouTube Las Igualadas del Espectador, es una práctica de comunicación/educación digital que genera conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer.
- Evaluar cómo ha sido la experiencia del público del canal de YouTube de Las Igualadas del periódico el Espectador al recibir el contenido sobre violencia de género hacia la mujer.
- Conocer si hay una práctica implícita de comunicación-educación desde el canal de YouTube de Las Igualadas del periódico el Espectador que eduque acerca de la violencia de género hacia la mujer.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES Y FERENTES

Cuando hablamos de la comunicación-educación nos referimos a la evolución que se viene dando en la forma cómo se comunica algo, en un medio de comunicación, o también, cómo se alfabetiza a la comunidad escolar para que a través de los medios se eduque. Este concepto que tiene sus orígenes en las teorías de Paulo Freire, tiene como objetivo la transformación de una realidad en la sociedad. Donde el receptor crea una forma crítica de pensar a partir de los contenidos.

Desde este punto de vista de ver la comunicación-educación como un aprendizaje para las nuevas generaciones, también se debe analizar cómo desde las escuelas se está llevando a cabo esta evolución de la tecnología en el ser humano. Es por eso, que en la tesis doctoral, Re conceptualización de la educación en la era digital educomunicación, redes de aprendizaje y cerebro: una visión desde la neurociencia cognitiva a los procesos de construcción de conocimiento en entornos digitales realizada por Yeldy Milena Rodríguez García, donde se tomó como población ha: “se estiman 20.000 estudiantes activos y, 26.315 egresados de la Universidad Manuela Beltrán, según la publicación institucional” (García Rodríguez, 2017, pág. 133) se encontró como resultado que: “En la población analizada de jóvenes universitarios entre 16 y 25 años (n: 3643, se obtuvieron 705 respuestas. Mes de realización: Septiembre de 2015. Ventana de tiempo 5 días), se evidencia que más del 80% de jóvenes usan internet y redes sociales a diario, entrar a la red es parte de su dinámica diaria normal y en casos manifiestan que: “sienten que es indispensable conectarse” (García Rodríguez, 2017, pág. 180)

Para esta investigación hay que dar a conocer los anteriores resultados puesto que se está analizando una estrategia comunicativa que se da por internet, el canal de Las Igualadas de El Espectador. Entender como comunicadores, que, para realizar una práctica de comunicación debemos tener en cuenta, primero que todo, nuestro público objetivo, conocerlo y analizarlo, para luego dirigirnos a él. En el caso de la anterior investigación se puede deducir que el internet es un nicho donde los jóvenes tienen mayor audiencia.

Los jóvenes en general prefieren usar internet (75.3%) respecto a otro medio de comunicación como radio o televisión (24.7%) y usan internet todos los días mayoritariamente (88.6%), una minoría refiere usarlo de 1 a 3 días a la semana que equivale al 5.1%. La encuesta también reveló que los estudiantes no conocen sus deberes y derechos en internet (No los conocen: 53.2%), por lo que su comportamiento en la red puede tomar rumbos insospechados (García Rodríguez, 2017, pág. 182).

En este caso se observa como el internet es un medio que en la era de la información ha sido el de mayor recepción, por esto se deben implementar cada vez más prácticas de comunicación-educación que vayan dirigidas hacia este medio.

Un aspecto fundamental de la investigación era saber el grado de aceptación o rechazo de las TIC en la vida práctica de los participantes, en lo cual también las diferencias de las poblaciones analizadas son diametrales: los estudiantes reportan un preconcepto aceptable de la educación 283 virtual (68%), mientras que los docentes tienen con un concepto negativo de la educación virtual o son reticentes a este tema (64%) (García Rodríguez, 2017, pág. 282).

Como antecedente, este dato es importante esta investigación, porque se puede evidenciar que los estudiantes quieren adaptarse más a lo digital en su proceso educativo y a partir de esta información se debe reflexionar como educadores ¿qué medio es el que más se debe seguir utilizando para educar a las personas?, ¿radio, televisión o internet?

Por lo anterior se puede dimensionar que el modelo educativo tradicional, debe ir cambiando a medida que van evolucionando las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) en el artículo Razones para una educación mediática en la sociedad multipantallas del Dr. J. Ignacio Aguaded Gómez y la Dra. Sonsoles Guerra Liaño se habla de que:

La educación mediática surge como una necesidad social relevante porque no es posible ya la formación de ciudadanos participativos autónomos y responsables al margen de su formación crítica y creativa en el uso de los medios. La necesidad de justificar esta nueva esfera de conocimiento, su conceptualización y su desarrollo, tal como recomiendan los organismos supranacionales como el Consejo de Europa, UNESCO... se hace imprescindible para dotar a las personas de estas habilidades y competencias (media literacy) (Aguaded Gómez & Guerra Llano, 2012, págs. 21-39).

Como se mencionaba anteriormente el educador, en este caso de esta investigación (periodista) debe no solamente saber que el internet es el medio con mayor recepción, sino que también tiene un reto muy grande y es el de analizar en qué medida la educación va avanzando en temas de medios, para optar por una buena estrategia de comunicación que no solo informe sino que eduque a su público objetivo.

De igual manera, en el artículo Razones para una educación mediática en la sociedad multipantallas se destaca que:

Fedorov (2008) la educación mediática pretende desarrollar el pensamiento crítico de las personas, aumentando el reconocimiento, la percepción y la comprensión y análisis de textos que generan los diferentes medios de comunicación; en suma, se trata de preparar a la gente para la vida en la sociedad democrática, incrementando su conciencia de la vida social, cultural, política y económica de los medios de comunicación. La alfabetización en medios, en esta línea, puede ser un instrumento privilegiado para que los ciudadanos conozcan sus derechos en esta sociedad de la información. (Aguaded Gómez & Guerra Llano, 2012, págs. 21-39).

Cuando se habla de privilegio, es un avance que ha surgido desde la tecnología, puesto que de esta manera, si se crea una generación multipantallas, cada persona podrá conocer de antemano información valiosa y de una manera más didáctica, que genera una mayor empatía con la audiencia.

En este artículo de Dr. J. Ignacio Aguaded Gómez y la Dra. Sonsoles Guerra Liaño también se habla del concepto de comunicación educativa desde diferentes autores como Aparici, García Mantilla, y Ferres quienes hablan sobre el concepto desde diferentes perspectivas, que llevan a la autora a concluir que:

El término se utiliza en ocasiones de igual forma, entre alfabetización y educación en medios, aunque nosotros hemos querido matizar el concepto que se desarrolla sobre educación en medios referido a la enseñanza que se produce con, de, para, y producto de los medios y añadimos que la alfabetización en medios supone el resultado, tanto del sistema educativo escolar, como desde ámbitos informales y no formales de educación. Además, somos partidarios de abordar esta

formación desde la perspectiva crítica reflexiva. (Aguaded Gómez & Guerra Llano, 2012, págs. 21-39).

También, hay que tener en cuenta que el concepto comunicación-educación tiene algunas dimensiones como lo son la ética y la social, como se explica en el artículo de investigación empoderar a la ciudadanía mediática de la educomunicación de Vicent Gozávez y Paloma Contreras Pulido, afirma que:

La educomunicación no se entiende de modo completo sin su finalidad cívica, es decir, sin su trasfondo ético, social y democrático relacionado con el empoderamiento de la ciudadanía en cuestiones mediáticas. Y empoderar a la ciudadanía a este respecto significa reforzar la libertad, la autonomía crítica y la participación de los ciudadanos en cuestiones políticas, sociales, económicas, ecológicas e interculturales a partir del buen uso de los medios y la tecnología comunicativa. (Gonzalez & Contreras Pulido, 2014, págs. 21-39).

Entonces la comunicación-educación tiene como finalidad el empoderamiento de la ciudadanía, o sea que cada persona que pueda llegar a estos contenidos educativos pueda reflexionar sobre algún tema en específico, en este caso como lo queremos analizar en el canal de Las Igualadas, se puede decir que tiene un interés cívico; puesto que es un canal que va dirigido a un tema cultural, información sobre temas controversiales que abarcan el género femenino.

Además de estas dimensiones del concepto de comunicación-educación, también surge otra perspectiva desde la cual se puede abarcar, es el aprendizaje desde el aula, cómo se pueden utilizar distintos medios, para que desde el salón de clases los alumnos aprendan y se reevalúe el sistema de educación tradicional. Para esto se trae a colación la investigación, modelo de integración educomunicativa de 'apps' móviles para la enseñanza y aprendizaje de Cristina

Villalonga Gómez y la Dra. Carmen Marta-Lazo donde se menciona específicamente que:

En el contexto de la sociedad digital, el cambio de paradigma educativo va más allá de la introducción de TIC y de dispositivos en los sistemas tradicionales. El creciente desarrollo de las tecnologías digitales lleva a parte de la comunidad educativa a reflexionar sobre los principios pedagógicos que prevalecen en las aulas. Como recoge Negroponte (1995), hemos pasado de una cultura basada en el átomo a otra basada en el bit y no podemos desaprovechar las potencialidades que los entornos 2.0 y los escenarios ubicuos y móviles (Villalonga Gómez, lazo , & Carmen, 2015).

En la anterior investigación, se está hablando de las estrategias que se deben implementar desde el aula de clase para que los alumnos tengan un acercamiento con los medios de comunicación, en este caso una aplicación para el celular. Pero, en esta investigación se analizará, sobre el contenido que estos estudiantes van a ver a través de estos medios, infiriendo que en una clase el contenido sea sobre violencia de género y el profesor en este caso educador, les hable sobre el canal de Las Igualadas para que puedan formarse, en este caso, el segundo educador vendría siendo la periodista que transmite la información en el canal.

En el artículo el educador: un profesional necesario en la Sociedad Multipantallas, de la Dra. María del Mar Rodríguez Rosell y la Dra. Irene Melgarejo Moreno se habla de que:

Recordemos que el término fue acuñado por el investigador y docente especializado en comunicación educativa Mario Kaplún'; según este autor el educador se refiere a un tipo de

profesional que une la educación con la comunicación utilizando las nuevas tecnologías como herramientas, basándose en estas nuevas formas de comunicación para llevar a cabo un modelo de pedagogía dialógica (Rodríguez, Del mar, & Melgarejo Moreno, 2012).

El educomunicador no solo es el que está dentro del aula de clases enseñando, sino también aquel que emplea las tecnologías para educar sobre algún tema, en este caso, el canal de Las Igualadas, quienes decidieron hacer información más amena para obtener una mayor recepción y poder educar en el tema de violencia de género hacia la mujer.

Pero, para definir a profundidad qué es un educomunicador, se deben desligar los dos términos por un lado en el artículo Educomunicador: un profesional necesario en la Sociedad Multipantallas nos hablan de educador y por el otro de comunicador, educador es:

La educación podría definirse como el proceso mediante el cual un individuo adquiere conocimiento mediante la guía y la orientación de otra figura social ya sea entendida de forma individual, colectiva; recordemos que tanto la familia, la escuela o los medios de comunicación son importantes agentes socializadores que intervienen de forma directa en el proceso educativo de los individuos (Rodríguez, Del mar, & Melgarejo Moreno, 2012).

Por otro lado tenemos la definición de qué es un comunicador:

La comunicación es un acto de intercambio, un acto mediante el cual los individuos comparten mensajes de diferente naturaleza. Es, además, un acto propio del hombre-un ser social por naturaleza- que le permite ponerse en contacto con sus semejantes, el hombre en

relación con otros hombres no puede no comunicar, aunque no siempre estemos hablando de una comunicación verbal, ya que existen otras muchas formas de expresión (Rodríguez, Del mar, & Melgarejo Moreno, 2012).

Entonces que es un educomunicador, según el artículo de la Dra. María del Mar Rodríguez Rosell y la Dra. Irene Melgarejo Moreno:

- Debemos entender al Educomunicador como una figura profesional dentro del ámbito comunicativo, y no sólo del educativo como viene siendo habitual.
- Un Educomunicador tiene competencias tanto dentro del mundo de la Educación como de la comunicación.
- En la sociedad multipantallas la figura del Educomunicador se hace imprescindible si lo que queremos es conseguir una sociedad crítica y responsable.
- Hay que seguir avanzando y luchando para que el mundo de la educomunicación tenga cada día una profesionalización mayor.
- La comunicación y la educación tienen una relación simbiótica, siendo casi imposible entender la una sin el apoyo de la otra (Rodríguez, Del mar, & Melgarejo Moreno, 2012)

La educación no sería posible si no hay comunicación, es necesario, que el educomunicador tenga conocimiento acerca de temas generales, que sepa las necesidades que tiene su público, además de saber organizar procesos para que estos contenidos lleguen a las personas. Teniendo en cuenta todos los medios de comunicación y que aparte de esto, sepa las competencias que hay en el medio para que el contenido que este ofreciendo sea el más recibido por los espectadores.

En este caso nos dirigimos a la tesis doctoral *los profesionales de la comunicación ante la competencia mediática*, Análisis de la percepción de los profesionales sobre los niveles de competencia mediática en el sector español de la comunicación. En esta tesis se hace énfasis en la competencia que hay ahora en los medios, se encuentra como resultados que:

En lo referente a los contenidos, consideramos que los resultados del estudio apuntan a que la mayoría de profesionales de la comunicación –a la hora de identificar contenidos que nutran la noción de competencia mediática–, se muestran comprometidos no solamente con la enseñanza de aspectos materiales (lectura de medios, manejo de dispositivos tecnológicos, etc.), sino que también les preocupa que se eduque en los efectos de fondo que debe perseguir todo mensaje mediático (valores éticos y de servicio público, fomento de una sociedad crítica, etc.) e incluso la forma que se le dé a esos planes de formación mediática de cara a su éxito en la ciudadanía (contenidos accesibles y amenos) (Buitrago, 2016)

Se debe tener en cuenta que al querer actuar como un educador desde el ámbito periodístico, no toda la información que queramos dar a conocer, se podrá transmitir, por que como se menciona en la tesis *Los profesionales de la comunicación ante la competencia mediática*:

Por último, consideramos que los resultados del estudio apuntan a que los profesionales de los medios se encuentran en su mayoría convencidos del papel clave que debe jugar el sector de la comunicación en la formación mediática de la ciudadanía; pero que, sin embargo, a la hora de decidirse a impulsarla en sus respectivos medios se ven frenados, en muchas ocasiones, por los condicionantes negativos que rodean actualmente al sector mediático español

(intereses económicos, líneas editoriales preestablecidas, precariedad laboral, etc.) (Buitrago, 2016).

Así como lo mencionan en la investigación española, sucede aquí en Colombia, muchas veces los comunicadores o periodistas se ven obligados a no transmitir algún tipo de información importante ante la sociedad por el interés del medio. Por eso el educador, tiene que tener muy presente qué información va transmitir desde los intereses del medio en el que está trabajando. Además, de tener en cuenta que, como lo dice José Ignacio Aguaded en el artículo la educación una puesta de mañana, necesaria para el hoy: “Nadie cuestiona ya la poderosa influencia cuantitativa y cualitativa que sobre los ciudadanos ejercen los medios de comunicación” (Aguaded, 2012, pág. 259) ahora los medios de comunicación están siendo el pilar de la sociedad, y se debe tener muy en cuenta esto, porque si se transmite un contenido que no eduque o que no transforme al receptor se pueden correr grandes riesgos, y es que:

En este sentido, es necesaria, cada día más, una educación en medios de comunicación, entendida como un ámbito de estudio para la educación de la «competencia comunicativa», que supere la visión excesivamente tecnológica e instrumental que, fruto de las modas y los avances tecnológicos, a menudo ha confundido a políticos, administradores y sociedad en general y ha distorsionado e ignorado las inherentes características y cualidades que los medios tienen de cara a la educación.

Porque como se menciona en el artículo, la educación: la responsabilidad educadora de los medios: “la sociedad completa es responsable de la educación de sus miembros. Los medios de comunicación también tienen su cuota” (Sandoval Romero, 2017) esto quiere decir que, siendo los medios de

comunicación un cuarto poder, estos deben saber cómo y con qué estrategias van a educar a sus públicos.

Se plantea una serie de preguntas importantes:

¿Hasta qué punto o nivel los medios de comunicación de masas deben asumir alguna responsabilidad como elementos socializadores y educadores? ¿Qué responsabilidad adquieren con la sociedad los responsables de la comunicación en el desarrollo de los valores sociales y culturales? ¿Cómo pueden influir los productos mediáticos y las redes en la cultura, en su trasmisión, y en los comportamientos de los ciudadanos? ¿Cuánto de control o de autocontrol deben tener las empresas de comunicación y las productoras cinematográficas y quién debe proporcionarlo? ¿Qué pueden hacer los medios de comunicación de masas, el cine y las redes, para levantar al ciudadano de su apatía? ¿Cómo pueden y deben proponer o sugerir actitudes activas y participativas? ¿Qué dejan en manos del espectador/cliente/usuario o lector en cuanto a su responsabilidad de decidir en qué nivel consciente establece la reflexión crítica, el aprendizaje creador, la respuesta activa, la promoción de su individualidad? ¿Qué medios, la prensa, la televisión, el cine, las redes sociales, tienen mayor influencia en el cambio de valores ciudadanos? ¿Qué estrategias pueden pedir los ciudadanos a los medios para que ejerzan una labor participativa y social? ¿Y la responsabilidad de los gobiernos en el control de los medios de comunicación? ¿Sí o no? ¿Se quebranta la libertad de expresión? ¿Cómo pueden los ciudadanos, la familia, la escuela, las asociaciones civiles, participar en los contenidos de los medios y ejercer su responsabilidad crítica y ciudadana? (Sandoval Romero, 2017).

Estas preguntas, se pueden utilizar como un eje central, para esta investigación pues, a partir de las cuales se puede conocer, qué práctica de

comunicación-educación es más contundente para un público, cuáles son sus pros y sus contras.

La anterior recopilación de antecedentes, es sumamente importante para las investigaciones pues en estos se puede determinar, qué otros autores les interesa el mismo tema del cual se está investigando. Además, que a partir de estos se pueden reconocer, teorías, resultados y opiniones que pueden ser validas en nuestro proyecto.

Después de hacer un análisis con los antecedentes encontrados, se procederá a profundizar en las teorías, porque sin una base teórica difícilmente comunicaríamos lo que se quiere investigar.

2.2 MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

En las siguientes líneas se plantea las diferentes variables más importantes que se pudieron reconocer en la pregunta de investigación ¿Cómo ha influido en el primer trimestre del año 2018 la información del canal de YouTube Las Igualadas en la educación de las mujeres de manera que el canal se pueda considerar como una práctica de comunicación/educación? Esto con el fin de tener una base teórica que sustente el trabajo presentado.

2.3 COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN

Para saber a qué nos referimos con comunicación-educación debemos tener en cuenta que es una palabra compuesta en la que se integran dos conceptos: comunicación, que viene del latín “Comunicare” y educación que viene del latín “Educatio”.

Mario Kaplún define la comunicación educativa como:

“En primer lugar, cuando hacemos comunicación educativa, estamos siempre buscando, de una y otra manera, un resultado formativo. Decimos que producimos nuestros mensajes “para que los destinatarios tomen conciencia de su realidad”, o “para suscitar una reflexión”, o “para generar una discusión”. Concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular como alimentadores de un proceso educativo transformador” (Kaplún, 1998)

Esta es una de las tantas definiciones existentes de la comunicación educativa, o comunicación-educación pero hay que tener en cuenta que la relación que existe entre estas dos palabras esta diferenciada en por otras tres relaciones epistémicas, la primera y una de los primordiales para entender la comunicación educativa es la **educomunicación**, que fue acuñada por Mario Kaplún, pero, otros expertos latinoamericanos que también se interesaron por esta le otorgaron una definición:

Hace veinte años, expertos latinoamericanos reunidos en Santiago de Chile convocados por UNICEF, UNESCO y por la organización independiente CENECA (Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística) acordaron que:

La educomunicación incluye, sin reducirse, el concepto de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad (CENECA,UNICEF,UNESCO,1992) (Roberto, s.f., pág. 1).**La educomunicación** se puede definir como una educación transformadora que

parte desde los medios, como desde el aula de clase, donde intervienen siempre medios de comunicación. Además, una parte fundamental de esta es la inmersión que hace el educador con la comunidad, para la creación de los contenidos, buscando la transformación del receptor.

El segundo concepto es la **comunicación/educación**, este también tiene como esencia transformar, el objetivo es generar un cambio social, pero se diferencia de la educación porque en este no es tan primordial la inmersión, simplemente se crean los contenidos y se transmiten, con fin educativo.

El tercero es la **comunicación y educación** que utiliza los medios para entretener y a partir de este contenido educar.

Los anteriores conceptos se basan en la interactividad, en que tanto el emisor como el receptor sean los protagonistas del medio, por ende debe de haber un diálogo entre estos, y aquí es donde surge la comunicación dialógica.

2.3.1 Comunicación

La comunicación humana, hace parte de la historia del desarrollo del ser humano, éste por ser un ser social por naturaleza buscó la manera de comunicarse y estar en contacto con otro de su especie, aquí es cuando aparece la escritura lineal y la escritura cuneiforme, se hace un transfer de alfabeto ideográfico (egipcios) a la representación consonántica (Alfabeto Semítico) en el año 1500 a.c, luego se implanta la escritura, se propaga hacia el Mediterráneo y se convierte en el Latín, van apareciendo la lectoescritura, la imprenta, la prensa, sucesos que marcaron la comunicación y se volvieron fundamentales en el vivir del ser humano.

Paul Watzlaw en el libro teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas, nos presenta 5 axiomas sobre la comunicación humana:

1 Axioma (Es imposible no comunicarse)

Es evidente que una vez que se acepta que toda conducta es comunicación, ya no manejamos una unidad-mensaje monofónica, sino más bien un conjunto fluido y multifacético de muchos modos de conducta —verbal, tonal, postural, contextual, etcétera— todos los cuales limitan el significado de los otros. (Jackson, Bavelas, & Watzlawick, 2011, pag. 50.)

Axioma (Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una metacomunicación)

“Toda comunicación implica un compromiso y por ende una relación. Esta es otra manera de decir, que la comunicación no solo transmite información, si no que al mismo tiempo impone conductas” (pag. 50.)

Axioma (La naturaleza de una relación depende de la gradación que los participantes hagan de las secuencias comunicacionales entre ellos) Tanto el emisor como el receptor de la comunicación estructuran el flujo de la comunicación de diferente forma y, así, interpretan su propio comportamiento como mera reacción ante el del otro.

Axioma (La comunicación humana implica dos modalidades: la digital y la analógica)

“mensaje digital es de mucha mayor complejidad, versatilidad y abstracción que el material analógico” (pag. 66)

Axioma (Los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos como complementarios)

“La simetría y complementariedad en la comunicación no son en sí mismas ‘buenas’ o ‘malas’, ‘normales’ o ‘anormales’, etc. (...) es necesario, que los dos participantes se relacionen simétricamente en

algunas áreas y de manera complementaria en otras”. (Jackson, Bavelas, & Watzlawick, 2011, pags. 55-68)

Desde la perspectiva de este teórico podemos deducir que todo comunica, además que en el proceso de comunicación se pueden presentar varios elementos que no solo dependen del que transmite la información y del que la recibe sino del entorno, de la comunicación no verbal y de los diversos canales que se utilizan al momento de transmitirse la información.

Por otra parte diferentes teóricos han establecido y diseñado diferentes modelos de comunicación, explicando cómo se transmite la información.

2.3.1.1. Transmisión de la información

La transmisión de la información es lo que ocurre en el proceso comunicacional, los datos, la información y todo lo que en el desarrollo intrapersonal, interpersonal o masivamente suceda tiene que ver con esta, durante el proceso comunicativo ocurren diferentes ruidos que dificultan la transmisión de la información, el primer teórico en hablar de los elementos del proceso de comunicación fue Aristóteles

“definió la comunicación por primera vez como la búsqueda de todos los medios de persuasión, organizó su trabajo en tres capítulos: la persona que habla (Quién), el discurso que pronuncia (qué), la persona que escucha (quién); a partir de 1930 cuando comenzaron los estudios científicos de la comunicación, aparecieron nuevos modelos del proceso, como también nuevos elementos dentro de cada modelo” (O'Sullivan-Ryan, 1996).

El modelo de Laswell prosigue del de Aristóteles y con una mayor información agrega dos elementos más: el canal y los efectos. Por otra parte, teóricos como Shannon y Weaver desarrollaron un modelo donde explican cómo debe ser la comunicación ideal, ellos conciben la comunicación como un proceso lineal. “En donde los problemas comunicativos se resuelven desde el inicio de un punto, al cierre de otro eje, llevando consigo un sistema con ciertos conceptos e ideas claras a nivel conceptual” (Ladino, 2017)

En el esquema de Shannon – Weaver podemos observar que la transmisión de la información tiene diferentes momentos y que debe ser de esta manera para que se considere un proceso comunicativo, si nos centramos en la fuente del ruido está no siempre va a existir pero sí se genera en muchas ocasiones, por ejemplo: cuando se habla con otra persona y esta no conoce nuestro idioma ahí puede quedar en pausa la conversación, o cuando se está en una conferencia por internet y la señal de éste es mala hay una interferencia que se considera como fuente de ruido, por eso en el momento de la transmisión de la información se deben tener muchos aspectos claros para que no haya una fuente de ruido y la información llegue correctamente del emisor al receptor.

Desde estas las diferentes perspectivas de los teóricos se puede analizar que la transmisión de la información en un proceso de comunicación se puede dar de diferentes maneras, pero lo que siempre va tener más importancia es que debe haber un emisor y un receptor para que la comunicación sea válida. Adentrándonos más al mundo de la comunicación/ educación el proceso comunicativo se da de diferentes maneras, sin embargo, prima el dialogo, según Paulo Freire.

2.3.1.2 Comunicación dialógica

La comunicación dialógica es la esencia de la comunicación/educación, Paulo Freire (1973):

Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación, constante, de la realidad. Esta es la razón por la cual, siendo el dialogo contenido de la propia existencia humana, no puede contener relaciones en las cuales algunos hombres sean transformados en seres para otro. (Roberto, s.f., pág. 1)

➤ Diálogo

La comunicación dialógica tiene una serie de características entre ellas están:

Según Paulo Freire, ser transformadora, que a través del diálogo se pueda establecer una concientización al ser humano.

Por esto el diálogo es una exigencia existencial. Y siendo el encuentro que solidariza la reflexión y la acción de sus sujetos encauzados hacia el mundo que debe ser transformado y humanizado, no puede reducirse a un mero acto de depositar ideas de un sujeto en el otro ni convenirse tampoco en un simple cambio de ideas consumadas por sus permutantes (Freire, 1970, págs. 100,103).

Lo anterior va ligado al pensamiento crítico que (Freire, 1970, pág. 112), resalta en la obra pedagogía del oprimido que, cuando el diálogo se hace énfasis

en el pensar crítico, es capaz de generarlo. Además, de que, sin este no hay comunicación y por ende no habría una verdadera educación; esto quiere decir que el diálogo se hace significativo en la comunicación, solamente cuando los interlocutores pueden entender, evaluar o analizar los conocimientos que se están transmitiendo. Y para entender este tipo de conocimientos es necesario saber de qué manera se está transmitiendo la información, y con qué objetivo, si para persuadir o educar.

2.3.2 Educación

La educación comienza desde la Grecia antigua,

“esto se debió a que educar fue siempre uno de los medios por los cuales los grupos humanos aseguraban su supervivencia. En las sociedades primitivas la educación era una tarea colectiva. Era común que los adultos enseñaran a los niños y a los jóvenes los códigos y los valores del grupo que los llevaran a adoptar un determinado comportamiento y hasta asumir un papel determinado en la estructura social” (Aguerrondo, 2005. Pág.13).

Diferentes pensadores de la época le daban su definición a lo que creían debía ser la educación,

“Sócrates creía que el objetivo de la educación era transmitir el conocimiento desinteresado, con el fin de preparar al hombre para seguir el camino de la virtud y la búsqueda de la sabiduría. Por otro lado según la concepción de platón la educación debe comprobar las aptitudes de los alumnos de modo que solo los más inclinados al conocimiento reciban la formación para volverse gobernantes”

De manera entonces que el pensamiento de Sócrates se inclinaba más por las ideas y el de Platón le prestaba más atención a las cosas. Desde entonces fue transcurriendo el tiempo y llegó la edad media con el cristianismo quienes estaban más de acuerdo con Platón. “Mantuvo viva una educación que no podía prescindir de cierto grado de alfabetización, lógica y retórica, aunque restringiera a nobles y religiosos, o a todos” (Aguerrondo, 2005. Pág.16).

En el siglo XIX la educación tomaría otro rumbo y nuevos pensadores impartirían lo que hasta hoy podemos conocer y aplicar; Jean-Jacques Rousseau ubicó a los niños como seres en progreso y que necesitaban ser cuidados, según el libro grandes pensadores: historia del pensamiento pedagógico occidental “Para Rousseau, la educación de los niños era la promesa de un progreso que incluía en sí la afectividad. Nació una fase de gran interés por la infancia” (Aguerrondo, 2005. Pág.22).

La educación entonces a través del tiempo fue tomando nuevos rumbos, nuevos pensadores fueron surgiendo y empezó a ser transformada para el bien del receptor, se instauraban nuevas formas de educación y nuevos modelos que involucrarían tanto al receptor como al emisor.

2.3.2.1 Modelos de educación

Mario Kaplún, también aportó conocimientos que se volvieron importantes para el desarrollo de este y además reforzaron el tema de educación. En el libro una pedagogía de la comunicación, de Mario Kaplún, se ven plasmados varios conocimientos donde el comunicador y escritor se basa en otros pensadores como Juan Díaz Bordenave para aclarar la concepción sobre educación, haciendo un énfasis en las prácticas comunicativas.

Se habla de tres modelos fundamentales propuestos por Díaz Bordenave:

➤ La educación que pone énfasis en el contenido:

“La educación que pone énfasis en los contenidos: corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la élite “instruida” a las masas ignorantes”. (Kaplún, 1998, pág. 18)

En este tipo de educación, se puede dar en el que según las teorías de comunicación, es el modelo de Shannon y Weaver, donde hay una fuente de información, un mensaje, un transmisor, una señal, (fuente de ruido) una señal recibida, un receptor, un mensaje un destinatario. Mario Kaplun, habla en este caso de la radio o televisión educativa, en las cuales, por propia limitación del medio, el alumno se halla ausente, oyendo o viendo la lección desde su casa y reducido por tanto al silencio y la pasividad. Solo le queda escuchar, repetir lo que le indica el profesor y aprendérselo.

➤ La educación que pone énfasis en los efectos

Educación que pone énfasis en los efectos: corresponde a la llamada “ingeniería del comportamiento” y consiste esencialmente en “modelar” la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos. Persuasión es un concepto clave en este modelo, ya no se trata como en el anterior, solo de informar e impartir conocimientos; sino sobre todo de convencer, de manejar, de condicionar al individuo para que adopte la nueva conducta propuesta (Kaplún, 1998, pág. 18).

*Feedback:

En este modelo, se pudo avanzar en algo, la retroalimentación o como es llamada en inglés “*Feedback*”,

el modelo puede ser, percibido, por tanto, como algo más equilibrado y participativo, ya que, aparentemente, le reconoce un papel relativamente más activo al receptor, a quien se le daría al menos la oportunidad de reaccionar ante el mensaje recibido y tener así alguna influencia, algún peso en la comunicación. Sin embargo no debemos olvidar que estamos ante una comunicación persuasiva cuyo objetivo es el de conseguir efectos (Kaplún, 1998, págs. 40,41).

El feedback o retroalimentación es entonces una manera por la cual la persona (receptor) quien recibe la información puede dar una opinión al emisor sobre los datos recibidos. Sin embargo, en este modelo de la educación que pone énfasis en los efectos, “la retroalimentación no es sino el mecanismo para comprobar la obtención de la respuesta buscada y querida por el comunicador, a través de una comunicación persuasiva.” (Kaplún, 1998, pág. 42).

Dos grandes ejemplos de este modelo en la comunicación se ven según (Kaplún, 1998, pág. 42), en la publicidad comercial, cuyo Feedback consiste en la comprobación posterior del aumento de ventas logrado por la campaña publicitaria y en el rating de audiencia de los canales de televisión, el que luego les permite afirmar que es el público el que escoge “libremente” y determina la programación.

➤ La educación que pone énfasis en el proceso:

Educación que pone el énfasis en el proceso: destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y las comunidades. No se preocupa tanto de los contenidos que van a ser comunicados ni

de los efectos en término de comportamiento, cuanto de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad; del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social (Kaplún, 1998, pág. 18).

Este modelo de educación está basado en lo que hablábamos anteriormente de Paulo Freire, la teoría del oprimido, una educación liberadora.

Ya no se trata, pues, de una educación para informar (y aún menos para conformar comportamientos) sino que busca formar a las personas y llevarlas a transformar su realidad, nadie se educa solo; sino que los hombres se educan entre sí mediatizados por el mundo. Si se pudo caracterizar el primer tipo de educación como el que se propone que el alumno aprenda y el segundo como el que busca que el receptor haga, podría resumirse la finalidad de este modelo en la siguiente formulación:

Objetivo: que el sujeto piense y que ese pensar lo lleve a transformar la realidad (Kaplún, 1998, pág. 49)

En este modelo educativo, se podría poner como ejemplo el objeto de estudio de esta investigación, el “canal Las Igualadas” del periódico El Espectador, ¿Por qué? Este canal se puede observar como un proceso de comunicación-educación que busca desde el quehacer periodístico enriquecer los conocimientos sobre la desigualdad de género hacia la mujer, a través de contenidos, que como dice su presentadora María Ángela Urbina “La importancia de hacer ese tipo de periodismo de género a través de Youtube es llegar a un público que de otra manera no llegaríamos.” Estos videos se pueden llamar transformadores de la realidad, puesto que pueden influir en que la situación de una mujer que puede estar siendo maltratada, física o psicológicamente, se eduque, se transforme y cambie su rumbo de vida.

Después de conocer los diferentes modelos de comunicación es necesario entonces entender el concepto de comunicación/educación desde la perspectiva ya no de la educación sino de la comunicación. Cómo debe ser transmitido el contenido educativo para que tenga mayor recepción, siendo así, que los espectadores lleguen a él, ¿Cómo vamos a comunicar esta información? ¿Qué prácticas vamos a utilizar para que se genere la comunicación/educación?

2.4 PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN

Mario Kaplún, sostiene la comunicación desde una perspectiva y es: cómo hacer llegar ese contenido. En su libro una pedagogía de la comunicación, parte de una pregunta:

¿Qué significa “llegar” ?, en primer lugar, obviamente, que nuestros mensajes sean atendidos: que despierten el interés de sus destinatarios. Que sean escuchados, leídos o vistos. Luego que sean captados. Pero en comunicación educativa aún con eso no basta. Nuestra comunicación cumple realmente su objetivo:

- Si moviliza interiormente a quienes lo reciben;
- Si los cuestiona
- Si genera el diálogo y la participación
- Si alimenta un proceso de creciente toma de conciencia

Para poder cumplir ese papel social, debemos adentrarnos en el proceso de la comunicación y apropiarnos de los instrumentos que contribuyen a favorecer la eficiencia de nuestros mensajes (Kaplún, 1998, pág. 88).

La comunicación educativa, no debe ser como la información común que solo se encarga de transmitir datos sobre un hecho, sino que debe partir de un

estudio de las necesidades del público al que se quiere llegar para transformar, porque transformar es el objetivo de esta comunicación, transformar la realidad de las personas a través de una información. Como afirma (Kaplún, 1998, pág. 102) “Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro”.

Para generar prácticas de comunicación-educación se debe tener en cuenta entonces, que el profesional como educomunicador debe investigar qué es lo que le interesa al público al que quiere llegar, debe tener un conocimiento para opinar sobre el tema, también muy importante la retroalimentación; saber que la comunicación lineal es un tema del pasado. Crear nuevas didácticas a las que las personas no estén acostumbradas y que la tecnología se lo permita realizar. Transmitir siempre la información con una intención y es la transformación de la audiencia. Porque no se puede generar una comunicación/educación sin tener ese objetivo claro y es crear criticidad en el público.

2.4.1 Educomunicador

Aparici en el libro comunicación educativa en la sociedad de la información se distinguen cuatro tipos de educomunicadores:

La enseñanza de tecnología y los medios como capacitación tecnológica sin profundizar en el contenido o el uso de los medios. La formación práctica en los medios, la simulación de roles profesionales relacionados con los medios (reportero, entrevistador, editor, redactor, etc.). Es un modelo reproductivo que puede ser interesante si utiliza la forma alternativa como ejemplo para desmitificar los medios. El análisis de audiencias, las empresas de

los medios, las agencias, etc. El modelo integrador que suma los tres anteriores (Aparici, 2003, págs. 28-29).

A partir de esta información es necesario definir entonces a que nos referimos cuando hablamos de un educador. ; En este caso de la investigación, la educadora sería María Ángela Urbina quien es la que dirige el programa “Las Igualadas”, que es un programa para discutir con tranquilidad temas de género que parecen elementales pero que suelen ser ignorados, con el fin de transformar la realidad de algunas personas. En este caso se valió de las redes sociales más específicamente Youtube para subir los vídeos y Facebook e Instagram para compartir el contenido y que el público pueda comentar acerca de este.

En esta época de la masiva información que se está dando a través de internet y redes sociales, se está transformando la manera en cómo las personas reciben la información, haciendo que las personas vivan aún más informadas y puedan actuar o tomar decisiones a partir de lo que ven, leen o escuchan. Lamentablemente no todo lo que está en esta red es real y por ende muchas personas llegan a compartir información que afecta el conocimiento de otras, pues no se toman el tiempo de investigar.

Sin embargo, se puede reconocer que la información que se transmite a través del canal de Youtube de Las Igualadas, si es veraz pues aparte de que está respaldado por el periódico de El Espectador, también se dan datos que si nos tomamos el tiempo de indagar acerca de ellos son valederos. Por eso como Mario Kaplún claramente lo dice: para que haya un proceso de comunicación educativa esta información de verdad tiene que llevar a esta audiencia a que se cuestione, y no se quede simplemente en la información que les están brindando, es importante que vayan más allá de.

2.4.1.1 Consumo de medios

Por otra parte J.M Perez Tornero plantea en su guía comunicación y educación cuestiones clave, que los medios de información se han vuelto una escuela paralela,

Sin embargo, en esta escuela mediática paralela no se dan ni el estudio ni la disciplina que son, por otro lado, los aspectos más tediosos de la escuela. La escuela paralela se ha especializado en un discurso sencillo, fácil y mucho menos complejo que el de la escuela tradicional. Sus contenidos son más visuales, más comprensibles, menos abstractos, más directos que los de la escuela clásica y además, en general, más a menos y entretenidos (Tornero J. P.)

Los medios han adquirido una importancia crucial, sobre todo el internet, por ende las nuevas prácticas que se desarrollan, para atraer al público deben contener temas educativos que formen a la persona a través de la información dada.

Pero, no hay que dejar a un lado el receptor, que es la esencia de estos mensajes, pues sin este no habría un consumo y los medios no podrían permanecer, ¿en qué consiste consumir un medio de comunicación es la pregunta que se hace J. Manuel Pérez tornero en el artículo ¿Qué es consumir medios de comunicación? Claves para su comprensión pues bien plantea una serie de elementos:

-Disponer un espacio tiempo del consumidor. Éste dedica unas horas determinadas al consumo en cuestión; lo hace, además, en unas condiciones espaciales determinadas y esta disposición es ya una estructuración específica de su comportamiento y de actividades.

-Asumir un punto de vista sobre el entorno. Se adopta el del medio, que nos ofrece su perspectiva, que funciona como ventana

interesada capaz de hacer entrar en el cuadro una parte del mundo y dejar fuera él otra parte más importante aún.

-Establecer una relación con el interlocutor. Guardar una distancia, adoptar un papel, intercambiar expectativas...

-Integrarse en una comunidad. Incorporarse a un medio, es saberse partícipe de una comunidad simultánea a un espíritu colectivo más o menos cohesionado.

-Conocer determinados temas. Es disponer de determinados conocimientos, compartir una agenda de saberes.

-Seguir un curso de razonamiento. Un medio da qué pensar y cómo pensarlo. Nos brinda herramientas para acomodarnos a un y a un estilo de inferencia.

-Aceptar una estética. Los medios nos ofrecen formas que nos capturan, a las que prestamos atención y que recrean nuestras ideas.

-Colocarse ante unos valores. Es, también situarse ante unos valores, dejarse atraer por un referente u otro, disponer unas actitudes y unas voluntades.

-Plantearse unas propuestas de acción. Respondemos o no a las propuestas pragmáticas de un medio, pero no somos ajenos a las mismas.

-Finalmente, un medio se implica en un proceso de construcción de una cultura. Ésta es el fruto de un universo referencial y de valores compartido y éste se apoya sólo en la comunicación. (Tornerio J. M.)

Para una práctica de comunicación-educación es necesario tener en cuenta tanto la información que da el emisor, el mensaje y cómo el receptor recibe este mensaje, pues tienen una relación simbiótica, donde el uno no podría estar presente sin el otro.

2.5 REDES SOCIALES

Para hablar de redes sociales es necesario entender, que hay varios tipos de redes eléctricas, de transporte, sociales, en este caso nos introduciremos en las redes sociales del internet, y para conocer más acerca de este concepto es preciso dirigirse a la teoría de los Grafos, que se inclina específicamente al concepto de redes.

2.5.1 Redes

Según Alfredo Caicedo Barrero, *Et al.* en el libro introducción a la Teoría de los Grafos, esta que hace parte de la matemática discreta, los grafos son una estructura de datos no lineal, la cual se puede usar para modelar diversas aplicaciones. Es una parte importante de la Teoría combinatoria en matemáticas, lo que le da un carácter bastante amplio y complejo. Los grafos se presentan con frecuencia en la vida real, tal es el caso de una red de carreteras que enlace un cierto grupo de ciudades; aquí los nodos de la red o ciudades representan los vértices del grafo, las carreteras que unen las ciudades representan los arcos o aristas; así a cada arco se asocia una formación tal como la distancia entre ciudades, consumo de gasolina, costo de mantenimiento, etc (Barrero Caicedo, 210, pág. 113).

Los grafos son entonces una representación gráfica desde la matemática que explica cómo se puede unir una red, en la siguiente figura, se demuestra cómo puede ser un grafo:

Esta teoría ha servido para entender cómo se pueden dar las redes entre actores, puesto que es una figura no lineal, que conecta varios vértices dando entender,

que una red puede llegar a muchas personas si se siguen construyendo y conectando más vértices.

Figura No.1 Grafo

Hay que aclarar que la anterior, teoría aún no nos ha esclarecido que significa una red, sin embargo, se puede deducir que en la teoría de los grafos se centraron las redes. Entonces las redes son aquellas donde se puede articular una cosa o una persona con otra, y más que articular hablamos de conectividad. Según el libro aproximación al concepto de redes de Delía María Covi Druetta *Et. al* después de analizar varios conceptos sobre las redes, se propone el siguiente:

Las redes son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos. Permiten el intercambio de información a través de diversos canales y su representación gráfica proporciona una visualización de cómo se articulan o relacionan, mediante aristas o arcos, sus elementos denominados vértices, nodos o actores sociales (Covi Druetta, 2009).

El internet fue creado hace ya más de 40 años, como un proyecto de investigación militar, para convertirse en una herramienta de información y conectividad entre varias personas. Fue evolucionando poco a poco, primero solo podían las personas conectarse e informarse, luego lograron que estas interactuarán además de con la computadora con otras personas y así volver el internet, una red de navegación en donde cada usuario que accediera a este medio pudiera crear redes que permitieran el intercambio de información.

Así poco a poco fue creciendo, hasta llegar a las redes sociales, donde las más famosas por su fácil acceso, por su interfaz y por su gran cantidad de elementos pudieron atrapar a diferentes usuarios que hoy utilizan mundialmente, entre estas están: Youtube, Facebook e Instagram, cada una ofreciendo diversas expectativas, pero con un solo propósito: unir a todos los usuarios y que ellos interactúen entre sí.

2.5.1.1 YouTube

Es una red social, creada con el fin de difundir vídeos en los diferentes sitios web, se fundó a principios del 2005 por tres antiguos empleados de la empresa de comercio online PayPal: Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. El registro del dominio se llevó a cabo el 14 de febrero del mismo año con la intención de crear un sitio donde cualquier persona con una cámara de vídeo y conexión a internet pudiera compartir una historia con el resto del mundo. La versión beta del sitio se publicó en mayo de este mismo año.

“Según sus creadores, los tres principios fundamentales de Youtube son los siguientes: Dar a la gente una voz para expresarse a través del vídeo. El Éxito se alcanza, cuando los partners lo alcanzan. Si el vídeo evoluciona, Youtube evoluciona más rápido” (Sierra, 2012, págs. 15-16).

Según los principios que los creadores le dieron a Youtube, esta red social, no solamente quiere que las personas suban sus videos sino también como se menciona, “una voz para expresarse a través del video” para esta investigación es muy importante conocer acerca de estos principios puesto que “Las Igualadas”

tienen como objetivo expresar una realidad, a través del video, algo que no podrían hacer con el periodismo tradicional, pues la didáctica sería más tediosa.

2.5.2 Social

Así que, si la red tiene un propósito, lo social también lo tiene y es necesario adentrarnos en el concepto de social para comprender qué quiere decir esa palabra que tanto mencionamos y es: “red social”. La palabra social viene de la sociología que es una disciplina encargada de la comprensión del mundo social y cómo los individuos interactúan entre sí, el propósito de esta es ocuparse de la sociedad como sistema de relaciones en general. El sociólogo Francés Pierre Bourdieu afirma que el mundo social existe estructuras objetivas independientes de la conciencia y de la voluntad de los sujetos, que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o representaciones.

Después de conocer el concepto de redes y social existe una teoría, llamada la teoría seis grados de separación:

Propuesta por el escritor Húngaro Friyes Karinthy en 1929, el concepto de los grados de separación está basado en que la idea de los números de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces que se incorpora en la cadena, siendo necesarios tan solo un pequeño número de enlaces para que el conjunto de conocidos se acabe convirtiendo en una enorme población (Rejón Guardia, 2014, pág. 614).

Esta teoría de los seis grados de separación entre individuos en una sociedad, también viene recogida y desarrollada en el libro “Six Degrees: The science of a Connected Age” del sociólogo Watss

(2003), donde asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta con tan solo seis “saltos” de proximidad. Estos seis “saltos” están basados en que cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo etc., a unas 100 personas, por lo que si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otros 100 individuos, cualquiera de ellos podrá propagar un comentario o mensaje a 10.000 personas más, tan solo pidiendo a un individuo que transmita un mensaje entre sus amigos (Rejón Guardia, 2014, pág. 614).

Las redes desde la teoría de los Grafos y lo social a partir de la sociología, se obtiene otra teoría y es la teoría de los grados de separación, dentro de estas tres teorías se puede deducir que “redes sociales” es un concepto que no tiene una sola definición, pero se puede acercar al significado de que son aquellas, que unen a las personas a través de lazos que cada persona crea; y que se hicieron con el fin de que las personas tuvieran más interactividad entre ellas y pudieran conocer más tanto acerca de ellas como acerca del mundo en que las rodea.

Como nos referíamos anteriormente, el internet ha evolucionado y las redes sociales se han vuelto famosas, por ende, otros medios de comunicación la televisión, la radio, los periódicos se han visto obligados a volverse medios multimedia o multicanal, reinventándose y creando contenido que no los deje atrás de este medio tan masivo como es el internet. En este caso el periódico El Espectador se valió de videos (Las Igualadas) en plataformas como Youtube, y Facebook, para mostrar una manera diferente de hacer periodismo. ¿Para qué se utilizan estas redes sociales?

2.5.2.1 Facebook

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero en la actualidad está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. La mayoría de funciones en Facebook se basan en la idea de que hay personas en tu vida con las que quieres mantenerte en contacto. Ya sean amigos, familiares, compañeros de trabajo o conocidos, una vez establezcas una conexión con ellos en Facebook serán considerados tus amigos. (Faerman, 2010. Págs. 18-19).

La red social de Facebook en el canal de Las Igualadas se utiliza para compartir el contenido que se sube principalmente en Youtube, y aquí las personas puedan compartirlo, comentar e interactuar, además de esto también hay un grupo de interés llamado “Las Igualadas” donde muchas mujeres que ya conocen el canal interactúan entre sí.

Las redes sociales, son entonces aquellas donde además de comunicarnos con varias personas al tiempo, podemos hacer redes donde la información llegue a varios usuarios, también es donde podemos manifestar nuestra libre expresión, utilizar estas como medio educativo de ocio o activación empresarial. Desde el punto de vista de esta investigación sobre los videos de Las Igualadas, se puede decir que son una forma de libre expresión a través de una didáctica diferente como son los videos. Pero, debemos tener en cuenta la masiva información que en estas redes existe, por ende, a la hora de comunicar, compartir o escribir algo, lo tenemos que hacer siempre con un objetivo. El propósito que tiene en este caso el canal de Las Igualadas, es educar en tema de violencia de género hacia la mujer.

2.6 VIOLENCIA DE GÉNERO

Para hablar sobre violencia de género primero hay que aclarar, que dentro de los géneros más conocidos o mencionados por el hombre está el femenino y el masculino. Los otros, aunque no muy mencionados se pueden tomar como tipos de sexualidades como son los transgéneros, homosexuales etc. que tienen algún gusto sexual en específico, pero, que por ser minorías también sufren violencia de género en mayor frecuencia.

En el caso de esta investigación nos incumbe hablar más sobre el tema de la violencia de género hacia la mujer. La mujer siempre se ha visto como un ser inferior al hombre, y esto por qué, nos remontamos a la biblia donde se lee que en el capítulo 2, Versículo 24, del **Génesis**: "Entonces Yahveh Dios hizo caer sueño profundo sobre hombre y, el cual se durmió. Y le quito una una de las costillas, rellenando el vacio con carne. De la costilla que Yahveh Dios tomando del hombre formo una Mujer, y la llevo ante el hombre. Entonces exclamó: Esta vez sí que es hueso de mis huesos y cvarne de mi carne. Esta será llamada Mujer. (Scheifler., 1975)"

Por ejemplo, hay religiones como la católica, donde la mujer no puede realizar una eucaristía, no pueden cumplir un papel principal como es la del padre. En otras religiones como el islam, las mujeres están sometidas desde su vestimenta usando atuendos como El HIYAB, LA BURKA, NIQAB etc.

Aparte del tema de la religión, se debe situar a la mujer en diferentes épocas para analizar por qué siempre ha sido menos que el hombre. Cuando era la época del renacimiento, en esta la mujer debía, cuidar de sus hijos dedicarse a las labores del hogar y practicar sexo con su esposo, sin embargo, no tenía derechos que sí tenían los hombres como estudiar o votar. Luego surge la

ilustración, un movimiento que defiende la igualdad social de las personas, pero este trae la revolución francesa, se dan a conocer los derechos del hombre y el ciudadano, donde no se ven incluidas las mujeres, por esta razón mujeres que no estuvieron de acuerdo con esta decisión como Olimpia de Gouges quien replica el texto transformándolo como: declaración de los derechos de la mujer y de la ciudadana; por otro lado Mary Wollstonecraft quien da a conocer el texto vindicación de los derechos de la mujer. Aquí nace la ola del feminismo.

2.6.1 Feminismo

El feminismo es un discurso político que se basa en la justicia. El feminismo es una teoría y práctica política articulada por mujeres que tras analizar la realidad en la que viven toman conciencia de las discriminaciones que sufren por la única razón de ser mujeres y deciden organizarse para acabar con ellas, para cambiar la sociedad (Varela, 2005, pág. 14).

Según el libro de Nuria Varela, se puede considerar que el canal de “Las Igualadas” es una práctica feminista que se hace a partir de las nuevas didácticas que ofrece los medios de la actualidad, como son los videos por Internet, que pueden llegar a varias personas en red, como lo mencionábamos anteriormente en la teoría de los Grafos.

El feminismo se puede inferir como una práctica que nace para las mujeres defenderse de la violencia de género, y que solo aquellas, que decidan tomar riendas en el asunto cuando son violentadas, ya sea por otro hombre o por otra mujer, puedan acudir a esta teoría para defenderse.

El feminismo es un impertinente- como llama la Real Academia Española a todo aquello que molesta de palabra o de obra, el feminismo nace en el siglo XVIII en la época donde los revolucionarios e ilustrados franceses- también francesas-, comenzaban a defender las ideas de “igualdad, libertad y fraternidad” por primera vez en la historia, se cuestionaban políticamente los privilegios de cuna y aparecía el principio de igualdad. Sin embargo, ellas, las que defendieron que esos derechos incluían a todos los seres humanos- también a las humanas-, terminaron en la guillotina mientras que ellos siguieron pensando que el nuevo orden establecido significaba que las libertades y los derechos solo correspondían a los varones (Varela, 2005, pág. 13).

Como es el caso de Olimpia de Gouges escribía la “Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadanía” en su artículo X la escritora francesa declaraba: “la mujer tiene el derecho de ser llevada al cadalso y, del mismo modo, el derecho a subir a la tribuna...” y eso fue exactamente lo que le pasó. Olimpia fue guillotizada en 1793, aunque nunca subió a ninguna tribuna y no porque no lo hubiera intentado (Varela, 2005, pág. 23.).

Aparte de esta como lo mencionábamos anteriormente también hubo otra exponente muy importante del feminismo Mary Wollstonecraft quien en su texto hizo una aclaración muy importante: la diferencia entre los géneros entre hombres y mujeres no es algo natural, es algo cultural lo cual se produce a través de la educación, con esta aclaración muchas mujeres comienzan a transformar su pensamiento.

Pero una dura represión como el código francés, en 1800, exige a las mujeres actuar con obediencia a sus maridos, todo empeora; pero, nace la segunda ola del feminismo el sufragismo (movimiento de burguesas blancas), mujeres que luchan por sus derechos y por los derechos de los esclavos, las mujeres comienzan a hacerse sentir con manifestaciones y acciones como incendios.

También, podemos observar otra corriente feminista a lo largo del tiempo como es el feminismo social así va evolucionando el movimiento feminista que a lo largo del tiempo trae importantes hechos como:

- el derecho al voto hace 126 años en 1893 en nueva Zelanda. Aunque en países como Colombia solo se logró hasta 1957.
- Derechos reproductivos, o sea la mujer si tenía sexo debía ser siempre con el fin de engendrar, pero en el siglo XX el feminismo permitió que esto cambiara.
- Derecho a la educación, solo podía acceder a la educación si tenía un permiso de las autoridades, en Colombia solo se logró hasta 1935.
- Derecho al trabajo, esto se dio gracias a las guerras mundiales, que aceleraron el trabajo de las mujeres, sin embargo, aún hay una brecha en desigualdad de remuneración del trabajo para las mujeres.

En el siglo XXI época actual, la mujer esta cambiando su status y ya no es solo la ama de casa, sino que también se le ve como una persona con capacidades para realizar varias labores, sin embargo, aún falta muchos más pasos para que la violencia de género hacia la mujer disminuya, aquí hablamos de hechos tipo como: feminicidios.

3.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación cualitativa se deriva y ha sido estimulada por escuelas que son considerablemente diferentes a los que propugnan por la orientación cuantitativa. La principal característica de la investigación cualitativa es su interés por captar la realidad social “a través de los ojos” de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto. El investigador induce las propiedades del problema estudiado a partir de la forma como “orientan e interpretan su mundo los individuos que se desenvuelven en la realidad que se examina” (Bonilla Castro, 1997).

Esta investigación es de carácter, cualitativo con un enfoque interpretativo basado en el análisis de contenido de 24 videos en el canal de YouTube de Las Igualadas.

Inicialmente, y haciendo claridad que el objetivo del programa es cultural con la temática de género, esta investigación buscó identificar si en realidad se trata de un producto comunicativo - educativo para la comunidad, que en su mayoría mujeres, han seguido desde su creación, para ello, se realizó una entrevista semiestructurada a quien conduce actualmente el programa. A través de una interpretación de la información se describieron las categorías que hacen que este cumpla la función pedagógica que permitirá analizar el contenido.

Su diseño de investigación no experimental- transversal de tipo descriptivo, permitió recolectar información a través de la observación no participante y cumplir con el objetivo de conocer si hay una práctica implícita de comunicación -

educación, expuesta en el canal digital de YouTube de Las Igualadas, arrojando entonces que el discurso usado en dicho material cumple una función pedagógica implícita dentro del programa. Así mismo, se uso el método interpretativo para conocer las significaciones que tiene la audiencia frente a los videos publicados en el canal por medio de una escala de likert; dicho análisis, aunque arrojó un resultado cuantitativo, se basa en un análisis del contenido comunicativo del programa, de carácter cualitativo, por su sentido social ante la problemática de violencia de género, comprendiendo los mensajes del producto audiovisual y la interpretación de motivación de la audiencia frente a la experiencia de los mismos en el consumo del contenido ofrecido en dicho canal digital.

3.2 DELIMITACIÓN

3.2.1 Sujeto u objeto de Investigación

En este caso nuestro objeto de estudio es el canal de Las Igualadas, es un canal creado para discutir con tranquilidad temas de género que parecen elementales, pero que suelen ser ignorados.

3.2.2 Tiempo y Escenario

3.2.2.1 Tiempo

El tiempo en el que se llevará a cabo esta investigación será de dos años y medio que es en el tiempo, que transcurren las asignaturas que le corresponden al proyecto de grado.

3.2.2.2 Escenario

El escenario en el que se va a trabajar es en internet, más específicamente en las redes sociales, YouTube y Facebook, que es donde se publican los videos del canal, y donde las personas están haciendo comentarios y generando dialogo acerca de lo que se informa.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Después de analizar que la investigación que se va a realizar es cualitativa con un enfoque de análisis de contenido, se debe entender que el diseño de la investigación se realizará desde el método interpretativo, con un diseño de investigación no experimental- transversal de tipo descriptivo. Puesto que busca analizar las interacciones y reacciones que las personas han tenido frente a un canal que esta destina a ofrecer información sobre un tema cultural, el género. ¿Cómo las personas que han visto estos videos han reaccionado frente a esta información? Esta investigación se hará a través de un proceso analítico.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.4.1 instrumentos para la recolección y generación de información

Las técnicas de recolección de la información que se harán a partir de los objetivos que a continuación se presentan serán: encuesta en formato de Escala de Likert, Entrevistas. Según los objetivos de nuestra investigación que son:

Objetivo 1: Identificar si el canal de Youtube Las Igualadas del Espectador, es una práctica de comunicación-educación digital que genera conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer. Este objetivo va dirigido al mensaje que transmite el canal de Las Igualadas, para este objetivo se utilizará la técnica de recolección de información “Entrevista no participante” Este es un objetivo dirigido al emisor, en este caso en esta técnica, el entrevistador es un instrumento más de análisis: explora, detalla y rastrea por medio de preguntas, cuál es la información más relevante para los intereses de la investigación, por medio de ellas se conoce a la gente lo suficiente para comprender qué quieren decir, y con ello, crear una atmósfera en la cual es probable que se expresen libremente [Taylor y Bogdan, 1990: 108] (Robles, 2011) se realizará con la periodista María Ángela Urbina vía Skype quien es la periodista que dirige este canal, acerca de cómo ha llevado ella este proceso de generar conciencia en las mujeres a través de su canal. Para identificar los aspectos malos y buenos que le han pasado, con el proyecto de “Las Igualadas”.

Objetivo 2: Evaluar cómo ha sido la experiencia del público del canal de Youtube de Las Igualadas del periódico el Espectador al recibir el contenido sobre violencia de género hacia la mujer. Este objetivo va dirigido a los receptores se realizara una encuesta, En el formato de escala de Likert, Esta técnica que trata de evaluar la perspectiva que tienen las personas sobre algo, servirá para saber si realmente este canal si está generando conciencia acerca de la violencia de género en las personas que son receptoras de su información.

Objetivo 3: Conocer si hay una práctica implícita de comunicación-educación desde el canal de Youtube de Las Igualadas del periódico el Espectador. Para este objetivo se realizarán unas fichas de análisis de contenido las cuales nos permitiraán conocer más a fondo qué contenido hay en los videos del canal Las Igualadas.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para analizar los instrumentos de información se realizó primero el vaciado de la información de la escala de Likert y de la entrevista. En la escala de Likert se utilizó una tabla dinámica y gráficos para saber los porcentajes de las personas que respondieron las encuestas, y en la entrevista se realizó un análisis categorial donde se analizaba que variable o categoría de la investigación había en cada respuesta de cada pregunta realizada a la periodista María Ángela Urbina.

3.6 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES

Para el objetivo uno que va dirigido hacia el emisor en este caso la periodista Maria Angela Urbina, se le realizó una entrevista a ella, la cual era de preguntas abiertas, y abarcaba el tema de la comunicación/educación y de cómo ella transmitía el contenido.

Para la escala de Likert, que va dirigida hacia el objetivo 2 de la investigación, se tomó la muestra de los participantes de la siguiente manera:

Se hará un diseño online, por medio de la herramienta Google Docs de tal manera que se pueda compartir un link por medio de Facebook e Instagram donde las personas respondan las diferentes preguntas. Además, para conocer cuántas personas deben ser encuestadas se utilizó la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQ / E^2}{Z^2 PQ / E^2 + 1} N$$

n: el tamaño de la muestra

N: población total

P: proporción de personas que contestaron el cuestionario: 50,0%

Q: proporción que no contesta o contesta a medias: 50,0%

Z: nivel de confianza: 1,96%

E: error de estimación: 1,5%

Con la cual se dio a conocer que 98 personas debían ser encuestadas, pues se utilizó la población total de Facebook, del grupo de Las Igualadas que equivale a: (20.217).

Para el objetivo 3 se realizará un análisis de contenido de los videos del canal Las Igualadas, se hará a través de fichas las cuales contarán con diferentes categorías que permitan conocer más a profundidad el contenido de los videos.

3. 7 PLAN DE TRABAJO

Tabla 1

Plan de trabajo

Actividades			Plan de trabajo		
Año 1	Año2	Año 3	Año 1	Año2	Año 3
Escribir detalladamente qué se quiere hacer y por qué se quiere hacer	Investigar los diferentes autores que tienen conocimiento acerca de la investigación	Entrega de elementos de recolección a 2 profesores para su respectiva validación	Mes de marzo 2018 creación del proyecto de grado	Mes de marzo de 2019 realización de marco referencial y marco teórico	Mes de marzo de 2020 validación de instrumentos de recolección
Resolver las preguntas que se tienen acerca del trabajo	Investigar cuál va a ser la metodología que se va a utilizar en la investigación.	Realizar entrevista a María Ángela Urbina, envío de la escala de Likert y realización de ficha de análisis de contenido no participante	Mes De abril creación planteamiento del problema y objetivos	Mes de abril de 2019 realizar metodología de la investigación	Mes de abril de 2020 trabajo de campo aplicación de los tres elementos de recolección de la información

Plantear pregunta y objetivos de investigación	Escribir la metodología y resolver por qué se va hacer de esta manera	Realizar Análisis de datos en triangulación para sacar conclusiones finales del trabajo de investigación	Mes de mayo entrega del planteamiento del problema	Mes de mayo de 2019 realizar instrumentos de recolección de la información	Mes de mayo de 2020 aplicación de los elementos de recolección para análisis de la investigación
--	---	--	--	--	--

3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para determinar el presupuesto de este proyecto se sumarán los costos que se hayan estimado para las actividades o paquetes de trabajos establecidos en la estructura del trabajo, el trabajo se realizó en un periodo de tiempo de 3 años en los cuales 2 de ellos fueron virtuales y 1 de manera presencial.

Fotocopias: \$20.000

Internet por mes, durante dos años: \$110.000 = \$2'640.000

Pasajes para la Universidad durante un año: \$5.000 por día = \$960.000

Total de presupuesto: \$3'620.000

4.SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS Y TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS.

Este trabajo de investigación que subyace en el objeto de estudio del contenido que presenta el canal “Las Igualadas” del periódico El Espectador, tiene como objetivo identificar el contenido acerca de la conciencia sobre la violencia de género hacia la mujer. Se realizó a partir de una pregunta de investigación, la cual está planteada de la siguiente forma: ¿Cómo ha influido en el primer semestre del año 2018 la información del canal de YouTube “Las Igualadas” en la educación de las mujeres de manera que se pueda considerar como una práctica de comunicación/educación? Y para resolverla se planteó un objetivo general y 3 objetivos específicos, luego se hizo una recolección de datos de antecedentes que hablan acerca de la comunicación/educación, medios y violencia de género hacia la mujer y para obtener más información secundaria se realizó el marco teórico conceptual que consta de 4 categorías y 21 subcategorías entre primer, segundo y tercer grado que hacen énfasis en las teorías de Mario Kaplún y Paulo Freire que son los teóricos más reconocidos en el campo de la comunicación/educación. Las cuatro y las demás están reconocidas dentro del objeto de estudio, la formulación de la pregunta y los objetivos.

Para obtener la información primaria de esta investigación se tuvo en cuenta 3 técnicas de recolección de información, las cuales fueron aplicadas por medio del diseño de tres fichas éstas fueron fundamentales para ser aplicados y recolectar la información pertinente y necesaria según lo planteado desde los objetivos específicos, estos tienen como meta identificar, evaluar y reconocer desde el objeto de estudio el contenido que realmente hace parte de la

comunicación/educación en el canal “Las Igualadas” desde sus conceptos de género y violencia hacia la mujer, es por esta razón que en primera instancia se diseñó una ficha de entrevista semiestructurada, esta se construye teniendo en cuenta los conceptos que son generados por el Marco teórico - conceptual de la investigación. Esta entrevista se realiza a la periodista encargada de emitir los mensajes desde canal de YouTube de Las Igualadas: María Ángela Urbina.

Desde el Facebook personal Danny Salgado se contactó por medio de Messenger de Facebook con la administradora del grupo Las Igualadas del perfil Ángela María Fuentes, para que a través de ella se contactara con María Ángela Urbina, la administradora respondió que para esta entrevista era necesario enviar un correo a lasigualadasoficial@gmail.com, el siguiente paso fue enviar la ficha de entrevista semiestructura con las preguntas validadas para dicho proceso (Ver anexo A), solicitando desde el correo ya mencionado una entrevista con la periodista María Ángela Urbina, este correo fue remitido 7 veces al canal “Las Igualadas”, en vista de que no hubo respuesta, se logró contactar a la periodista por otro medio y el proceso fue el siguiente: a través de @DiegoSantosCaballero como aparece en la red social de Instagram, periodista igualmente, dicha elección que se hizo al azar, dicho periodista igualmente se dedica en su página de Instagram a hacer contenido de vídeos y ayudar a quién le escribe, entonces en vista de que este personaje trabajó en periódicos como El Tiempo, era posible que conociera a la periodista, se le escribió vía mensaje de Instagram y así conseguir los datos personales de María Ángela Urbina (ver anexo B).

El periodista escribió su Whatssap para contactarlo por este medio (ver anexo c) y luego entregó un contacto de un periodista llamado Cristian quien trabaja en el Espectador y quien conocía María Ángel Urbina, a Cristian se contactó vía Whatssap (ver anexo D) éste entregó el dato final de la periodista, el número de celular. Es por esto que se logra contactar a la periodista María Ángela Urbina quien por medio vía WhatssAp de audios contestó las preguntas de la

entrevista, esta entrevista no fue directa pues la presentadora no tuvo el tiempo para hacerla vía streaming, se logró obtener las respuestas en un periodo de 6 meses aproximadamente (ver anexo E) Esta entrevista consta de 12 preguntas donde se habla sobre el programa desde la puesta en escena hasta el contenido que se expresa en él, en la entrevista también se hizo énfasis en si ella consideraba su canal como una práctica de comunicación/educación que transformara la realidad de las mujeres desde la visión de género y violencia de género.

Para el vaciado de la información se transcribió los audios de Whatsapp en una tabla de Excel, luego a través de la matriz categorial que se había realizado previamente, se hizo un proceso de triangulación con las diferentes categorías y subcategorías relevantes dentro de esta entrevista se obtuvieron 31 categorías de las cuales fueron mencionadas algunas y las cuales fueron codificadas, para luego hacer su respectivo análisis.

Para el segundo objetivo que va ligado a evaluar cómo ha sido la experiencia del público con el canal de Las Igualadas se realizó un elemento de recolección de la información: “la encuesta tipo escala de likert” por medio de Google docs, en esta escala de likert se formularon 15 preguntas en las cuales las personas tenían la opción de responder de 1 a 5 siendo 1 malo y 5 muy bueno cómo había sido su experiencia viendo el canal de Las Igualadas, las preguntas se realizaron por medio de internet en el formato de Google Docs, éstas antes de ser compartidas al público fueron previamente revisadas y aprobadas por 2 profesores, 1 de la Universidad Católica Luis Amigó Andrés Marín (ver revisión en anexo F) y uno de la Universidad de Antioquia Alexander Ótalvaro (ver revisión en anexo G).

Después de las revisiones y correcciones las 15 preguntas se compartieron a través de Instagram por mensajes a diferentes personas que seguían al perfil del

canal Las Igualadas, las personas que se escogieron para enviar la escala de likert fueron aquellas que más comentaban las publicaciones en el Instagram de Las Igualadas (ver conversación en anexo H) y en Facebook se compartió por medio de una publicación en el grupo de Las Igualadas pero, primero se le dio a conocer a la administradora del grupo de qué se trataba la investigación, pues es un grupo cerrado y no permiten cualquier publicación, ella dio el aval, y se pudo publicar la encuesta (ver publicación en anexo I) en la escala de likert se obtuvieron respuestas de 109 personas estas contestaron todas las preguntas, pero para saber cuántas personas se debían encuestar se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQ / E^2}{1 + \frac{Z^2 PQ / E^2}{N}}$$

n: el tamaño de la muestra

N: población total

P: proporción de personas que contestaron el cuestionario: 50,0%

Q: proporción que no contesta o contesta a medias: 50,0%

Z: nivel de confianza: 1,96%

E: error de estimación: 1,5%

Con esta se dio a conocer que 98 personas debían ser encuestadas, pues se utilizó la población total de Facebook, del grupo de Las Igualadas que equivale a: (20.217). Se logró el objetivo puesto que se encuestaron 108 personas.

Para el vaciado de la información y la tabulación de la información de la escala de likert se utilizó el programa de Excel, en el vaciado de la información se pasó la información que arrojaba Google docs esta nos permitía ver nombre de la persona, correo de la persona y las respuestas que había puesto en la escala de Likert

(ver respuestas de la encuesta de Likert en el anexo J). Para la tabulación de la información se utilizó el programa de Excel el cual mediante gráficas nos permitió arrojar resultados más concretos, (ver anexo K) se sacaron gráficas y porcentajes, para luego pasar la información a la respectiva triangulación.

En este tercer elemento de recolección de la información dirigido al tercer objetivo que tiene como meta conocer si en el canal de Las Igualadas hay una práctica de comunicación/educación para esto se realizó una observación no participante a través de una ficha de análisis de videos del canal Las Igualadas, los vídeos que se escogieron fueron los del primer semestre del año 2018 desde enero hasta junio, pues la investigación va ligada a este año, las fichas se realizaron de la siguiente manera: en el programa de Excel se realizó un cuadro con diferentes variables que serían de interés para la investigación las cuales fueron las siguientes: número de vídeo, fecha, título, enlace, canal, emisor del vídeo, temática, tipo de lenguaje, resumen del contenido que se plantea en el vídeo, tipo de discurso, transformación desde el discurso, reacciones de comentarios, me gusta y no me gusta del vídeo, palabras clave, definiciones que se utilizan dentro del vídeo sobre la violencia de género. (ver ficha en anexo L)

Esta ficha permitió conocer más a profundidad los temas que se hablan desde el canal de Las Igualadas, en muchos se encontró que la emisora invita a otras personas para que cuenten su historia de vida, como Amarantha Hank (actriz porno) que en uno de los vídeos estuvo contando como la afectada que las personas la insultan por medio de redes por su cuerpo (ver enlace de video en anexo) o también hubo otro caso donde María Ángela Urbina invitó a La Pulla otra YouTuber que su contenido es de política, en este las dos emisoras se encargaron de entregarle información a la audiencia sobre los candidatos a la presidencia en ese momento y por qué las mujeres deberían votar por uno sí o por otro no; además el vídeo de un caso especial de una persona que les escribió a su correo contando su historia de vida porque había sido abusada por su abuelo y María

Ángela Urbina con el hashtag #AMiTambién contó esta historia en un vídeo para generar conciencia a muchas mujeres de que no permitan el abuso por parte de nadie en sus vidas.

Con la ficha se logró desglosar el contenido de los vídeos, saber que enseñanza dejan estos y cómo se entrega la información a los receptores, si estos de verdad si están aprendiendo con el canal de Las Igualadas. Luego esta información se utilizó en la triangulación según las variables de la investigación.

4.2 MATRIZ CATEGORIAL

El siguiente análisis categorial va a estar basado en objetivos, categorías y marco teórico, en este análisis categorial se realizó una triangulación con el objetivo de hacer una presentación de las categorías y hallar la relación entre las tres. En el trabajo la práctica de comunicación/educación digital que subyace en el canal Las Igualadas del periódico El Espectador para generar conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer se plantearon 3 objetivos, a los cuales se le construyeron tres métodos de recolección de la información, el primer objetivo tiene como meta identificar si el canal de YouTube Las Igualadas del Espectador, es una práctica de comunicación-educación digital que genera conciencia acerca de la violencia de género hacía la mujer.

El segundo objetivo tiene como meta evaluar la experiencia del público del canal de YouTube de Las Igualadas del periódico el Espectador al recibir el contenido sobre violencia de género hacia la mujer. Y el tercero: conocer si hay una práctica implícita de comunicación-educación desde el canal de Youtube de Las Igualadas del periódico el Espectador. En el primer objetivo se realizó como método de recolección una entrevista a la presentadora del canal, en el segundo objetivo se realizó una escala de Likert donde los receptores contestaban preguntas sobre el contenido del canal y el en el tercer objetivo se realizó una

ficha de análisis de contenido. De igual forma se construyó un marco teórico que consta de 4 categorías principales y 24 subcategorías. En el siguiente análisis transversaliza tanto objetivos, categorías como marco teórico con el fin de realizar una reflexión interpretativa de los datos recolectados en el trabajo de campo.

4.2.1 Relación objetivo 1 - categoría 1

En este primer objetivo la meta es identificar si el canal de YouTube Las Igualadas del Espectador, es una práctica de comunicación-educación digital que genera conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer, se realizó el método de recolección de la información entrevista semi estructurada a la periodista María Ángela Urbina, además también lo relacionaremos con la escala de Likert y la ficha de observación que fueron los métodos de recolección que se hicieron en los siguientes objetivos, pero que también tienen que ver con esta categoría principal Comunicación/educación y las subcategorías de esta categoría principal.

Desde la teoría de Mario Kaplún podemos entender la comunicación educativa como:

“En primer lugar, cuando hacemos comunicación educativa, estamos siempre buscando, de una y otra manera, un resultado formativo. Decimos que producimos nuestros mensajes “para que los destinatarios tomen conciencia de su realidad”, o “para suscitar una reflexión”, o “para generar una discusión”. Concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular como alimentadores de un proceso educativo transformador” (Kaplún, 1998).

Es por esto que la comunicación educación si se ve reflejada en el canal Las Igualadas, según el elemento de recolección de la escala de likert, la mayoría de personas destacó que éste sí puede llegar a cambiar las malas experiencias de una mujer; también como se puede analizar de la entrevista que se realizó a la periodista Maria Ángela Urbina, a través de su canal están logrando una transformación a sus receptores, como la anécdota que cuenta, además que ha tenido un acercamiento con su público a través de conferencias, espacios como el de **#Amitambién** en los vídeos donde las mujeres cuentan su experiencia, talleres en colegios y universidades, esto lo podemos ver reflejado en lo que nos menciona Paulo Freire: "cuando hacemos comunicación educativa estamos siempre buscando que los destinatarios tomen conciencia de su realidad" y el canal de Las Igualadas es un medio por el cual las mujeres pueden instruirse, con datos reales, ver experiencias de otras mujeres, a pesar de que la emisora en este caso no esté inmersa en la comunidad es un medio que entrega la información de manera correcta a las mujeres y así poderles cambiar su realidad, con la intención de hacer pedagogía en temas de género.

Además, desde la perspectiva de Mario Kaplún apuntando a la comunicación/educación como una educación que tiene el fin de que "los destinatarios tomen conciencia de su realidad" , se puede concluir entonces, que este canal si hace un proceso de transformación en sus receptores, haciendo que estos tomen conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer. Además, como lo menciona Paulo Friere desde la comunicación dialógica, se apunta desde el canal Las Igualadas de El Espectador, a una transformación del receptor.

A partir del análisis de subcategorías se tiene en cuenta que desde la subcategoría de comunicación se encontraron los siguientes resultados: En la escala de Likert de la pregunta 11: ¿Interactuar con otras personas que también ven el canal, le ha servido para comprender más sobre el tema de violencia de género? Menos de la mitad de los encuestados respondió que sí le ha servido un

49% mientras que un 32% le ha servido, pero no totalmente, el 12% regular más dirigido al no, y el 7% no le ha servido, el 1% no respondió. Desde la entrevista se a María Ángela Urbina se obtuvo que: Uno de los pilares fundamentales del periodismo es informar, ¿Qué tan importante creen ustedes que el periodismo se vuelva una práctica de comunicación-educación, que no solo informe, sino que también forme a la ciudadanía? “Yo creo que hace mucho tiempo se está reevaluado que el periodismo solo informa” dice María Ángela Urbina porque siempre hay una intención, la intención de Las Igualadas es hacer pedagogía en temas de género, son un canal con una postura feminista que es clara y que es evidente desde el principio.

Desde la teoría se obtiene que: Paul Watzlaw en la teoría sobre la comunicación humana presenta 5 axiomas la comunicación desde 5 axiomas: 1 axioma (Es imposible no comunicarse), 2 axioma (Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una metacomunicación), 3 axioma (La naturaleza de una relación depende de la gradación que los participantes hagan de las secuencias comunicacionales entre ellos), 4 axioma (La comunicación humana implica dos modalidades: la digital y la analógica), 5 axioma (Los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos como complementarios).

La comunicación es una acción que siempre tiene como objetivo el intercambio de información, en el caso del canal, Las Igualadas la presentadora quiere transformar esta información haciendo una comunicación más completa con el receptor, generando feedback, con el objetivo de generar una comunicación transformadora y una pedagogía. En la entrevista a María Ángela Urbina ella recalca que su intención es **hacer pedagogía en temas de género** y que son un canal con una postura feminista y que además de transmitir la información escuchan a sus receptoras, aunque varias personas que han interactuado por los diferentes medios como YouTube, Facebook dicen que no les ha servido mucho

esto como método para transformar su forma de pensar o su realidad, según las respuestas en la escala de Likert presentada en párrafo anteriores, sin embargo, una manera que han encontrado con el fin de salir del maltrato es escuchando las historias de otras mujeres que interactúan en el grupo de Facebook y en YouTube por que se han visto reflejadas en estos caso.

A partir de la subcategoría **transmisión de la información** se obtuvo desde en la pregunta 7 desde la escala de Likert la cual pregunta **¿Cree usted que la manera de entregar la información de la presentadora Mariangela Urbina acerca del tema de género es la adecuada, para informar y educar?** Este resultado no es tan alentador pues solo un poco más de la mitad 57% cree que la periodista María Ángela Urbina transmite la información de una manera que educa e informa, un 30% dice que es buena, y el 12% no les parece que ella transmita una información para educar e informar, el 1% no respondió. Pregunta 8: ¿Ha estado usted de acuerdo con todos los contenidos, que se han entregado hasta el momento en el canal Las Igualadas? El 57% dice que sí esta totalmente de acuerdo, el 20% que está de acuerdo pero no totalmente, el 22% no están de acuerdo con estos contenidos y el 1% no respondió.

También por otra parte en la entrevista con María Ángela Urbina hubo 2 preguntas relacionadas con la transmisión de contenido la pregunta 12: Desde el contenido, planos, luces, la forma de grabar los videos ¿Por qué lo escogieron de esta manera? María Ángela Urbina dice que la pues la apuesta por grabar, es por mostrar una conversación que sea tranquila y con la que las mujeres se sientan cómodas, el objetivo es que lo que se esté mostrando ahí pues alimente el objetivo de las igualadas que es tener una conversación tranquila sobre estos temas de género; Pregunta 11. ¿Cómo afrontan ustedes una situación con una persona que este en desacuerdo con la información que se brinda en el canal? Dice María Ángela Urbina que personas que estén en desacuerdo con la información son muchas, son demasiadas, hay niveles de desacuerdo, hay cosas,

hay comentarios de personas que están en desacuerdo, con éstas tratan de interactuar y llegar a un acuerdo.

Desde la teoría mencionamos a Aristóteles: Aristóteles “definió la comunicación por primera vez como la búsqueda de todos los medios de persuasión, organizó su trabajo en tres capítulos: la persona que habla (Quién), el discurso que pronuncia (qué), la persona que escucha (quién); a partir de 1930 cuando comenzaron los estudios científicos de la comunicación, aparecieron nuevos modelos del proceso, como también nuevos elementos dentro de cada modelo” Por otra parte teóricos como Shannon y Weaver desarrollaron un modelo donde explicaron cómo debe ser la comunicación ideal, ellos conciben la comunicación como un proceso lineal.

La transmisión de la información desde el canal Las Igualadas se da por medio de vídeos, que son transmitidos por el canal de YouTube, éstos tienen un tono suave y tranquilo según la presentadora, es una producción a la que no le apuestan mucho a lo que hay en escena sino a lo que se dice en escena. Por otro lado desde la perspectiva de algunos teóricos como Aristóteles,

Shannon y Weaver, hablan que en la transmisión de la información siempre debe haber un emisor, un receptor, el mensaje y el canal, sin embargo Shannon y Weaver le apuntan a algo nuevo y es el ruido que se genera al transmitir la información, en el canal Las Igualadas han encontrado muchos ruidos a través de los comentarios mal intencionados de algunas personas que no están de acuerdo con el canal y que les genera mala fama.

Además de la comunicación y de la transmisión de esta se investigó sobre la comunicación dialógica porque esta hace parte fundamental de la comunicación educación, desde la investigación se enfocó en la teoría de Paulo Freire:

Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación constante de la realidad. Esta es la razón por la cual, siendo el dialogo contenido de la propia existencia humana, no puede contener relaciones en las cuales algunos hombres sean transformados en seres para otro. (Roberto, s.f., pág. 1).

Según esto podemos concluir que: La comunicación dialógica según Paulo Freire se empeña en la transformación constante de la realidad. El canal de Las Igualadas pretende transformar la realidad de muchas mujeres que han sido o están siendo abusadas física o psicológicamente por su pareja, en la escala de likert de la investigación la mitad de los encuestados están totalmente seguros de que el contenido cambia la experiencia de una mujer que este sufriendo maltrato a través de la información que se da en el canal y esto lo hacen por medio de la información que dan a sus receptoras, los talleres o los diferentes medios y que ellas cuenten que les ha pasado, El canal de Las Igualadas no hace un trabajo social o de acompañamiento psicológico directo pero si lo hace indirectamente poniendo los medios y la información correcta y así las mujeres reflexionan y pueden sentirse acompañadas de otra manera.

Con el fin de adentrarnos más en el dialogo que es parte fundamental de la comunicación educación, se investigó sobre el **diálogo** que es otra subcategoría y dentro de los elementos de recolección también hubo preguntas que estuvieron dirigidas a esta subcategoría: en la pregunta 11 de la escala de Likert **¿Interactuar con otras personas que también ven el canal, le ha servido para comprender más sobre el tema de violencia de género?** Menos de la mitad de los encuestados respondió que sí le ha servido un 49% mientras que un 32% le ha servido, pero no totalmente, el 12% regular más dirigido al no, y el 7% no le ha servido, el 1% no respondió.

En cuanto a la entrevista con María Ángela Urbina, la pregunta 10 va dirigida a esta subcategoría no directamente, sino como una manera de saber cómo a través de la interacción, donde pudo haber dialogo entre sus receptoras que fue el grupo de Facebook que se creó, ¿A raíz de la creación de este canal nació un grupo en Facebook para la audiencia de Las Igualadas, ¿Cómo surgió este grupo y qué se pretende con él? El grupo se creó con la necesidad de que las personas interactuarán dice María Ángela Urbina, donde las mujeres pudieran contar sus historias de vida y sentirse acompañadas, el grupo fue creciendo fue muy particular porque lo crearon justo después de publicar un video que se llamaba ¿por qué no puedo emborracharme sin que quieras aprovecharte de mí? Y era un video para hablar básicamente de consentimiento y eso es pues asegurarse que la otra persona también quiere tener relaciones sexuales con uno, que en últimas cuando se vicia el consentimiento es que ocurren los abusos sexuales y las violaciones, entonces parece que todo el mundo tiene claro que es esto pero en la vida real nadie lo tiene claro, y por eso es que tantas mujeres son abusadas y violadas todos los días en el mundo; entonces era un video sobre esto y fue impresionante la respuesta que tuvieron, miles de mujeres empezaron a contestar en redes sociales y en los comentarios en YouTube contando sus historias de abusos y violaciones y recibían respuestas hostiles y cuando se pusieron a revisar de dónde venían esas respuestas hostiles mayoría eran cuentas de hombres que les decían que eran las perras que para que se vean vestido así, entonces Las Igualadas comenzaron a sentir ese espacio como un espacio que debía ser un espacio en el que las mujeres pudieran acompañarse entre ellas.

El dialogo siendo el encuentro que solidariza la reflexión y la acción de sus sujetos encauzados hacia el mundo que debe ser transformado y humanizado, no puede reducirse a un mero acto de depositar ideas de un sujeto en el otro ni convenirse tampoco en un simple cambio de ideas consumadas por sus

permutantes Freire, Según la teoría el dialogo es "el encuentro que solidariza la reflexión y la acción de sus sujetos encauzados hacia el mundo que debe ser transformado y humanizado".(Freire, 1970, págs. 100,103). **El diálogo en el canal de Las Igualadas** se genera en su grupo de Facebook donde muchas mujeres cuentan sus experiencias y piden opiniones y así generar una reflexión y transformar sus vidas, un grupo que se realizó con este objetivo y que después de su creación fue un éxito.

4.2.2 Objetivo 2- categoría 2

En el segundo objetivo (Evaluar cómo ha sido la experiencia del público del canal de YouTube de Las Igualadas del periódico El Espectador al recibir el contenido sobre violencia de género hacia la mujer. lo relacionaremos con el método de recolección de la información que se diseñó, esta escala de Likert, además también lo relacionaremos con la entrevista semi estructurada y la ficha de observación que fueron los métodos de recolección que se hicieron para los otros dos objetivos, pero que también tienen que ver con esta categoría principal prácticas de comunicación/educación y las subcategorías de esta categoría principal.

Desde la teoría podemos observar que considerar una práctica de comunicación/educación se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: Mario Kaplún, sostiene la comunicación desde una perspectiva y es: cómo hacer llegar ese contenido. En su libro una pedagogía de la comunicación, parte de una pregunta:

¿Qué significa "llegar"?, en primer lugar, obviamente, que nuestros mensajes sean atendidos: que despierten el interés de sus destinatarios. Que sean escuchados, leídos o vistos. Luego que sean captados. Pero en comunicación educativa aún con eso no basta.

Nuestra comunicación cumple realmente su objetivo: -Si moviliza interiormente a quienes lo reciben -si los cuestiona -si genera el diálogo -si alimenta un proceso de creciente toma de conciencia. (Kaplún, 1998)

Por otro lado, la respuesta a la pregunta de la escala de Likert **¿Califica este canal como una propuesta que informa y educa al mismo tiempo sobre el tema de violencia de género hacia la mujer?** se obtuvo que el 88% de las personas (la mayoría) califica el canal de Las Igualadas como una propuesta o práctica que educa e informa al mismo tiempo sobre temas de violencia de género. Mientras que el 12% dice que no, calificándola de mala a regular. El resultado es positivo.

También en el elemento de recolección de la entrevista semiestructurada a la presentadora María Ángela Urbina en la pregunta **¿Qué tan importante creen ustedes que el periodismo se vuelva una práctica de comunicación-educación, que no solo informe, sino que también forme a la ciudadanía?** La intención clara del canal de Las Igualadas es hacer pedagogía en temas de género dice María Ángela Urbina.

Por otra parte, en la ficha de análisis se observó un video que realizó el canal de Las Igualadas que se podría considerar como educativo. Duque VS Petro: **¿Quién es mejor para las mujeres?** - Las Igualadas - En este vídeo Las Igualadas realizan una práctica de comunicación/educación pues están educando y movilizando a su público dándoles datos reales y revisando las propuestas de los candidatos a la Presidencia de Colombia Iván Duque y Gustavo Petro que encontraron en las propuestas de los candidatos y quién las favorece más promoviendo el deber de votar de la ciudadanía.

Con el fin de lograr hacer que un contenido sea una práctica de comunicación/educación se deben tener en cuenta varios aspectos, y el más importante es que los receptores estén presentes, saber a quién le queremos llegar y cómo queremos que ese contenido les llegue. Además, debe movilizar a las personas transformándoles su realidad y el canal de Las Igualadas con su contenido ha logrado movilizar a sus receptoras, porque muchas de ellas se han sentido identificadas con el contenido, han comentado y han entregado sus historias de vida y así la periodista María Ángela Urbina cuente las historias en el canal, han movilizado personas a través de su grupo de Facebook y han hecho que estas chicas no se sientan solas, por eso se puede considerar el canal como una práctica de comunicación/educación.

Esta categoría principal también cuenta con varias categorías una de ellas es educomunicador en la cual también encontramos preguntas relacionadas a esta categoría en los diferentes métodos de recolección de la información, en la pregunta 7 que esta relacionada con la manera en que María Ángela Urbina entrega la información, ¿Cree usted que la manera de entregar la información de la presentadora María Ángela Urbina acerca del tema de género es la adecuada, para informar y educar? Este resultado no es tan alentador pues solo un poco más de la mitad 57% cree que la periodista María Ángela Urbina transmite la información de una manera que educa e informa, un 30% dice que es buena, y el 12% no les parece que ella transmita una información para educar e informar, el 1% no respondió.

Por otro lado la teoría de Aparici nos habla de diferentes tipos de educomunicadores, en el libro comunicación educativa en la sociedad de la información se distinguen cuatro tipos de educomunicadores:

La enseñanza de tecnología y los medios como capacitación tecnológica sin profundizar en el contenido o el uso de los medios. La

formación práctica en los medios, la simulación de roles profesionales relacionados con los medios (reportero, entrevistador, editor, redactor, etc.). Es un modelo reproductivo que puede ser interesante si utiliza la forma alternativa como ejemplo para desmitificar los medios. El análisis de audiencias, las empresas de los medios, las agencias, etc. El modelo integrador que suma los tres anteriores (Aparici, 2003, págs. 28-29).

Por eso La educadora en este caso María Ángela Urbina, la presentadora del programa Las Igualadas pretende con su canal no solamente ofrecer una información sino también educar y hacer pedagogía con sus espectadoras, de diferentes maneras, por medio de talleres, escuchando sus historias, llevando su canal a universidades, colegios, dando conferencias y sobre todo dar datos reales de lo que sucede en Colombia acerca del tema de género.

En esta categoría también encontramos la subcategoría **consumo de medios** de la cual la teoría dice que: ¿en qué consiste consumir un medio de comunicación es la pregunta que se hace J. Manuel Pérez tornero en el artículo ¿Qué es consumir medios de comunicación? Claves para su comprensión pues bien plantea una serie de elementos:

- Disponer un espacio tiempo del consumidor. Éste dedica unas horas determinadas al consumo en cuestión; lo hace, además, en unas condiciones espaciales determinadas y esta disposición es ya una estructuración específica de su comportamiento y de actividades.
- Asumir un punto de vista sobre el entorno. Se adopta el del medio, que nos ofrece su perspectiva, que funciona como ventana interesada capaz de hacer entrar en el cuadro una parte del mundo y dejar fuera él otra parte más importante aún.
- Establecer una relación con el interlocutor. Guardar una distancia, adoptar un papel, intercambiar expectativas...

-Integrarse en una comunidad. Incorporarse a un medio, es saberse partícipe de una comunidad simultánea a un espíritu colectivo más o menos cohesionado.

-Conocer determinados temas. Es disponer de determinados conocimientos, compartir una agenda de saberes.

-Seguir un curso de razonamiento. Un medio da qué pensar y cómo pensarlo. Nos brinda herramientas para acomodarnos a un y a un estilo de inferencia.

-Aceptar una estética. Los medios nos ofrecen formas que nos capturan, a las que prestamos atención y que recrean nuestras ideas.

-Colocarse ante unos valores. Es, también situarse ante unos valores, dejarse atraer por un referente u otro, disponer unas actitudes y unas voluntades.

-Plantearse unas propuestas de acción. Respondemos o no a las propuestas pragmáticas de un medio, pero no somos ajenos a las mismas.

-Finalmente, un medio se implica en un proceso de construcción de una cultura. Ésta es el fruto de un universo referencial y de valores compartido y éste se apoya sólo en la comunicación. (Tornero J. M., 2018)

En este caso la pregunta de la escala de Likert no está directamente relacionada con el consumo de medios, pero sí con la importancia que los medios le dan al tema de violencia de género ¿Esta de acuerdo con que los medios le den tanta importancia al tema de género? 77% de las personas están de acuerdo con que el tema de género sea algo de lo que se deba hablar, el 16% también les parece pertinente pero no totalmente, y el 7% no les parece que le den tanta importancia a este tema. El 1% no respondió.

En el siglo XXI la era de la información el consumo de medios por parte del ser humano ha cambiado mucho a lo que era antes, pues ahora se tiene información muy completa de todos los temas por un medio como el Internet, se pueden obtener datos a los que antes no teníamos fácil acceso, por eso existe mucha competencia a la hora de dar la información porque el que consume los medios el receptor de este canal tiene muchas oportunidades de elegir lo que quiere ver, sin embargo el canal de Las Igualadas quiso destacarse, tener un valor agregado y tener su punto a favor y es que para ellas es fundamental que las personas que consuman su canal deben ser mujeres a las cuales ellas tienen que escuchar y tienen que retroalimentar, el objetivo de Las Igualadas no es solo dar información es dar la información y transformar y lo han logrado de diferentes maneras, apoyando a sus receptoras, hablando con ellas, escuchándolas, esto para ellas significa hacer pedagogía, no es una pedagogía directa pues en este canal no existen profesionales en psicología o en trabajo social, pero ella como presentadora y como educadora busca los diferentes medios con el fin de acercarse más a su público, porque lo que le interesa es que sus receptoras cambien la manera de pensar.

Por otra parte la experiencia que tuvieron las receptoras del canal de YouTube de Las Igualadas fue positiva ya que en la escala Likert se demuestra en casi todas las preguntas un aumento de más del 50% a las preguntas donde ellas afirman que este canal si puede ser una práctica que informa y educa al mismo tiempo, además que el canal si las ha ayudado a conocer más sobre el tema de género y que les parece que la forma como entrega la información la periodista María Ángela Urbina es positiva.

4.2.3 Objetivo 3 – categoría 3

En este tercer objetivo (conocer si hay una práctica implícita de comunicación-educación desde el canal de YouTube de Las Igualadas del

periódico el Espectador que eduque acerca de la violencia de género hacia la mujer) se realizó el método de recolección de la información ficha de análisis de observación no participante, además también lo relacionaremos con la entrevista y la escala de Likert que fueron los métodos de recolección que se hicieron para los siguientes objetivos, pero que también tienen que ver con esta categoría principal, Redes sociales y subcategorías de esta categoría principal, también relacionaremos este objetivo con la categoría de violencia de género hacia la mujer y sus diferentes subcategorías.

Desde la categoría de redes sociales en uno de los videos analizados en el canal de las Igualadas, lanzado el día 20 de marzo de 2018 llamado Kika Nieto odia a gays y lesbianas así diga lo contrario - Las Igualadas, demostraba como el mundo de las redes puede conectarse y ponerse en contra o a favor de algo, en el video se visualiza con una YouTuber llamada Kika Nieto odia a gays y lesbianas así diga lo contrario - Las Igualadas, en este vídeo Maria Ángela Urbina es una periodista que se destaca por defender el género femenino y a la comunidad LGBTI y es la vigilante de aquellos famosos que hablan mal de algunas personas por su sexualidad, en este caso una Youtuber famosa en Colombia Kika Nieto, dio su opinión en un vídeo de su canal acerca de la homosexualidad dijo que no estaba de acuerdo y que no era algo natural para ella, en este caso Maria Ángela decidió hacer un vídeo en el que explica por qué algunas de las cosas que dijo la Youtuber son invalidas. (se pone como ejemplo en la teoría de redes sociales, porque un vídeo que se subió a redes logró revolucionar tanto éstas que Las Igualadas decidieron darle importancia).

También en la entrevista María Ángela Urbina nos manifestó por qué quiso hacer periodismo a través de videos por YouTube y no el periodismo tradicional ¿Por qué se hizo a través de esta didáctica (videos) y no de otra manera por ejemplo artículos? Dice María Ángela Urbina que se hizo a través de vídeos por que los vídeos son el lenguaje de los adolescentes y las adolescentes, porque los

vídeos son los que les han permitido llegar por ejemplo a los colegios y también a las universidades cada vez tienen una audiencia de niñas y adolescentes entre los 13 y los 17 años, cada vez son más en ese rango de edad, los periodistas cada vez más tienen que ser conscientes de que no se puede seguir hablando a ellos mismos si quieren contar historias a la gente, pues tiene que ver qué es lo que la gente consume. Si la gente está consumiendo historias en Instagram pues hay que hacer historias en Instagram para contar lo que se quiere contar, lo que pasó con Las Igualadas fue solo la respuesta a un momento en el que en Colombia se consumen un montón de videos. ¿De dónde surgió la idea de crear un canal de Youtube acerca de la idea de género? Las Igualadas nacieron precisamente porque sentían que las conversaciones sobre género se estaban quedando en espacios muy limitados en Colombia.

Además, en la pregunta Pregunta 11: ¿Interactuar con otras personas que también ven el canal, le ha servido para comprender más sobre el tema de violencia de género? Menos de la mitad de los encuestados respondió que sí le ha servido un 49% mientras que un 32% le ha servido, pero no totalmente, el 12% regular más dirigido al no, y el 7% no le ha servido, el 1% no respondió

Según la teoría:

"Las redes son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados en un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos. Permiten el intercambio de información a través de diversos canales y su representación gráfica proporciona una visualización de cómo se articulan o relacionan, mediante aristas o arcos, sus elementos denominados vértices, nodos o actores sociales" (Croví Druetta, 2009). Norma APA

El concepto de los grados de separación está basado en que la idea de los números de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces que se incorpora en la cadena, siendo necesarios tan solo un pequeño número de enlaces para que el conjunto de conocidos se acabe convirtiendo en una enorme población (Rejón Guardia, 2014, pág. 614).

En la teoría de los grados de separación que consiste en el número de enlaces que se incorpora en una cadena para que allá un conjunto de conocidos nos muestra como las redes sociales pueden lograr que un tema pase de una persona a otra y lo que quieren Las Igualadas es precisamente esto que el tema de género no se quede encerrado en un cajón, sino que muchas mujeres lo conozcan y lo han logrado a través de su canal de sus redes sociales.

Por otra parte, en la subcategoría de **YouTube** se encontró que en la escala de Likert que pregunta 6: **¿Para usted es más fácil ver contenido por medio de vídeos o le es más factible obtener información a través del periodismo tradicional que hace El Espectador que son artículos escritos?** El 61% de los encuestados respondió positivamente a esta pregunta, pues sí se les es más fácil ver videos que a través de artículos, el 18% también le parece más factible ver vídeos que leer, y el 20% de los encuestados dicen que no, que es más fácil leer que ver los videos, el 1% no respondió.

También hubo una pregunta en la entrevista con María Ángela Urbina relacionada con el canal de YouTube en la pregunta 7. **¿Qué aspectos se deben tener en cuenta a la hora de crear un canal en YouTube acerca de algún tema importante, como lo es el género?** Dice María Ángela Urbina que en todos los productos comunicativos es muy importante mirar el contexto y hablar de género en Colombia no es lo mismo que hablar de género en Argentina, tener claro a quién le vamos a hablar, en Las Igualadas desde un principio se tuvo clarísimo

que el objetivo era crear un producto para las mujeres jóvenes, todos los productos de El Espectador, el impreso, el digital, son productos que son consumidos en su mayoría por hombres, la pulla tiene audiencia masculina y en general no solo dentro de El Espectador sino en toda la prensa colombiana, los lectores suelen ser hombres y las revistas para mujeres, pues son revistas que estereotipan no todas, pero en general pues el periodismo colombiano para mujeres era un periodismo que nos limitaba a los estereotipos de lo que significa ser mujer como: ama de casa, como madre y no entendía otras formas de ser mujer. Pues si se mira cualquiera de esas revistas para mujeres lo que te vas a encontrar son con: 5 consejos para hacerlo feliz en la cama, como tener la cocina limpia, todo pensaba en función de ellos, en el rol de la mujer tradicional que es un rol muy peligroso, no porque no haya mujeres que necesitan ser madres por supuesto, sino porque no sólo somos eso y somos mucho más entonces es algo muy importante.

La teoría nos habla de YouTube como una red social, creada con el fin de difundir vídeos en los diferentes sitios web, se fundó a principios del 2005 por tres antiguos empleados de la empresa de comercio online PayPal: Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. El registro del dominio se llevó a cabo el 14 de febrero del mismo año con la intención de crear un sitio donde cualquier persona con una cámara de vídeo y conexión a internet pudiera compartir una historia con el resto del mundo. La versión beta del sitio se publicó en mayo de 2005 (Sierra, 2012, págs. 15-16).“Según los creadores , los tres principios fundamentales de Youtube son los siguientes: Dar a la gente una voz para expresarse a través del vídeo. El Éxito se alcanza, cuando los partners lo alcanzan. Si el vídeo evoluciona, Youtube evoluciona más rápido” (Sierra, 2012, págs. 15-16).

Es muy importante entender el trasfondo de una red social y saber qué contenido se debe subir a ella y que éste sea un éxito por ejemplo, FACEBOOK es para ver noticias y comunicarnos con nuestros amigos, mientras que YouTube es una red donde predominan los vídeos, aquí el éxito son sus publicaciones en formato video y el buen contenido que estos tengan, en este caso María Ángela Urbina aclara que es muy importante saber el contexto de la sociedad a la que se va dirigir y así poder hablar con propiedad, no es lo mismo hablar de violencia de género en Colombia que en España porque son dos sociedades que desde lo político son distintas, cuando se da la información es un aspecto muy delicado porque se debe estudiar muy bien al público para no llegar a cometer errores y herir susceptibilidades de las personas esto puede generar que la información tome un contraste negativo desde los espectadores y estos tomen el canal a mal, otra cosa muy importante es tener en cuenta el contenido que sí sea veraz, cómo se transmite y tener atrapada a la audiencia haciéndola parte del canal.

A esta categoría principal también la integra otra subcategoría y es **Facebook**: es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero en la actualidad está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. La mayoría de funciones en Facebook se basan en la idea de que hay personas en tu vida con las que quieres mantenerte en contacto. Ya sean amigos, familiares, compañeros de trabajo o conocidos, una vez establezcas una conexión con ellos en Facebook serán considerados tus amigos (Facebook el nuevo fenómeno de masas, 2010, págs. 18-19).

En la escala de Likert también se hizo una pregunta sobre Facebook, aunque es indirecta es sobre interactuar con las otras personas, y en el canal de Las Igualadas su audiencia interactúa por medio de un grupo que hay en Facebook, pregunta 11: **¿Interactuar con otras personas que también ven el canal, le ha servido para comprender más sobre el tema de violencia de**

género? Menos de la mitad de los encuestados respondió que sí le ha servido un 49% mientras que un 32% le ha servido pero no totalmente, el 12% regular más dirigido al no, y el 7% no le ha servido, el 1% no respondió.

María Ángela Urbina en el elemento de recolección de la información la entrevista nos cuenta cómo y por qué se realizó este grupo, pregunta: **10. ¿A raíz de la creación de este canal nació un grupo en Facebook para la audiencia de Las Igualadas, ¿Cómo surgió este grupo y qué se pretende con él?** El grupo se creó con la necesidad de que las personas interactuarán dice María Ángela Urbina, donde las mujeres pudieran contar sus historias de vida y sentirse acompañadas, el grupo fue creciendo fue muy particular porque lo crearon justo después de publicar un video que se llamaba ¿por qué no puedo emborracharme sin que quieras aprovecharte de mí? Y era un video para hablar básicamente de consentimiento y eso es pues asegurarse que la otra persona también quiere tener relaciones sexuales con uno, que en últimas cuando se vicia el consentimiento es que ocurren los abusos sexuales y las violaciones, entonces parece que todo el mundo tiene claro que es esto pero en la vida real nadie lo tiene claro, y por eso es que tantas mujeres son abusadas y violadas todos los días en el mundo; entonces era un video sobre esto y fue impresionante la respuesta que tuvieron, miles de mujeres empezaron a contestar en redes sociales y en los comentarios en YouTube contando sus historias de abusos y violaciones y recibían respuestas hostiles y cuando se pusieron a revisar de dónde venían esas respuestas hostiles mayoría eran cuentas de hombres que les decían que eran las perras que para que se vean vestido así, entonces Las Igualadas comenzaron a sentir ese espacio como un espacio que debía ser un espacio para que las mujeres pudieran acompañarse entre ellas.

Al principio Facebook se creó con la idea de unir a una universidad por medio de internet, pero esta aplicación con el paso del tiempo tuvo mucho éxito y muchas personas fueron uniéndose, compartiendo datos e información, después

estás personas se darían cuenta que era una muy buena alternativa para conectarse con aquellas personas que hace mucho no veían, fueron surgiendo grupos en donde las personas tenían cosas en común, por ejemplo, en el caso de Las Igualadas se creó un grupo en Facebook con el fin de que las mujeres pudieran contar sus historias y además apoyarse entre ellas, el grupo fue creciendo y fueron tantos los comentarios que las mujeres lo tomaron como un espacio psicológico en que podrían desahogarse de todo lo malo que como mujeres podrían estar pasando, fue una ayuda más que Las Igualadas le dieron a sus receptoras.

A este tercer objetivo también integramos la categoría de violencia de género hacia la mujer y sus diferentes subcategorías, pues el objetivo también va encaminado a descubrir sobre la educación que genera el canal de YouTube acerca de la violencia de género hacia la mujer, por medio de la escala de Likert se encontró que: **¿Cree usted que estos contenidos sí pueden llegar a cambiar la experiencia de una mujer que este sufriendo de maltrato por parte de otra persona?** La mitad de los encuestados están totalmente seguros de que el contenido cambie la experiencia de una mujer que este sufriendo maltrato, hablamos del 52% de los encuestados, mientras que el 31% no cree estar totalmente de acuerdo, y el 16% piensa que esto puede ocurrir, pero muy poco, el 1% no respondió.

En cuanto a la entrevista, no se hizo relacionada con la violencia de género sino indirecta y trata sobre la competencia que hay en internet para transmitir este tipo de contenidos sobre el tema, lo que ella dice es que más que una competencia hay es un apoyo y que es mejor que cada vez salgan más canales hablar sobre esto. **¿Han encontrado competencia a la hora de transmitir este tipo de contenido, sí así es, cómo han hecho para que la audiencia se interese por su canal y no por otro? María Ángela Urbina cuenta que en temas de feminismo no hay competencia sino aliadas** entonces entre más

apuestas hayan para hablar de estos temas en la prensa, en internet más vida van a tener canales como el de Las Igualadas, la competencia no las anula sino que las ayuda a impulsar el mensaje, porque no existía un espacio dedicado al género en la prensa, pero pues cada vez más se están viendo otras propuestas de otros medios, están las degeneradas de El Tiempo que son un podcasts, que ha ido encontrando su tono y su estilo y digamos apuestas independientes en América Latina y son necesarias.

Por otra parte, hablar de una teoría acerca de la violencia de género hacia la mujer nos remontamos a la biblia, la mujer siempre se ha visto como un ser inferior al hombre, y esto por qué, nos remontamos a la biblia donde se lee que en el en el capítulo 2, Versículo 24, del **Génesis**:

"Entonces Yahveh Dios hizo caer sueño profundo sobre hombre y, el cual se durmió. Y le quito una una de las costillas, rellenando el vacio con carne. De la costilla que Yahveh Dios tomando del hombre formo una Mujer, y la llevo ante el hombre. Entonces exclamó: Esta vez sí que es hueso de mis huesos y cvarne de mi carne. Esta será llamada Mujer. (Scheifler., 1975)"

con esta aprovecho el hombre y puso a la mujer siempre por debajo de él y acomodar sus labores a su antojo, de aquí nace la violencia de género, no son seres iguales por naturaleza sino que según el hombre la mujer depende de él. Aparte del tema de la religión, se debe situar a la mujer en diferentes épocas para analizar por qué siempre ha sido menos que el hombre. Cuando era la época del renacimiento, en esta la mujer debía, cuidar de sus hijos dedicarse a las labores del hogar y practicar sexo con su esposo, sin embargo, no tenía derechos que sí tenían los hombres como estudiar o votar. Luego surge la ilustración, un movimiento que defiende la igualdad social de las personas, pero este trae la revolución francesa, se dan a conocer los derechos del hombre y el ciudadano,

donde no se ven incluidas las mujeres, por esta razón mujeres que no estuvieron de acuerdo con esta decisión como Olimpia de Gougues quien replica el texto transformándolo como: declaración de los derechos de la mujer y de la ciudadana; por otro lado Mary Wollstonecraft quien da a conocer el texto vindicación de los derechos de la mujer. Aquí nace la ola del feminismo.

Desde esta categoría principal también se abordó una subcategoría que es **la mujer** según la escala de Likert desde la investigación se menciona a la mujer en la siguiente pregunta Según los contenidos del canal Las Igualadas **¿Ha podido usted conocer a profundidad los temas de la violencia de género hacia la mujer?** En esta pregunta un poco más de la mitad de los receptores coincidió con que sí ha podido conocer el tema de la violencia de género hacia la mujer, mientras que la otra mitad del 100% que respondió se dividió en bueno 26% o sea sí ha podido conocer el tema pero no tanto, 12%regular, no ha podido conocer mucho acerca de la violencia de género 4%malos, no ha conocido acerca de la violencia de género 1% no ha visto sobre estos temas en el canal y 1% no respondió.

También en las preguntas de la entrevista a María Ángela Urbina, pregunta 6. **¿Considera que a través de este canal se puede cambiar la vida de una mujer que este siendo maltratada física o verbalmente?** Según María Ángela Urbina Si y es lo que las mueve a seguir trabajando, En el caso de las fichas de análisis se observó un video **¿La moda tortura a las mujeres? - Las Igualadas y Vanessa Rosales** "Para muchas mujeres, encontrar ropa con la que se sientan cómodas y les guste, es un absoluto sufrimiento. La moda puede ser libertad o puede ser una prisión. Escojamos la libertad" - MARÍA ÁNGELA URBINA este habla de cómo la mujer sufre por la ropa que debe ponerse según la moda que haya y seguir unos parámetros en su vestimenta.

Desde la teoría encontramos que Gerda Lerner (1979) establece que las mujeres siempre han representado la mitad o más de la población mundial, por eso se refiere a ellas como the majority, al considerar que han existido en todos los campos de la experiencia histórica, en algunos con mayor presencia que otros. Sin embargo, como grupo social, rara vez las mujeres se han convertido en precursoras de procesos revolucionarios y se encuentran alejadas de los centros de autoridad institucional y del poder formal, en particular los santuarios masculinos, el religioso, el militar y el político (Duby y Perrot, 1991).

La mujer es el tema principal tanto de esta investigación como del canal de Las Igualadas, es por eso que se debe profundizar en el tema de cómo ésta ha sido un pilar importante en el desarrollo de la sociedad. En el siglo XXI época actual, la mujer está cambiando su status y ya no es solo la ama de casa, sino que también se le ve como una persona con capacidades que puede realizar varias labores, sin embargo, aún falta muchos más pasos para que la violencia de género hacia la mujer disminuya, aquí hablamos de hechos tipo como: feminicidios.

También se abordó la categoría del **hombre** y así conocer el tema desde diferentes perspectivas más al tema de género, aunque el hombre no fuera principal personaje de la investigación desde la teoría obtuvimos que: junto con la clase y la etnia a formar parte de los principales aspectos analít"En el ámbito global, durante los noventas, Michael Kimmel (1992) reconoce la contribución feminista en cuanto pone en evidencia la categoría de género como uno de los principales pilares sobre el cual está organizada la vida social. De esta manera, el género ingresa icos en la investigación de la realidad social. Este autor, basándose en la revisión que hiciera en el contexto mundial Kenneth Clatterbaugh acerca de las diversas corrientes teóricas sobre el pensamiento de hombres y masculinidad, sostiene que las definiciones de masculinidad están cambiando

constantemente y que la masculinidad no viene en nuestro código genético, ni tampoco flota en una corriente del inconsciente colectivo esperando a ser actualizada por un hombre en particular, o simultáneamente, por todos los hombres. También afirma que la masculinidad se construye socialmente, cambiando: 1) desde una cultura a otra; 2) en una misma cultura a través del tiempo; 3) durante el curso de la vida de cualquier hombre individualmente; y 4) entre diferentes grupos de hombres según su clase, raza, grupo étnico y preferencia sexual".

También se hizo una pregunta a María Ángela Urbina indirecta acerca del público donde se mencionó al género masculino: **Pregunta 2. ¿El público objetivo al que quieren llegar es solo dirigido a las mujeres o también es de su interés que los hombres vean el canal?** Inicialmente al público que Las Igualadas querían llegar según María Ángela Urbina es un público de mujeres jóvenes y así ha sido, las mujeres menores de 35 años son el 70% de la audiencia, en El Espectador todos los productos son consumidos en su mayoría por hombres el periódico impreso y digital los nuevos formatos, la pulla Son productos que son consumidos sobre todo por hombres. y pues la puesta de Las Igualadas sí era hablarle a las mujeres y en efecto eso es lo que han hecho. Ahora bien tienen una audiencia de hombres que está ahí que no es silenciosa que también hablan y mandan muchas preguntas y también se han hecho unos videos especiales pensado en ellos.

El género masculino no es el eje principal en el canal de Las Igualadas, sin embargo, todo el tiempo indirectamente se habla de él, por casos de violencia de género, es muy importante recalcar que en el canal nunca se habla mal de los hombres y que este no es el objetivo de Las Igualadas, sin embargo, cuando hay casos de hombres abusadores se sacan a la luz pero con todos los argumentos necesarios y así exponer el caso.

Según lo que se pudo observar en el análisis categorial las diversas teorías sobre comunicación/educación, prácticas de comunicación educación, redes sociales y violencia de género, éstas 4 se complementan y así abordar el objetivo general, que es (analizar cómo fue la influencia del primer semestre del año 2018 del canal de YouTube Las Igualadas del periódico El Espectador en la educación de las mujeres (su audiencia) y considerarlo como un medio donde subyacen prácticas de comunicación/educación) este análisis se hace a partir de tres elementos de recolección: escala de likert que va enfocada a la audiencia del canal, entrevista semi estructurada que va enfocada a la emisora del canal y el análisis de videos a través de ficha de observación que va enfocada al contenido del canal, desde los tres elementos de recolección se obtuvieron varias respuestas positivas que dan a conocer que en algunos momentos el canal si se convierte en una experiencia transformadora y aquí es donde se da la práctica de comunicación educación.

En estos momentos en la era de la información se pueden encontrar diferentes maneras de transmitir la información, sin embargo el trabajo que se hace desde Las igualadas les da un valor agregado, porque desde este canal no solamente se quiere transmitir información sino hacer un acompañamiento indirecto a las diferentes mujeres que interactúan con el canal, poder escucharlas, que se sientan acompañadas y es aquí cuando interviene la pedagogía que es el objetivo principal del canal.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tal como esta investigación lo demostró la práctica de comunicación/educación sí existe en el canal de Las Igualadas puesto que éste no es solo un canal de YouTube sino que también Las Igualadas crean espacios en Universidades y colegios donde a través de talleres y conferencias se pueda transformar la realidad de las mujeres promoviendo que éstas puedan identificar y prevenir la violencia de género a tiempo.

Se pudo observar que la comunicación/educación se da si hay una transformación social, éstas dos se vuelven una relación simbiótica donde la transformación no podría ser sin comunicación/educación y en un sentido contrario.

Asimismo, se pudo analizar que el público ha reaccionado positivamente a este tipo de formatos como lo es el video y se ha educado de una manera nueva y entretenida acerca de la violencia de género hacia la mujer, por lo tanto, se debe seguir utilizando este tipo de tácticas.

REFERENCIAS

- Aguaded Gómez, I. J., & Guerra Llano, S. (2012). *Razones para una educación mediática en la sociedad multipantallas*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/toc.oa?id=297&numero=29577>
- Aguaded, I. J. (2012). La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy. 1(2), 259.
- Aguerrondo, M. (2005). *Grandes pensadores: historia del pensamiento pedagógico occidental*. Buenos Aires, Argentina: papers editores.
- Aparici, R. (2003). *comunicación educativa en la sociedad de la información*.
- Barrero Caicedo, A. (210). *Introduccion a la teoría de grafos*. Obtenido de <https://bit.ly/2CFhHS4>
- Bonilla Castro, E. (1997). *Más allá del dilema de los métodos*. Obtenido de https://drive.google.com/drive/folders/10suFEsUmF4OV9R26r_0fEzmtgBSfl4vb
- Buitrago, A. A. (2016). *Los profesionales de la comunicación ante la competencia mediática*. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/16807/1/Tesis1001-160421.pdf>
- Crovi Druetta, D. M. (11 de 2009). Obtenido de <https://bit.ly/2x3WOea>
- Facebook el nuevo fenomeno de masas. (2010). *Barcelona ediciones Argentina s.a*, 18-19.
- Faerman, J. (2010). *Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. Grupo Planeta.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*.
- García Rodriguez, Y. M. (2017). *Reconceptualización de la educación en la era digital*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=121395>
- Gonzalez, V., & Contreras Pulido, P. (2014). *Empoderar a la ciudadanía mrdiática desde la educomunicación*. Obtenido de [:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15830197014>](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15830197014)
- Jackson, D. D., Bavelas, J. B., & Watzlawick, P. (2011). *Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas*. Herder.

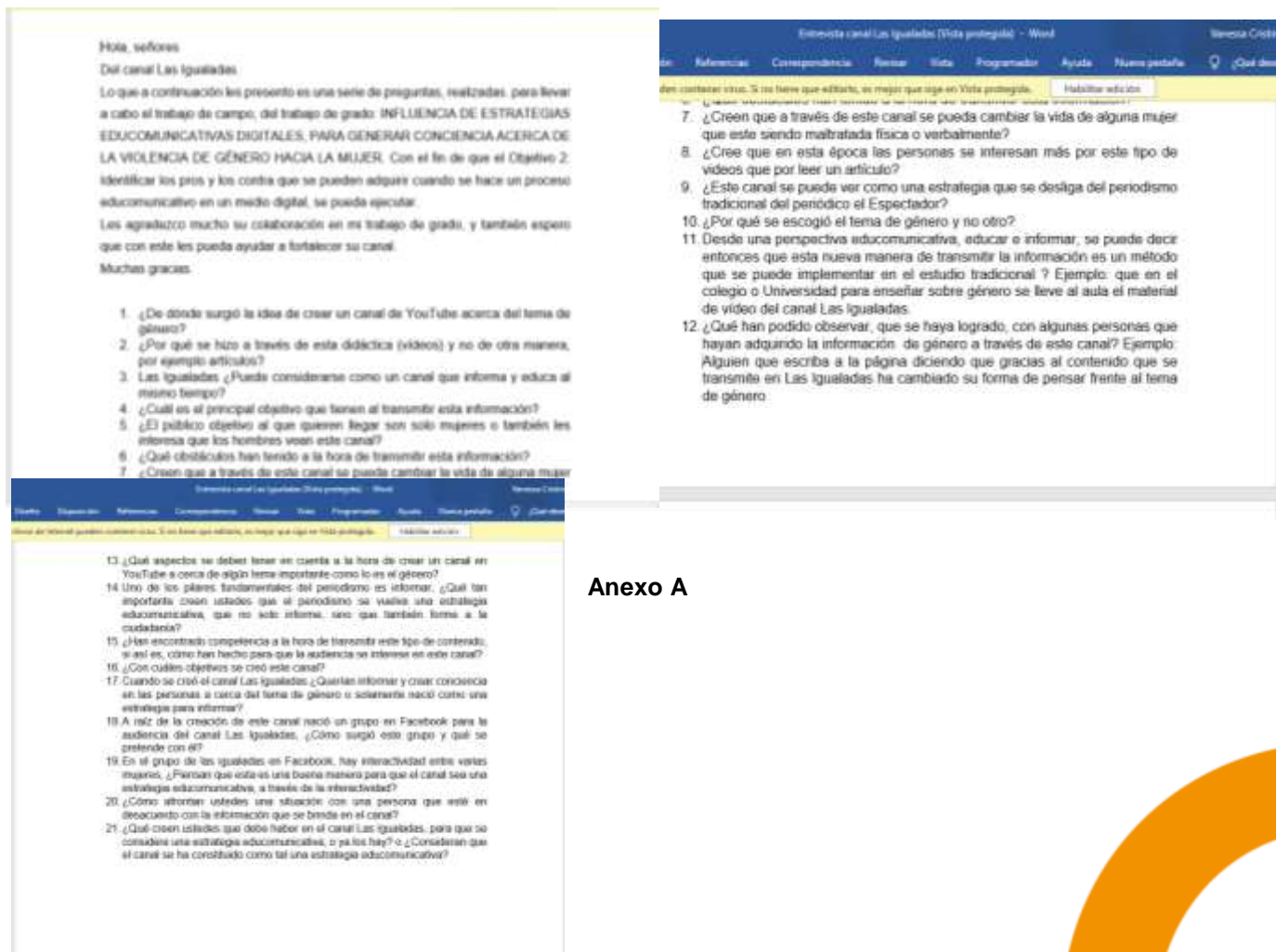
- Kaplún, M. (1998). Modelos de Educación y Modelos de Comunicación. *Pedagogía de la Comunicación*. Madrid, 17.
- Ladino, P. (noviembre de 2017). *FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA*. Obtenido de teoría de la comunicación.: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teor%C3%ADAs%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- O'Sullivan-Ryan, J. (1996). *la comunicación humana grandes temas contemporáneos*. caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Rejón Guardia, F. (2014). *La respuesta del consumidor a la publicidad en redes sociales*. Obtenido de <http://digibug.ugr.es/handle/10481/30826>
- Roberto. (s.f.). *Educomunicación mas alla del 2.0*. Obtenido de <https://bit.ly/2MX9EVz>
- Robles, B. (18 de 9-12 de 2011). *una técnica útil dentro del campo antropofísico*. Obtenido de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004>>
- Rodríguez, R., Del mar, M., & Melgarejo Moreno, I. (2012). El Educomunicador: un profesional necesario en la sociedad Multipantalla. *Sphera*. Obtenido de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29729577010>>
- Sandoval Romero, Y. (2017). Educomunicación: la responsabilidad educadora de los medios en línea. *Revista digital de comunicación*, 6(1), 69.
- Scheifler., D. J. (1975). *Biblia de Jerusalén*. Madrid: desclee de brouwer bilbao.
- Sierra, M. (2012). *Las claves para aprovechar todas sus potencialidades*. Obtenido de <https://bit.ly/2CKRMbF>
- Tornero, J. M. (2018). *Ebook central*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/funlamsp/reader.action?docID=3172675&query=j+m+tornero>
- Tornero, J. P. (s.f.). *COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN CUESTIONES CLAVE*. Obtenido de http://www.mediamentor.org/files/attachments/Guia_Mentor_2.pdf
- Varela, N. (2005). Feminismo para principiantes. 14.
- Villalonga Gómez, C., lazo , M., & Carmen. (2015). *Modelo de integración edocomunicativa de 'apps' móviles para la enseñanza y aprendizaje*. Obtenido de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36832959014>>

7. ANEXOS

7.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las técnicas de generación y recolección de la información que se realizaron para el trabajo titulado LA PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN DIGITAL QUE SUBYACE EN EL CANAL LAS IGUALADAS DEL PERIÓDICO EL ESPECTADOR PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER fueron entrevista semi-estructurada, escala de Likert y ficha de análisis de contenido de observación no participante.

7.1.1 Entrevista semi-estructurada



Nota, señores
Del canal Las Igualadas

Lo que a continuación les presento es una serie de preguntas, realizadas, para llevar a cabo el trabajo de campo, del trabajo de grado: INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER. Con el fin de que el Objetivo 2: Identificar los pros y los contras que se pueden adquirir cuando se hace un proceso educocomunicativo en un medio digital, se pueda ejecutar.

Les agradezco mucho su colaboración en mi trabajo de grado, y también espero que con este les pueda ayudar a fortalecer su canal.

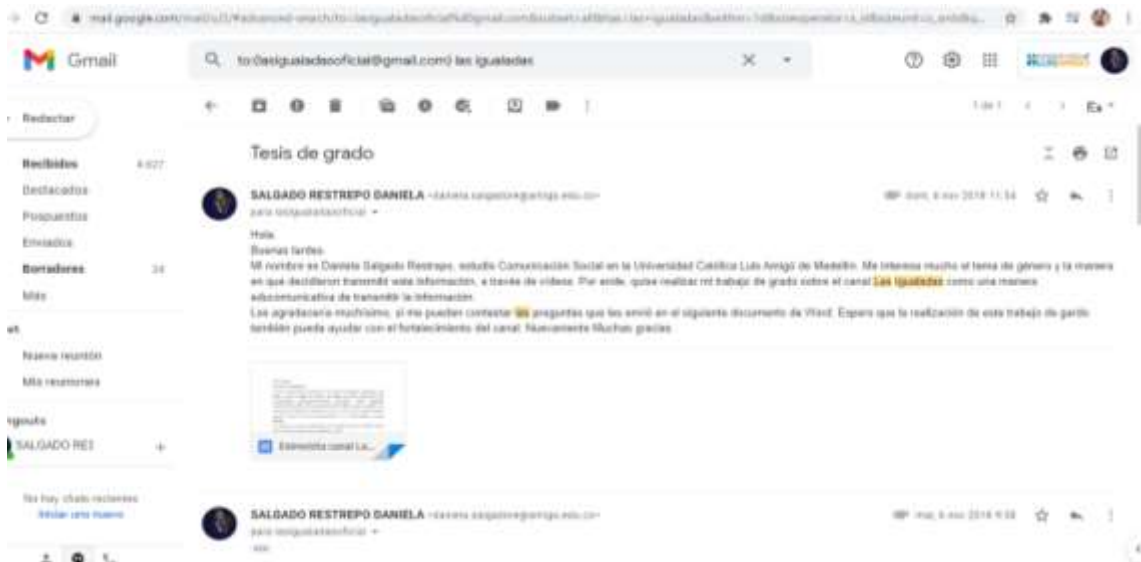
Muchas gracias.

1. ¿De dónde surgió la idea de crear un canal de YouTube acerca del tema de género?
2. ¿Por qué se hizo a través de esta didáctica (vídeos) y no de otra manera, por ejemplo artículos?
3. Las Igualadas ¿Pueden considerarse como un canal que informa y educa al mismo tiempo?
4. ¿Cuál es el principal objetivo que tienen al transmitir esta información?
5. ¿El público objetivo al que quieren llegar son solo mujeres o también les interesa que los hombres vean este canal?
6. ¿Qué obstáculos han tenido a la hora de transmitir esta información?
7. ¿Creen que a través de este canal se puede cambiar la vida de alguna mujer?

13. ¿Qué aspectos se deben tener en cuenta a la hora de crear un canal en YouTube acerca de algún tema importante como lo es el género?
14. Uno de los pilares fundamentales del periodismo es informar, ¿Cuál tan importante creen ustedes que el periodismo se vuelva una estrategia educocomunicativa, que no solo informe, sino que también forme a la ciudadanía?
15. ¿Han encontrado competencia a la hora de transmitir este tipo de contenido, si así es, cómo han hecho para que la audiencia se interese en este canal?
16. ¿Con cuáles objetivos se creó este canal?
17. Cuando se creó el canal Las Igualadas, ¿Querían informar y crear conciencia en las personas a cerca del tema de género o simplemente nació como una estrategia para informar?
18. A raíz de la creación de este canal nació un grupo en Facebook para la audiencia del canal Las Igualadas, ¿Cómo surgió este grupo y qué se pretende con él?
19. En el grupo de las igualadas en Facebook, hay interactividad entre varias mujeres, ¿Pensan que está es una buena manera para que el canal sea una estrategia educocomunicativa, a través de la interactividad?
20. ¿Cómo afrontar ustedes una situación con una persona que esté en desacuerdo con la información que se brinda en el canal?
21. ¿Qué creen ustedes que debe haber en el canal Las Igualadas, para que se considere una estrategia educocomunicativa, o ya los hay? o ¿Consideran que el canal se ha constituido como tal una estrategia educocomunicativa?

Anexo A

En las imágenes se observa la entrevista semi – estructurada que constaba de 21 preguntas la cual se realizó en Word y se envió posteriormente al correo del canal de Las Igualadas.



Anexo B

Como se observa en la imagen, este es un correo que se envía a lasigualadasoficial@gmail.com con el fin de obtener una entrevista con la presentadora María Ángela Urbina, pero el correo no obtiene respuesta.



Anexo C

Como se observa en la imagen, se contacta al periodista de El Tiempo Diego Santos Caballero quien puede ser una persona clave para dar el contacto de María Ángela Urbina.



Anexo D

Como se puede ver en la imagen es una conversación con el periodista Diego Santos Caballero quien entregó un número de un periodista cercano a María Ángela Urbina.



Anexo E

Como se observa en la imagen es una conversación con Cristhian quien finalmente entrega el contacto de la periodista María Ángela Urbina.



Anexo F

Como se observa en la imagen se tuvo una conversación con la periodista y presentadora del canal María Ángela Urbina quien por medio de mensajes de audio respondió las preguntas de la entrevista semi-estructurada.

7.1.2 Escala de Likert

Anexo G

En las siguientes imágenes se puede observar la escala de Likert que fue realizada a través de Google forms y fue constaba de 15 preguntas las cuales fueron respondidas por 111 personas.

INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER

escala de Likert dirigida al público del canal Las Igualadas de Expertos, con el fin de analizar con qué medios una encuesta aplicada con fines académicos, para la realización del trabajo de grado: INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER

Responde de 1 a 5 siendo 1 la puntuación más alta y 5 la puntuación más baja

Como?

Como está?

Este formulario registra los datos. [Cambiar configuración](#)

5. ¿Cree usted que, estos contenidos, si pueden llegar a cambiar la experiencia de una mujer que este sufriendo de maltrato por parte de otra persona?

1 2 3 4 5

3. ¿Se ha sentido identificada con algunos de los contenidos que se presentan en el canal Las Igualadas?

1 2 3 4 5

4. ¿Califica este canal como una propuesta que informa y educa al mismo tiempo sobre el tema de violencia de género hacia la mujer?

1 2 3 4 5

5. ¿Cree usted que, estos contenidos, si pueden llegar a cambiar la experiencia de una mujer que este sufriendo de maltrato por parte de otra persona?

1. ¿Cómo ha sido la experiencia de ver este tipo de contenidos de una manera más didáctica (videos) para obtener más conciencia a cerca de la violencia hacia la mujer?

1 2 3 4 5

2. Según los contenidos del canal Las Igualadas ¿Ha podido usted conocer a profundidad los temas de la violencia de género hacia la mujer?

1 2 3 4 5

3. ¿Se ha sentido identificada con algunos de los contenidos que se presentan en el canal Las Igualadas?

Formulario sin título - Form - Nueva pestaña

7. ¿Cree usted que la manera de entregar la información de la presentadora Mariangela Urbina acerca del tema de género es la adecuada, para informar y educar?

1 2 3 4 5

8. ¿Ha estado usted de acuerdo con todos los contenidos, que se han entregado hasta el momento en el canal Las Iguales?

1 2 3 4 5

9. ¿Prefiere usted el periodismo tradicional o que se creen este tipo de estrategias como los videos para llegarle más fácil a una determinada población?

1 2 3 4 5

Formulario sin título - Form - Nueva pestaña

10. ¿Esta de acuerdo con que los medios le den tanta importancia al tema de género?

1 2 3 4 5

11. ¿Interactuar con otras personas que también ven el canal, le ha servido para comprender más sobre el tema de violencia de género?

1 2 3 4 5

12. ¿Esta de acuerdo con la información que se transmite en el canal Las Iguales?

1 2 3 4 5

Formulario sin título - Form - Nueva pestaña

13. ¿Le parece veraz el contenido que se transmite en el canal Las Iguales?

1 2 3 4 5

14. Si en la escuela de su hijo o hija, le comienzan a mostrar este contenido del canal Las Iguales ¿Estaría usted de acuerdo, con esta nueva manera de educar o educarla, a cerca del tema de género?

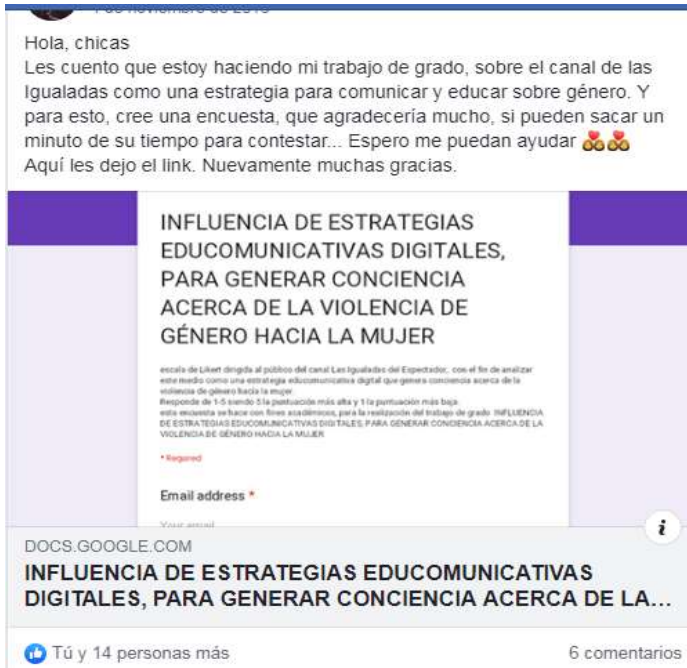
Responda si tiene hijo o hija

1 2 3 4 5

15. ¿Cree que los videos pueden ser una nueva forma de educar a las personas?

Anexo H

En la imagen se puede observar una publicación que se realizó en el grupo de Las Igualadas de Facebook donde se dio a conocer la escala de Likert y así obtener respuesta por parte de las receptoras del canal.



Hola, chicas
Les cuento que estoy haciendo mi trabajo de grado, sobre el canal de las Igualadas como una estrategia para comunicar y educar sobre género. Y para esto, cree una encuesta, que agradecería mucho, si pueden sacar un minuto de su tiempo para contestar... Espero me puedan ayudar 🙏🙏
Aquí les dejo el link. Nuevamente muchas gracias.

INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER

escala de Likert dirigida al público del canal Las Igualadas del Espectador, con el fin de analizar este medio como una estrategia educocomunicativa digital que genere conciencia acerca de la violencia de género hacia la mujer.
Responde de 1-5 siendo 5 la puntuación más alta y 1 la puntuación más baja.
esta encuesta se hará con fines académicos, para la realización del trabajo de grado: INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER.

* Required

Email address *

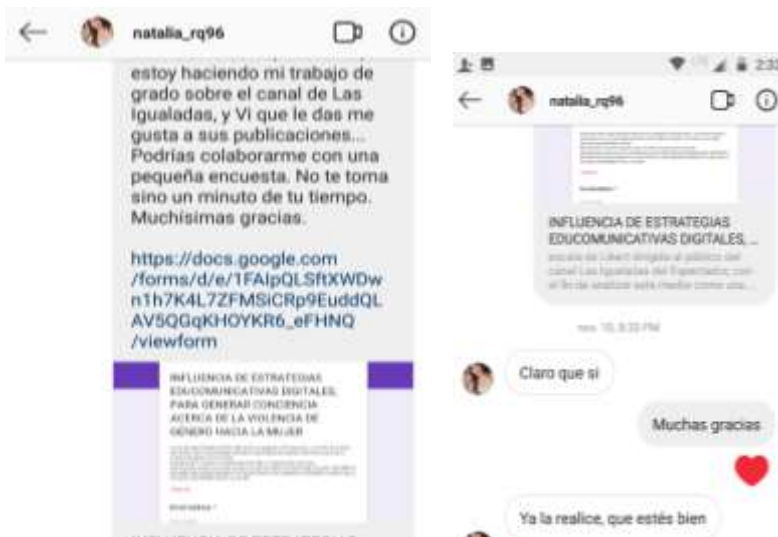
Your email

DOCS.GOOGLE.COM
INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA...

Tú y 14 personas más 6 comentarios

Anexo I

La escala de Likert igualmente se envió por medio de mensaje de Instagram algunas seguidoras del canal y así obtener mayor respuesta.



estoy haciendo mi trabajo de grado sobre el canal de Las Igualadas, y vi que le das me gusta a sus publicaciones... Podrías colaborar con una pequeña encuesta. No te toma sino un minuto de tu tiempo. Muchísimas gracias.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSftXWDwn1h7K4L7ZFMSiCRp9EuddQLAV5QGqKH0YKR6_eFHNQ/viewform

INFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS DIGITALES, PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER

Claro que sí

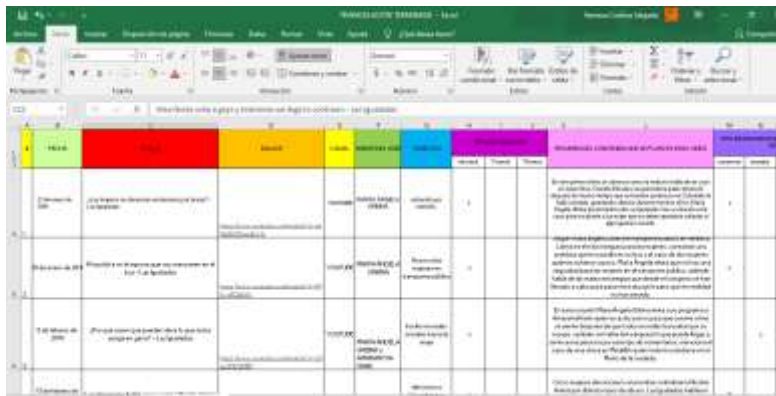
Muchas gracias

Ya la realice, que estás bien

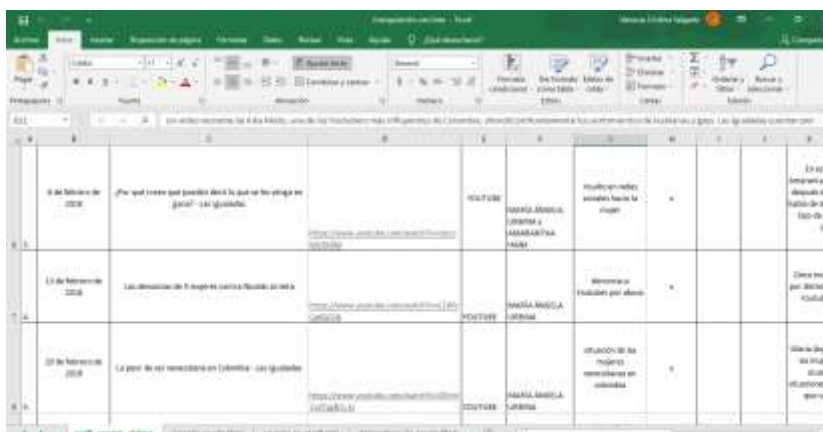
7.1.3 Ficha de análisis de contenido de observación no participante

Anexo J

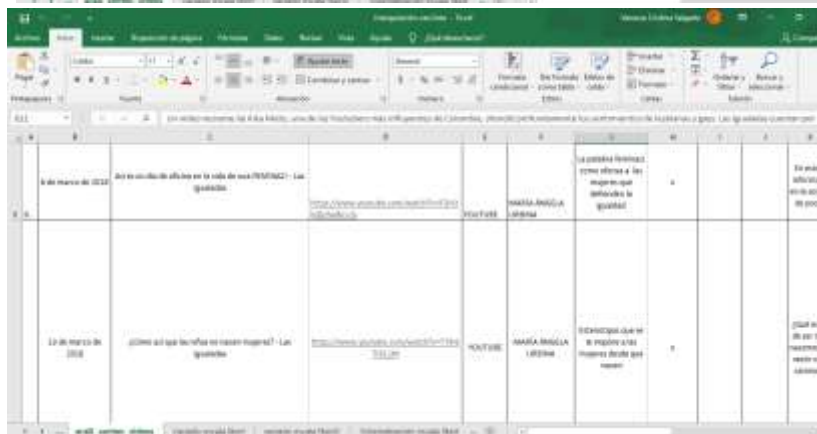
En las siguientes imágenes se puede observar ficha de análisis de contenido que fue realizada en el programa de Excel donde se analizó el contenido de 21 videos que estaban en el canal de Las Igualadas en el primer semestre del año 2018



Fecha	Título	URL	Canal	Contenido	Observaciones
8 de febrero de 2018	¿Por qué crees que puedes decir lo que se te venga en gana? - Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE
11 de febrero de 2018	Reservar un espacio que nos reserve un día por Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE
14 de febrero de 2018	¿Por qué crees que puedes decir lo que se te venga en gana? - Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE



8 de febrero de 2018	¿Por qué crees que puedes decir lo que se te venga en gana? - Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE	MARÍA ANGELA LOBOS
11 de febrero de 2018	Las dimensiones de la mujer en cultura florentina	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE	MARÍA ANGELA LOBOS
22 de febrero de 2018	La peor de las enfermedades en Colombia - Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE	MARÍA ANGELA LOBOS



8 de febrero de 2018	¿En qué consiste el día de la vida de una FEMINICID? - Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE	MARÍA ANGELA LOBOS
22 de febrero de 2018	¿Cómo es que las niñas no quieren ir a la escuela? - Las Igualadas	https://www.youtube.com/watch?v=...	YOUTUBE	MARÍA ANGELA LOBOS

7.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Los anexos de las técnicas de análisis de la información del trabajo titulado LA PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN DIGITAL QUE SUBYACE EN EL CANAL LAS IGUALADAS DEL PERIÓDICO EL ESPECTADOR PARA GENERAR CONCIENCIA ACERCA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LA MUJER serán entregados en formatos PDF donde se evidencia cómo fue el proceso de análisis de cada uno de los instrumentos de recolección de la información, se comenzó con una matriz categorial donde se observan las categorías del trabajo, luego el vaciado de la información de la entrevista semi – estructurada y la sistematización de la información de la escala de Likert para posteriormente realizar una triangulación.

