



Universidad de Chile
Facultad de Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

DEJADAS EN PAUTA

Un podcast incómodo que visibiliza y cuestiona. Porque en las salas de redacción, la violencia de género también aplica.

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA
CATEGORÍA: SERIE PODCAST**

**ROCÍO ALMENDRA ARÉVALO FARÍAS
TAMARA IGNACIA OVIEDO MADRID
SIMÓN ALONSO VILCHES HERRERA**

PROFESOR GUÍA: JUAN ENRIQUE ORTEGA FUENTES

Santiago de Chile

2023

AGRADECIMIENTOS

A Pelusa Toulouse, Domingo Lorenzo y Olivia Esmeralda, nuestras queridas mascotas, por su cariño sincero.

A mi padre, quien me impulsó a seguir cuando dudé de mis capacidades. Si bien, hoy no me acompaña físicamente, lo llevo en mí todos los días. Y por supuesto a mi madre, que ha sido mi compañera durante todo este proceso.

- Tamara Oviedo Madrid

A mi padre y a mi madre, por impulsarme a siempre seguir trabajando hasta lograrlo.

- Simón Vilches Herrera

A mi abuela por inculcarme el amor a la lectura, a mi familia y amigas por todo el apoyo brindado, y en especial a mis hermanos menores, quienes se transformaron en uno de los motivos principales para seguir.

-Rocío Arévalo Farías

Y a todas aquellas mujeres que luchan por romper los límites de lo establecido.

ÍNDICE

INFORME GENERAL	4
Introducción	4
Proceso de producción periodística	11
Reflexiones y aprendizajes del proceso	19
BIBLIOGRAFÍA	23
TEXTOS	23
AUDIOS	25
ANEXOS	27
ESCALETAS	27
GUIONES RADIALES	34
Guion capítulo 1	34
Guion capítulo 2	42
Guion capítulo 3	56
Guion capítulo 4	66
Diseño de difusión	79

INFORME GENERAL

Introducción

Luchar durante los últimos años por la erradicación de la violencia de género, lamentablemente no ha propiciado que sea una realidad a nivel social. Esta violencia, de carácter estructural y profunda, ha desarticulado la manera en que la sociedad se relaciona, estableciendo patrones que penetran y empeoran la calidad de vida de las mujeres en todo el mundo.

En el ámbito familiar, académico, laboral y sentimental, esta violencia se genera a partir de relaciones que menoscaban el bienestar físico y emocional de la mujer que se ve expuesta a esta misma, generando daños que marcan y generan en profundidad una herida muy difícil de cerrar.

Sin embargo, esta problemática no nace a partir de esta sociedad en desarrollo, ni debido a los nuevos tiempos en que estamos viviendo. La violencia hacia las mujeres es histórica y permanente, tanto así que los espacios de poder siempre han pertenecido al sexo masculino desde sus inicios. Si bien, hay un trabajo gracias a organizaciones feministas y nuevos movimientos políticos que surgieron en este siglo, esto no ha sido suficiente para desarraigar ciertos patrones que a nivel social ya se encuentran incorporados y anclados.

Ver a la mujer como un objeto de consumo, como un elemento de hogar, o de decoración junto al hombre, pasa también por un contexto socio-cultural donde la sociedad, y el machismo en su máxima expresión, moldea el ideal que se tiene del sexo femenino, generando una resistencia al cambio, en desmembramiento total del género que ha sido históricamente colocado en segundo lugar. Quienes permiten que esta violencia siga vigente, lo sustentan en conductas misóginas que se repiten una y otra vez con normalidad. Una violencia que se repite de generación en generación, y que caen en prácticas que el machismo permite, sustenta y refugia.

Al mismo tiempo, es una realidad que la mujer tiene una relación asimétrica respecto del hombre, pero no por un factor de desear esta situación, sino porque la cultura patriarcal, que para muchos ha sido imposible de erradicar, sigue permitiendo que esto suceda, que siga produciéndose y

reproduciéndose. Así, esto va afectando a las mujeres desde temprana edad, experimentándose desde las primeras relaciones sociales que se establecen, tanto a nivel familiar como educacional.

¿Qué entendemos por violencia de género?

Según ONU Mujeres (s.a):

La violencia contra las mujeres y las niñas se define como todo acto de violencia basado en el género que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o mental para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada.

En cuanto a Chile, Ley de Femicidio (Ley 20.480)¹, define el femicidio como el asesinato de una mujer realizado por quien es o ha sido su esposo o conviviente. La violencia hacia la mujer es un hecho latente y a pesar de todos los intentos para erradicarla, corresponde a una problemática que aún no tiene fin. Son muchos los organismos que actualmente están trabajando en pos de mejorar las desigualdades de género y erradicar la violencia hacia la mujer, pero el camino ha sido complejo.

ONU Mujeres asegura que el 35% de las mujeres en el mundo han sufrido violencia física o sexual en algún momento de su vida, es decir; 1 de cada 3 mujeres. Si lo vemos a nivel local, según cifras de la Red Chilena contra la Violencia, a la fecha del transcurso de este año 2022, se registran 47 femicidios consumados y 6 suicidios femicidas.²³

Por esta razón, cada año el 25 de noviembre se conmemora el “Día Internacional para Eliminar la Violencia contra la Mujer”⁴, donde diversas organizaciones sociales y no gubernamentales enfocan

¹ Bajo el primer mandato del Presidente Sebastián Piñera, el 13 de diciembre de 2010 se promulgó la Ley de Femicidio (Ley 20.480). Esta nueva normativa modifica el Código Penal y la ley de Violencia Intrafamiliar, sancionando el femicidio, aumentando las penas aplicables a este delito y modificando las normas sobre parricidio.

² La Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres mantiene un registro año a año de los femicidios y suicidios femicidas: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LRLaBLwbV3up9N5e3-HILKTIFAFy7-sj5pxbt5ml4hc/edit#gid=1952631340>

³ De acuerdo a la Biblioteca del Congreso nacional, el suicidio feminicida es aquel forzado por razones de género. En este tipo penal se comprenderían los suicidios de mujeres obligadas a matarse a sí mismas, a causa del abuso masculino.

⁴ El 25 de noviembre de 1960, las hermanas Mirabal fueron brutalmente asesinadas por ser mujeres y activistas. Su único crimen fue haber luchado por sus derechos contra el dictador dominicano Rafael Leónidas Trujillo (1930-1961).

su trabajo en identificar esta violencia, con el fin de erradicarla, o en el mejor de los casos, disminuirla.

La violencia de género puede manifestarse en distintos aspectos de la vida cotidiana: desde tipos de violencia económica, física y psicológica, hasta una violencia silenciosa y simbólica. Estos tipos de violencia se dan a partir de una construcción social patriarcal, ligadas a desigualdades económicas y sociales que han impulsado conductas dañinas para el género femenino, quedando en segundo plano respecto al masculino.

Además de la violencia que persiste, existen manifestaciones de maltratos estructurales como las brechas salariales, la escasa paridad y oportunidades laborales, que son expresiones de disparidad silenciosas y problemáticas.

Y si sumamos los procesos judiciales que involucran temas de violencia de género, quedamos al debe en este instrumento. Largos juicios, con sanciones que llegan a ser insuficientes y sin un resguardo real de las víctimas que sufren, sin leyes que sancionen ni reaccionen frente a esta problemática.

En este sentido, es necesario entender que la discusión se debe plantear desde espacios educacionales primarios, desde la crianza y desde miradas no sexistas que prioricen el respeto de los derechos humanos, la dignidad y el bienestar, independiente del género.

Violencia simbólica: La más silenciosa

Sin embargo, uno de los tipos de violencia que más se escapa de los tipos que son visibles y que ha sido un tópico menos abordado es la violencia simbólica (...) Bourdieu (1998) entiende esta como “violencia amortiguada, insensible, e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del

En 1993, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la Resolución 48/104 para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento”.

A grandes rasgos, la violencia simbólica es el uso y ejercicio de estereotipos, mensajes, lenguajes y signos que se sustentan en el machismo y discriminación contra las mujeres. Dentro de este ítem, los medios de comunicación y la publicidad han jugado un rol clave en la construcción de esta violencia, donde la cobertura de femicidios, maltratos y denigraciones hacia el género femenino son una señal de este tipo de simbolismo.

La disposición de roles sexo-genéricos también aparecen como un factor preponderante a la hora de visibilizar la violencia hacia las mujeres, donde la atribución de valores, patrones y conductas determinan el lugar que toma el sexo femenino frente a una subordinación del masculino.

Es aquí donde el feminismo toma un rol crucial a la hora de politizar esta demanda que se transformó en una de las demandas sociales más latentes del siglo XXI. El movimiento feminista, entendido como una teoría que postula la igualdad entre los sexos, ha sido preponderante y un actor clave cuando buscamos como sociedad terminar con patrones patriarcales. Así, el movimiento ha visibilizado el fenómeno que ya no solo se traduce en espacios domésticos o privados, si no que traspasa la esfera de las comunicaciones, la televisión, la cobertura y el análisis discursivo.

Considerando lo anterior, estos movimientos de los últimos años no ocurren en un plano externo, sino que moldean el diario vivir y la manera de relacionarnos con el mundo. Por esa razón, la respuesta de personas naturales, como de organizaciones, ha sido fundamental para instalar el tema. Se han publicado estudios y manuales, como los de la Red Chilena Contra la Violencia Hacia las Mujeres⁵ o el del Observatorio de Género y Equidad⁶. Es por eso que tomamos todos esos impulsos y avances en la materia para sintetizarlo en un formato radial, inspirándonos para crear el podcast.

⁵ “El continuo de violencia hacia las mujeres y la creación de nuevos imaginarios”, 2015, Red Chilena Contra la Violencia Hacia la Mujer <https://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/11/El-continuo-de-violencia-hacia-las-mujeres.pdf>

⁶ “Medios No Sexistas: Guía de definiciones y prácticas periodísticas”, 2018, Observatorio de Género y Equidad. <https://mujeresenelmedio.org/wp-content/uploads/2018/05/Guia-Medios-No-Sexistas.pdf>

Violencia mediática

Ahora bien, el periodismo no está ajeno a perpetuar esta violencia. En diversos espacios del ejercicio comunicacional cotidiano de los medios, independiente de sus formatos, en múltiples tareas y labores de las cadenas de producción periodística, se ejerce violencia mediática.

¿Y cómo se ejerce dicha práctica de violencia? Desde pautas generadas a partir de una nula paridad, salas de redacción sin edición de género, y periodistas sin formación completa desde las escuelas, y todos son elementos que componen y siguen patrones de coberturas desde la violencia simbólica.

Si lo vemos a nivel latinoamericano, un ejemplo en esta materia es Argentina, quien está muchísimo más avanzado en políticas que refieren a la violencia contra la mujer. A raíz de la creciente ola feminista 2016,⁷ en dicho país elaboró una Guía para una comunicación con perspectiva de género, donde definen el concepto de violencia mediática como:

Aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres.⁸

En Chile no hay iniciativas que regulen a los medios de forma general, y mucho menos en materias de género, solamente se han registrado esfuerzos personales por parte de algunos periodistas. Debido a la forma de abordar la violencia hacia la mujer o los femicidios en las pautas informativas, han propiciado que se sigan repitiendo situaciones de agresiones, denostaciones y morbosidades en contra del género femenino, junto con estereotipos que atentan contra la dignidad de estas.

⁷ El 2016 fue el año en que la violencia de género marcó un auge en esta ola a causa de diversos casos, tanto a nivel internacional como nacional. El caso de Nabila Rifo, a la cual su pareja le arrancó los ojos, derivaron en el malestar reflejado en las marchas con el lema “Ni una menos”.

⁸ El gobierno argentino realizó una guía llamada “Violencia simbólica y mediática” para una comunicación con perspectiva de género. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/violenciasimbolica_recomendaciones.pdf

Sin embargo, diversos medios de comunicación han hecho caso omiso a varias de las recomendaciones que especialistas otorgan a la hora de informar sobre femicidios o violencia hacia las mujeres.

Según datos del Consejo Nacional de Televisión, Canal 13 concentró el 47,2% de las denuncias recibidas durante el 2020 debido a comentarios ofensivos en contra de la víctima de violación Antonia Barra, en el contexto de su noticiario matutino Teletrece AM.⁹

Además, la percepción de los televidentes¹⁰ arroja que quienes deben fiscalizar que la televisión informe adecuadamente la violencia contra la mujer son: 46% un esfuerzo conjunto entre Estado, canales y las audiencias; 35% el Estado, a través del CNTV; 10% los canales de TV; 7% las audiencias; 1% otro y 1% no sabe qué responder.

Más ejemplos de ello, son coberturas tan polémicas como la de Fernanda Maciel, donde los periodistas prácticamente acamparon para competir por la premisa; o el de Nabila Rifo, donde los matinales, tildaban el crimen como “pasional” o “por celos”; e incluso, el suicidio femicida¹¹ de Antonia Barra, donde fue brutalmente cuestionada por su estado ético antes de ser violada.

Las académicas Antezana y Lagos (2019) en su investigación “El noticiero televisivo como dispositivo de disciplinamiento social: un análisis de la cobertura de femicidios en Chile”¹²:

El modus operandi de los noticieros televisivos en sus relatos sobre el femicidio no solo remite a las formas de contar: la institucionalización y la restitución del orden perdido también se

⁹ “DENUNCIAS CIUDADANAS BALANCE 2020”, 2021, Departamento de estudios del CNTV. <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2021/06/Denuncias-Balance-2020.pdf>

¹⁰ “PERCEPCIONES SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN TELEVISIÓN”, 2016, Estudio cuantitativo de Cadem y CNTV. https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/04/percepciones_sobre_la_violencia_contra_la_mujer_en_tv.pdf

¹¹ El suicidio femicida, es definido como “el suicidio que comete una mujer agredida ante la extrema violencia que vive, el acoso o la impunidad de su agresor”, indica el dossier Informativo Violencia contra Mujeres, de la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. Esta manifestación de violencia de género carece de tipificación legal, sin embargo, a raíz del caso de Antonia Barra (que se suicidó en octubre de 2019, tras ser violada), se promulgó la “Ley Antonia”.

¹² Antezana Barrios, L., & Lagos Lira, C. (2015). El noticiero televisivo como dispositivo de disciplinamiento social: un análisis de la cobertura de femicidios en Chile. *Comunicación Y Medios*, (30), Pág. 26 – 40. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i30.30880>

verifican en el tipo de fuentes a las cuales los canales dan voz (...) Se buscan “explicaciones” al asesinato de las mujeres por desigualdades de género.

Este es un tema que sigue sin resolverse, y varias profesionales sugieren que sea una problemática que se aborde desde las escuelas de periodismo con una visión de género, de manera que, al ejercer, los profesionales tengan un entendimiento mayor al tener que tratar con noticias relativas a las mujeres.

Proceso de producción periodística

Investigación periodística

Dejadas en Pauta es una serie radial en formato podcast de cuatro episodios, que dura aproximadamente 15 minutos cada uno, en el cual se realizaron más de doce entrevistas a expertos, expertas y a periodistas, quienes entregaron sus testimonios para conocer los distintos tipos de violencia simbólica contra la mujer que se ejercen desde las coberturas de los medios de comunicación, hasta en las salas de redacción y los espacios de trabajo.

La elección del tema se sustenta en el compromiso y la urgencia de evidenciar las narraciones mediáticas que los medios de comunicaciones construyen respecto de la mujer e identificar los distintos tipos de violencia, para así visibilizar e intentar seguir perpetuando prácticas machistas en las comunicaciones. Sabemos que es un problema muchísimo mayor, pero por algo se parte, y nuestro compromiso como comunicadores es contribuir a que, en un futuro, el panorama cambie.

En cuanto a la elaboración del podcast, la primera etapa se basó en una exhaustiva investigación bibliográfica que comenzó con la revisión de fuentes documentales, archivos de prensa y artículos académicos que sirvieron para investigar el tema de fondo, el lenguaje sexista que se suele utilizar en torno a la figura femenina y los enfoques patriarcales, algunos de los cuales han sido denunciados por las organizaciones feministas generando nuevos marcos de acción para frenar dichas violencias.

En primera instancia, se manifestó la necesidad de instalar la problemática a abordar, desde una mirada profesional y testimonial, con incorporación de voces y vivencias de expertos y académicos, que poco a poco nutrieron el trabajo periodístico.

Luego, se dio paso a armar la estructura general del podcast en un mapa conceptual interactivo, cuyas dos grandes aristas fueron la violencia simbólica en contra de la mujer y cómo se abordan los casos de violencia doméstica y femicidios. De ellos se ramificaron los temas de publicidad y

reproducción en la prensa a partir de estereotipos, además de la representación en los cargos de poder.

El hilo narrativo que definimos progresivamente ayudó a visualizar la clasificación de las temáticas que aborda cada capítulo, junto con definir la cantidad de estos dentro de la serie para una mayor fluidez y comprensión.

A continuación se presentan los cuatro capítulos:

Clasificación de temas por episodio		
Capítulo	Temas que se abordan	A qué pregunta el capítulo responde
<p>1° CAPÍTULO:</p> <p>¿TE HAS PREGUNTADO QUIÉNES HACEN LAS NOTICIAS HOY?</p>	<p>Se presentó el problema central del reportaje: Los medios de comunicación tienen una importancia protagónica en construir y reproducir representaciones e imaginarios colectivos en torno a la figura femenina. Ejemplo de esto son las coberturas sin perspectiva de género que hoy podemos ver en la prensa y en la publicidad.</p> <p>Hoy, “9 de cada 10 historias sobre acoso sexual, violación u otras formas de violencia de género y cuestiones específicas de desigualdad de género refuerzan los estereotipos de género, con las consecuentes implicaciones de normalización y continuidad de las</p>	<p>¿Cuál es el panorama actual?</p>

	<p>injusticias que constituyen el foco de las historias.” (MONITOREO GLOBAL DE MEDIOS, 2021a)</p>	
<p>2° CAPÍTULO: HABITAR EL CARGO</p>	<p>Se abordó la vivencia de las mujeres en las comunicaciones; tanto de la vereda de las periodistas, como de figuras de los paneles informativos.</p> <p>Los hallazgos del GMMP a lo largo del tiempo demuestran que “las mujeres reporteras tienen más probabilidades que los hombres de recurrir a sujetos y fuentes que son mujeres. En 2015, los resultados sugirieron que la brecha de selección de fuentes de género se estaba reduciendo, pero en la ola del 2020, la brecha se ha más que duplicado para llegar a 7 puntos. Actualmente, el 31% de las personas en las noticias tradicionales cubiertas por mujeres reporteras son mujeres, en contraste con el 24% de mujeres en los temas y fuentes en las historias de hombres reporteros”. (Monitoreo Global de Medios, 2021b)</p>	<p>¿Cuál ha sido la experiencia de las profesionales actuales?</p>

<p>3° CAPÍTULO:</p> <p>MUJER DE CONSUMO</p>	<p>“La hegemonía del rostro femenino de la publicidad en las portadas de revistas y en los anuncios remite en realidad a la coincidencia entre la mujer como sujeto potencial y la mujer como posible objeto” (Passerini, 1993, p.350)</p> <p>En este capítulo, se abordó el nexo entre la publicidad y la representación de las mujeres, visibilizando cómo se muestra al género femenino en comerciales, publicidades locales y escuelas de publicidad/periodismo.</p>	<p>¿Cómo se entrelaza la imagen de la mujer en el periodismo y la publicidad?</p>
<p>4° CAPÍTULO:</p> <p>¿EL FIN?</p>	<p>En el cierre del reportaje, se mostró que existen organizaciones conscientes de la desigualdad en los medios tradicionales y están comprometidas a mejorar el trato hacia la mujer y generar un cambio, como la Red de Periodistas Feministas y medios independientes como La Otra Diaria. También se entregaron posibles soluciones para erradicar la desigualdad laboral de género y la violencia económica.</p>	<p>¿Qué viene para el futuro?</p>

Una vez definidos los contenidos de cada episodio, se dio paso a definir quienes serían las voces que aportarían al podcast una narrativa completa y académica. Las fuentes elegidas por capítulos corresponden a profesionales de las comunicaciones, con trabajos tangibles sobre género, medios de comunicación, feminismo y publicidad.

Estableciendo el tono y ritmo que le darían las fuentes a los capítulos según los temas mapeados, optamos por darle un nombre característico al programa. “Dejadas en Pauta” se refiere a que las mujeres no obtienen una representación fidedigna en la manera en que se crean las noticias, y no logran atravesar el umbral de las reuniones de pautas.

La elección sonora, los recursos, comerciales y voces extras fueron pensados con el fin de nutrir y acompañar la labor periodística, justificando cada uno de ellos a base de estadísticas, relatos, experiencias y vivencias.

Entrevistas

Se realizaron entrevistas en profundidad, las cuales se hicieron por vía Zoom y de manera presencial. Gracias a investigadoras y organizaciones creamos la base de esta serie de podcast, ya que actualmente quienes hacen la labor de crear manuales, visibilizar malas prácticas y tomar las riendas de los cambios, son aquellas mujeres investigadoras y organizaciones feministas que se especializan en temas de género, como la Red de Periodistas Feministas, la comisión de género del Colegio de Periodistas, Mujeres en el Medio, La Otra Diaria y la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres.

Detalle de las entrevistas

- **Amanda Aravena:** Periodista, es parte de la Red de Periodistas Feministas, además de ser integrante de la Red Chilena Contra la Violencia hacia las Mujeres.
- **Carolina Rojas:** Periodista, especializada en periodismo de investigación con temas de violencia de género, Derechos Humanos, desigualdad e impacto social. Es la fundadora y actual directora del medio feminista La Otra Diaria.
- **Cristian Cabalin:** Periodista y Doctor en Estudios de Políticas Educativas de la University of Illinois at Urbana-Champaign y Magíster en Antropología y Desarrollo,

Universidad de Chile. Además, es docente de la Universidad de Chile, donde imparte la cátedra de Estudios Culturales y Comunicación, Medios y Educación, y Comunicación Pública. Su entrevista se realizó el 8 de agosto.

- **Cristián Leporati:** Publicista y docente, magíster en Humanidades, mención Filosofía y magíster en Antropología con mención Urbana. Además, es embajador de la fundación Hay Mujeres www.haymujeres.cl. Su entrevista se realizó el 11 de agosto.
- **Daniela Cartagena:** Periodista y actual editora general de estrategias digitales en Meganoticias.cl. Se encarga de supervisar el contenido digital tanto en redes sociales como en el sitio web, viendo estrategias óptimas para la nueva era digital. Su entrevista se realizó el 3 de agosto.
- **Emilia Aguilar:** Periodista, productora de Radio USACH y Radio Bio Bio.
- **Fabiola Gutiérrez:** Periodista con postítulo en Comunicación, Género y Derechos Humanos y tutoría en Derecho Internacional de los Derechos Humanos de las Mujeres. Es encargada de Comunicaciones en Corporación Humanas, integrante del directorio del Observatorio de Género y Equidad; coordinadora de la Comisión de Comunicaciones de la Red de Periodistas y Comunicadoras Feministas de Chile. Además, forma parte de la Alianza Global Medios y Género (GAMAG), de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género y de la Red de Periodistas Feministas de América Latina y El Caribe. Su entrevista se realizó el 5 de agosto.
- **Lorena Antezana:** Periodista y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad de Chile. Lorena es Doctora en Información y Comunicación por la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica, Magíster en Comunicación Social. Su enfoque profesional ha estado ligado al análisis televisivo, a la comunicación y género, y espacios mediáticos. Su entrevista fue realizada el día 9 de agosto.

- **Mónica Maureira:** Periodista con postítulo en Derechos Humanos y Procesos de Democratización; egresada del Magíster en Comunicación Política, ambos de la Universidad de Chile. Con larga trayectoria en el diseño de estrategias políticas y comunicacionales para organizaciones en áreas de desarrollo, género y DD.HH. de las mujeres. Coordinadora periodística del Observatorio Género y Equidad, editora de Mujeres en el Medio, parte de la Comisión de Género del Colegio de Periodistas.
- **Rocío Alorda:** Periodista y primera vicepresidenta del Colegio de Periodistas, y encargada de su comisión de género. También es co-coordinadora de la Comisión de Derecho a la Comunicación de la Red de Periodistas y Comunicadoras Feministas. Su entrevista fue realizada el día 25 de agosto.
- **Yoselin Fernández:** Licenciada en Comunicación Social y Periodista de la Universidad de Chile. Especializada en temas relativos a violencia contra mujeres y feminismo, deportes y en particular fútbol femenino. Desde 2017 integrante de la Coordinación Nacional de la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres.

Etapas de diseño

Se decidió realizar la modalidad de “serie de podcast” para relatar esta investigación de manera más lúdica, ya que el tema escogido es bastante denso, por esta razón encontramos pertinente dividirlo en capítulos, así no perdemos la atención de nuestra futura audiencia, y los mantenemos interesados en lo que se viene en el siguiente episodio. Por esta razón, la elección del hilo narrativo no fue azarosa, pues cada capítulo desmembraba un tipo de violencia en las comunicaciones.

Un podcast como obra de creación

La necesidad de hacerlo en formato radiofónico, es la posibilidad de experimentación estilística y temática, puesto que para la construcción de un análisis certero y dinámico es mucho más atractivo si entre los diálogos y entrevistas con las especialistas se crea una narrativa sonora cercana.

Además, la flexibilidad de este género radial es bastante cómoda para incluir el carácter informativo y personal en un producto periodístico, porque se entregan varias cifras y estudios que respaldan la problemática, que son acompañados de testimonios dispuestos a hilar una historia.

Fuera de nuestras voces (los locutores) y la de los entrevistados, nos pareció llamativo incluir una tercera voz (nombrada en el guion como voz de periodista), en forma de un personaje, que va realizando pequeñas intervenciones a lo largo de los cuatro capítulos. Esto con el fin de que las audiencias también se sientan partícipes.

Además, vemos la oportunidad de proyección, pues al ser seriado y publicado en plataformas como Spotify, SoundCloud y YouTube, siempre estará disponible para la escucha de los espectadores; y en el mejor de los casos, puede servir como puntapié para futuras investigaciones y proyectos.

Posteriormente, vino la etapa de diseño de cada capítulo, donde se ordenaron narrativamente las ideas a través de la guionización, calzando cada locución principal, con las cuñas, marcas y recursos sonoros para lograr unidades radiales que puedan dialogar entre sí, y a la vez, continuar una línea discursiva de la historia.

Producción y edición

Se realizó el proceso de producción donde se ejecutó toda la puesta en escena que se diseñó del material sonoro. En esta etapa se volvieron a hacer ediciones como eliminar ciertas locuciones y acortar algunas cuñas para darle coherencia al relato.

Por último y no menos importante, vino la edición sonora y musical, dicho proceso le otorgó estética y creatividad al reportaje, ya que este podcast incorporó un personaje, música, sonidos y recursos de archivo para ambientar de mejor manera, con el objetivo de acercar a la audiencia el contenido del reportaje.

Reflexiones y aprendizajes del proceso

Como futuros periodistas consideramos que no podemos estar ajenos a la violencia que ejercen los medios de comunicación en torno a la figura femenina. Por esta razón, la elección de nuestro tema no fue arbitraria, ya que nos parece relevante transparentar que hoy en Chile, las coberturas y los espacios laborales, son desiguales y ejercen bajo un sistema patriarcal.

No es un secreto que en Chile el trabajo femenino está precarizado. Así lo demuestran las cifras de la Oficina Nacional de Información Laboral: debido a la pandemia por COVID-19, “la caída del empleo femenino en 2020 fue mayor entre las trabajadoras informales (24,2%) que entre las formales (11,0%), en 2021 el crecimiento del empleo fue más acentuado entre las informales (12,2%) respecto de las formales (3,5%). Ello llevó a que la tasa de informalidad del empleo femenino pasara de 29,7% en 2019 a 26,2% en 2020 y a 28,0% en 2021”¹³.

Además, históricamente la participación laboral de las mujeres en Chile es inferior numérica y porcentualmente a la de los hombres. Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística (2015):

Esta situación, de acuerdo a lo que indican tradicionalmente los estudios de género, puede ser explicada por división sexual del trabajo: las responsabilidades de cuidados domésticos y de familiares son socialmente asignadas a las mujeres, lo que las limita respecto del tiempo que tienen disponible – y el que sus empleadores(as) creen que ellas pueden destinar – al trabajo remunerado. Así, la conjugación de los ámbitos doméstico y laboral se vuelve compleja para algunas mujeres, produciéndose dificultades en cuanto a la inserción femenina en los espacios públicos.

En cuanto a las comunicaciones, el panorama es poco esperanzador, ya que las mujeres muchas veces son limitadas a cargos inferiores y qué decir de la forma en que se abordan los temas de

¹³ Velasco, Juan J. 2022. “Mujer y trabajo en Chile: El desafío de reconstruir mejor tras la crisis.” Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/santiago/publicaciones/reflexiones-trabajo/WCMS_840154/lang-es/index.htm.

género en las pautas informativas. La Red Chilena Contra la Violencia hacia las Mujeres, en su texto “Violencia estructural y feminismo: apuntes para una discusión” (2019) explican:

El caso de Chile es señero, considerando además que los holdings empresariales que ostentan la propiedad de los medios de comunicación masivos cruzan sus inversiones con compañías extractivistas, retail e incluso banca privada. Este modelo económico perpetúa la exclusión de diversos actores del debate público, criminalizando experiencias de comunicación local o comunitaria y estableciendo márgenes muy estrechos para la representación y uso de la palabra de colectivos históricamente marginados, como es el caso de las mujeres.

Por si fuera poco, el modelo económico que administra a los medios se mezcla con un problema estructural: la alta masculinización de los espacios de poder y una preocupante precarización en el ámbito laboral, que afecta en mayor medida a las mujeres. La Red Chilena Contra la Violencia hacia las Mujeres (2019) afirma que este problema persiste pese a que existen más mujeres periodistas que hombres:

Tanto los propietarios de los grandes medios como la mayoría de los directores y editores generales son hombres, pese a que, según datos del Consejo Nacional de Educación (CNED) 2016, periodismo es una de las carreras en la que estudian más mujeres, con un 55,17% respecto de la matrícula total.

Mujeres en la pauta: Objetos de la Crónica Roja

¿Qué representan los femicidios en la estructura narrativa de los noticiarios y matinales? Probablemente, lo primero que nos llega a la mente, es que todo caso tiene nombre y apellido y este suele ser femenino, pero resulta ser controversial, ¿por qué la víctima siempre debe ser el foco y no el femicida? Los medios de comunicación suelen crear relatos en torno al asesinato de una mujer para superar sus ratings, cifras, clics y visualizaciones. Pues, estas preocupantes situaciones, suelen mostrarse como un trágico episodio más, un hecho noticioso como los tantos que componen la denominada “Crónica Roja”.

Muchos años antes de la tipificación de femicidio como delito en Chile, la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres ya realizaba investigaciones en torno a los femicidios en Chile, para ello, analizaron antecedentes judiciales y revisaron cómo la prensa cubría y exponía dichos casos. En aquella investigación, arrojaron que, “cada femicidio es presentado como patrón común, una trivialización de los hechos y su presentación como casos aislados, inscritos en la sección Crónica Roja y caracterizados como “crímenes pasionales”, sin contexto ni elementos que permitieran considerar los hechos de violencia extrema contra mujeres. Por otra parte, la presentación de los agresores suele relacionarse con conductas patológicas, mientras que las mujeres son definidas en relación con características personales”.

Así lo fundamentan las académicas Antezana y Lagos (2015) en su análisis semiótico:

El femicidio se enmarca dentro de la crónica roja y su narrativa se encasilla en el relato dramático, los hechos son simplificados y se juega con la seriedad-credibilidad y la emoción: “personajes altamente estereotipados son los protagonistas de las historias que se presentan: el héroe, la víctima, el victimario. Una simplificación que distingue al bueno del malo, en una historia que los (y nos) enfrenta a la rabia, el deseo de venganza, de justicia, de castigo.

A pesar de los esfuerzos que se han hecho desde los movimientos feministas del último siglo, la violencia de género sigue manifestándose en todas sus expresiones. Sin embargo, son aquellos colectivos quienes han instalado la problemática a nivel social, y por sobre todo, en los medios de comunicación.

Y el problema principal es que de aquí sale una de las violencias más difíciles de erradicar; la violencia simbólica. Esa violencia que sale desde el silencio, desde expresiones micromachistas, de cuestionamientos inválidos, de reflexiones sesgadas. Y es aquí cuando los medios deben cambiar el patrón cultural que adoptan a la hora de cubrir la violencia o en el peor de los casos, los femicidios.

Son diversos los manuales e investigaciones enfocados a esta problemática, pues el movimiento feminista ha hecho notar esta violencia; lo que hace falta ahora es bajarla a una regulación, a políticas públicas y protocolos de funcionamiento de los medios de comunicación en Chile.

Ante la espera, el primer paso, es que nosotros como periodistas incorporemos en nuestro quehacer un periodismo más consciente y dispuesto a reducir las brechas de género por medio de la visibilidad, la normalización de la participación de la mujer y por sobre todo, la reducción de la violencia de toda índole, incluso en las líneas editoriales.

BIBLIOGRAFÍA

Textos

Antezana Barrios, Lorena, and Claudia Lagos Lira. 2015. *El noticiero televisivo como dispositivo de disciplinamiento social: un análisis de la cobertura de femicidios en Chile*. <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/30880/37650>.

Bourdieu, Pierre. 1998. *Dominación Masculina*. N.p.: Pierre Bourdieu. <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondu-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>.

Cátedra Mujeres y Medios UDP and Criteria Chile. 2022. “Percepción de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación en Chile.” UDP Facultad de Comunicación y Letras. <https://comunicacionyletras.udp.cl/revisa-el-estudio-percepcion-de-la-presencia-de-las-mujeres-en-los-medios-de-comunicacion-en-chile-realizado-por-la-catedra-mujeres-y-medios-udp-en-conjunto-con-criteria/>.

CNTV. 2016. “ANÁLISIS COMPARATIVO DE GÉNERO EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.” Percepciones sobre la perspectiva de género. <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/04/genero-analisis-comparativo-de-programas-televisivos.pdf>.

Corporación Miles. 2022. *Femicidios Chile 2022*, Conteo de femicidios consumados hasta la fecha en Chile. <https://www.instagram.com/mileschile/>.

Instituto Nacional de Estadísticas. 2015. *Mujeres en Chile y mercado del trabajo: Participación laboral femenina y brechas salariales*. N.p.: Departamento de Estudios Laborales y Departamento de Estudios Sociales. https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/ocupacion-y-desocupacion/publicaciones-y-anuarios/publicaciones/mujeres-en-chile-y-mercado-del-trabajo---participacion-laboral-femenina-y-brechas-salarialesa.pdf?sfvrsn=ade344d4_3.

Monitoreo Global de Medios. 2021. “6to. Proyecto de Monitoreo Global de Medios.” THE GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights.spa_FINAL.pdf.

Naciones Unidas and Naciones Unidas Derechos Humanos, Oficina del Alto Comisionado. [s.a]. “Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer.” Naciones Unidas. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/declaration-elimination-violence-against->

[women#:~:text=A%20los%20efectos%20de%20la,la%20coacci%C3%B3n%20o%20la%20privaci%C3%B3n.](#)

Observatorio de Equidad de Género en Salud (OEGS). 2013. *Violencia de Género en Chile*. N.p.: Carmen Torres Escudero. <https://www.paho.org/chi/dmdocuments/ViolenciadegeneroenChile.pdf>.

Observatorio de Género y Equidad, Fabiola Gutiérrez González, and Mónica Maureira Martínez. 2018. *MEDIOS NO SEXISTAS: GUÍA DE DEFINICIONES Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS*. Chile: n.p. <https://mujeresenelmedio.org/wp-content/uploads/2018/05/Guia-Medios-No-Sexistas.pdf>.

ONU Mujeres. [s.a]. “Preguntas frecuentes: Tipos de violencia contra las mujeres y las niñas.” Preguntas frecuentes: Tipos de violencia contra las mujeres y las niñas. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>.

Passerini, Luisa. 1993. “Historia de Las Mujeres en Occidente.” In *Sociedad de Consumo y Cultura de Masas*, 350. N.p.: Editorial Taurus.

Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. 2019. *Violencia estructural y feminismo: apuntes para una discusión*. Elena Águila Zúñiga ed. N.p.: Soledad Rojas Bravo. <https://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2019/09/Violencia-Estructural-y-Feminismo.pdf>

Velasco, Juan J. 2022. “Mujer y trabajo en Chile: El desafío de reconstruir mejor tras la crisis.” Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/santiago/publicaciones/reflexiones-trabajo/WCMS_840154/lang--es/index.htm.

Audios

24Horas.cl, 6 de agosto 2020, Perfil del sospechoso de matar a Ámbar: La entrevista que concedió a TVN en 2005 | 24 Horas TVN, https://www.youtube.com/watch?v=bXAVr8jGsl0&ab_channel=24horas.cl

24Horas.cl, 16 de octubre 2020, Informe especial: Los nuevos antecedentes del caso Antonia Barra | 24 Horas TVN Chile, https://www.youtube.com/watch?v=IQdwKEFYKBE&t=2510s&ab_channel=24horas.cl

Aysen Opina, 7 de abril 2017, Rosita Alvarado "ELLA SE LO BUSCO" en caso de Nabila Riffo, https://www.youtube.com/watch?v=oDGtooglC8s&ab_channel=AysenOpina

Canal 13, 7 de abril 2022, Comenzó juicio por homicidio de Gabriela y su madre en Maipú. Tu Día, 2022, https://www.youtube.com/watch?v=A-Yy7pb1ks8&ab_channel=Canal13

Chilevisión, 21 de diciembre 2020, Caso Fernanda Maciel: Los nuevos antecedentes de la joven de Conchalí - Contigo En La Mañana, https://www.youtube.com/watch?v=m8zhxFYFo74&t=681s&ab_channel=Chilevisi%C3%B3n

Felix Muñoz, 14 octubre 2013, Anuncio Coca-Cola 1960 Ama de Casa, https://www.youtube.com/watch?v=19pIyEvQLtU&ab_channel=FelixMu%C3%B1oz

Meganoticias, 14 mayo 2022, "Con esto reviven momentos dolorosos": Hijas de Viviana Haeger rechazan serie que relata el crimen, https://www.youtube.com/watch?v=S2He5KDgPBM&ab_channel=Meganoticias

Meganoticias, 30 mayo 2022, Caso Fernanda Maciel: Asesino aún no es juzgado a cuatro años del crimen, https://www.youtube.com/watch?v=Zs9CMRbA-jo&ab_channel=Meganoticias

Museo Publicidad, 29 abril 2010, Cerveza Escudo Y tu hermana, https://www.youtube.com/watch?v=d6qH_qv4HrQ&ab_channel=MuseoPublicidad

Publicidades Argentinas, 25 mayo 2014, SPRITE - ¿Por qué las mujeres lloran por todo?, https://www.youtube.com/watch?v=3CVC-LNx_ps&t=43s&ab_channel=PublicidadesArgentinas

RTVE, 2 febrero 2011, Los anuncios de tu vida - Fregar, limpiar y cocinar, son cosa de mujeres, https://www.youtube.com/watch?v=BMUJ8EA7TI4&ab_channel=RTVE

Swing Musica, 23 mayo 2012, Axe "Divino!", https://www.youtube.com/watch?v=5fWjDqkGSwc&t=46s&ab_channel=SwingMusica

TVN, 31 agosto 2017, Impactantes declaraciones de familiares de Viviana Haeger | Muy buenos días | Buenos días a todos, https://www.youtube.com/watch?v=vdGfB7767D4&ab_channel=TVN

ANEXOS

Escaletas

Capítulo 1: ¿TE HAS PREGUNTADO QUIÉNES HACEN LAS NOTICIAS HOY?

TIEMPO	DURACIÓN EN SEGUNDOS	CONTENIDO
00:00 - 00:31	31'	Cortina de inicio
00:32 - 00:40	8'	Teaser del capítulo
00:41 - 01:46	105'	Testimonios de víctimas (material de archivo)
01:47 - 01:52	5'	Sonido de quiebre
01:53 - 01:56	3'	LOC 1
01:57 - 02:09	12'	LOC 2
02:10 - 02:26	16'	LOC 3
02:27 - 02:33	6'	Música
02:34 - 02:54	20'	LOC 4
02:55 - 03:00	5'	Cortina voz de periodista 1
03:01 - 03:22	21'	LOC 5
03:23 - 03:45	22'	LOC 6
03:46 - 04:20	34'	Cuña 1 Yoselin Fernández
04: 21 - 04:32	11'	Familia Fernanda Maciel (material de archivo)
04:33 - 04:43	10'	LOC 7
04:44 - 05:51	107'	Matinal habla sobre Nabila Rifo (material de archivo)
05:52 - 05:55	3'	Cortina voz de periodista 2
05:56 - 06:08	12'	Cambio de música
06:09 - 06:15	6'	LOC 8

06:16 - 06:35	19'	LOC 9
06:36 - 07:21	85'	Entrevista Mea Culpa (material de archivo)
07:22 - 07:25	3'	Cortina voz de periodista 3
07:26 - 07:33	7'	Cambio de música
07:34 - 07:48	14'	LOC 10
07:49 - 07:56	7'	LOC 11
07:57 - 09:10	153'	Cuña 1 Mónica Maureira
09:11 - 09:14	3'	Cortina de voz periodista 4
09:15 - 09:42	27'	LOC 12
09:43 - 09:50	7'	LOC 13
09:51 - 10:59	108'	Cuña 1 Fabiola Gutiérrez
11:00 - 11:16	16'	LOC 14
11:17 - 11:32	15'	LOC 15
11:33 - 12:00	67'	Cortina de cierre

Capítulo 2: HABITAR EL CARGO

TIEMPO	DURACIÓN EN SEGUNDOS	CONTENIDO
00:00 - 00:31	31'	Cortina de inicio
00:32 - 01:10	78'	Sonidos de oficina, recreación reunión de pauta
01:11 - 01:25	14'	Teaser del capítulo
01:26 - 01:46	20'	LOC 16

01:47 - 03:00	153'	Cuña 1 Emilia Aguilar
03:01 - 03:09	8'	LOC 17
03:10 - 03:51	41'	Cuña 1 Daniela Cartagena
03:52 - 04:10	18'	LOC 18
04:11 - 05:07	96'	Cuña 2 Emilia Aguilar
05:11 - 06:15	104'	Cuña 2 Daniela Cartagena
06:16 - 06:34	18'	Compilado de audios machistas
06:35 - 06:51	16'	LOC 19
06:52 - 06:55	3'	LOC 20
06:56 - 08:14	158'	Cuña 3 Daniela Cartagena
08:15 - 08:19	4'	LOC 21
08:20 - 08:44	24'	Cuña 1 Amanda Aravena
08:45 - 08:50	5'	LOC 22
08:51 - 08:57	6'	LOC 23
08:58 - 09:21	23'	Cuña 4 Daniela Cartagena
09:22 - 09:36	14'	LOC 24
09:37 - 09:45	8'	LOC 25
09:46 - 10:27	81'	Cuña 1 Carolina Rojas
10:28 - 10:36	8'	LOC 26
10:37 - 10:52	15'	Cuña 2 Mónica Maureira
10:53 - 11:26	73'	LOC 27
11:27 - 11:53	26'	Cuña 3 Mónica Maureira
11:54 - 11:56	2'	LOC 28
11:57 - 12:04	7'	Cambio de musica
12:05 - 12:20	15'	LOC 29

12:21 - 12:31	10'	LOC 30
12:32 - 13:07	84'	Cuña 4 Mónica Maureira
13:08 - 13:56	48'	LOC 31
13:57 - 14:00	3'	LOC 32
14:01 - 15:29	128'	Cuña 1 Lorena Antezana
15:30 - 15:42	12'	LOC 33
15:44 - 16:10	67'	Cortina cierre

Capítulo 3: MUJER DE CONSUMO

TIEMPO	DURACIÓN EN SEGUNDOS	CONTENIDO
00:00 - 00:31	31'	Cortina de inicio del podcast
00:32 - 00:47	15'	Sonido de televisión
00:48 - 01:28	80'	Comerciales que estereotipan a la mujer
01:24 - 01:26	2'	Cortina voz de periodista 5 cuestionando los comerciales
01:26 - 01:41	15'	Cambio de música
01:42 - 02:00 / 02:01 -02:21	58 - 20'	LOC 34 y LOC 35
02:22- 02:32	10'	LOC 36
02:33 - 03:35	102'	Cuña 1 Cristian Leporati
03:36 - 03:58	22'	LOC 37
03:59 - 04:26	67'	Cuña 2 Cristian Leporati
04:27 - 05:00	73'	LOC 38
05:01 - 05:30	29'	Comerciales machistas
05:31 - 05:42	11'	LOC 39

05:43 - 05:47	4'	LOC 40
05:48 - 06:00	12'	Cuña 3 Cristian Leporati
06:01 - 06:13	12'	Cambio de música
06:14 - 06:39	25'	LOC 41
06:40 - 06:49	9'	LOC 42
06:50 - 08:15	165'	Cuña 2 Lorena Antezana
08:16 - 09:36	120'	LOC 43
09:37 - 10:00	63'	LOC 44
10:01 - 10:17	16'	LOC 45
10:18 - 10:46	28'	Música
10:47 - 11:23	76'	LOC 46
11:24 - 12:02	78'	LOC 47
12:03 - 12:25	22'	Música
12:25 - 12:48	23'	LOC 48
12:49 - 13:56	107'	Cortina de cierre

Capítulo 4: ¿EL FIN?

TIEMPO	DURACIÓN EN SEGUNDOS	CONTENIDO
00:00 - 00:31	31'	Cortina de inicio del podcast
00:32 - 01:13	81'	Teaser del capítulo
01:14 - 01:20	6'	LOC 49
01:21 - 02:10	89'	Cuña 1 Rocío Alorda
02:11 - 02:19	8'	Música
02:20 - 02:52	32'	Cortina conversación sobre preferencias en los medios

02:53 - 03:05	12'	LOC 50
03:06 - 03:11	5'	LOC 51
03:12 - 03:51	39'	Cuña 2 Amanda Aravena
03:52 - 03:58	6'	LOC 52
03:59 - 04:20	21'	Cuña 1 Cristian Cabalin
04:21 - 04:41	20'	LOC 53
04:42 - 04:50 / 04:51 - 04:58	8' - 7'	LOC 54 y LOC 55
04:59 - 05:45	86'	Cuña 2 Carolina Rojas
5:46 - 06:05	59'	LOC 56
06:06 - 07:10	104'	Cuña 3 Carolina Rojas
07:11 - 08:12	101'	LOC 57
08:13 - 08:18	5'	LOC 58
08:19 - 08:57	44'	Cuña 2 Rocío Alorda
08:58 - 09:32	35'	LOC 59
09:33 - 10:07	74'	Cuña 2 Cristian Cabalin
10:08 - 10:27	19'	LOC 60
10:28 - 10:37	9'	Sonido de teclado
10:38 - 10:47	9'	Cortina periodista 6 leyendo un correo
10:48 - 11:04	16'	Sonido de teléfono en espera
11:05 - 11:13	8'	Cortina periodista hablando por teléfono
11:14 - 11:32	18'	LOC 61
11:33 - 12:00	27'	LOC 62
12:01 - 12:54	53'	LOC 63
12:55 - 13: 01	6'	Música rebobinando
13:02 - 13: 15	13'	Cortina periodista 7 final

13:16 - 13:56	40'	Cortina de cierre
---------------	-----	-------------------

GUIONES RADIALES

Episodio 1: ¿Te has preguntado quiénes hacen las noticias hoy?

Duración	Descripción	LOC	Cuña	Tiempo total
31s	OPENING	“Un podcast incómodo, que visibiliza y cuestiona. Porque en las salas de redacción, la violencia de género también aplica. Las mujeres no solo son dejadas de lado, sino que también dejadas en pauta”.		
8s		Antes de empezar les queremos aclarar que este es un reportaje en formato podcast que cuenta con cuatro capítulos.		
105s	Testimonios de familiares de víctimas cada vez más rápidos (empezar con audio inicial y terminar con el “Fernanda Maciel audio final”)			
5s	Sonido de choque o de quiebre de vidrio			
3s		LOC 1: ¿Te has preguntado quiénes hacen las noticias hoy?		
12s		LOC 2: Es sabido que los medios de comunicación tienen una importancia protagónica en construir y reproducir representaciones e imaginarios colectivos en torno a la figura femenina.		
16s		LOC 3: Los recurrentes casos de		

		violencia en contra de las mujeres y las diversas expresiones de desigualdad de género en Chile, tanto en la publicidad como en la producción de informaciones, perpetúan estereotipos que limitan a mujeres y hombres a la expresión de su ser y, en el caso de las mujeres, las relegan a una posición de inferioridad.		
6s 20s	Música	LOC 4: Desde representaciones sesgadas, basadas en estereotipos sexistas y roles secundarios, hasta relatos que normalizan, invisibilizan y justifican la violencia extrema, los medios de comunicación y la prensa son agentes de reproducir la violencia de género, puesto que replican informaciones y contenidos sin mayores análisis.		
5s	Apagar la tele y meter voz de periodista desesperada	Ya, pero no entiendo...¿qué es la violencia de género?		
21s		LOC 5: La Declaración sobre la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer de las Naciones Unidas, en su artículo 1°, LA DEFINE COMO “todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada”. ¹⁴		

¹⁴ La Declaración sobre la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer, insta a que se hagan todos los esfuerzos posibles para que sea universalmente conocida y respetada. Puesto que, la violencia contra la mujer constituye una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales.

22s	Comienza la música	LOC 6: Este tipo de violencia se produce en un esquema de poderes desiguales, que busca someter y controlar a las mujeres, bajo la estructura social patriarcal.		
34s	Cuñía Yoselin	<p>Ejemplo de ello es el tratamiento de los femicidios. Qué año a año son utilizados por noticieros y matinales como historias dramáticas que se prestan para su organización narrativa.</p> <p>Así lo cree Yoselin Fernández, miembro de la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres.</p>	<p>“En particular, la prensa informa sobre casos de violencia de género. Hay una tendencia muy grande a la espectacularización de estos, son temas de matinales, son temas de crónica roja y hay una gran cantidad de temas señeros al respecto. Un ejemplo es el de Fernanda Maciel sobre cómo se trató el femicidio contra Fernanda, coberturas tremendas que se hicieron contra el femicidio frustrado de Nabila Riffo. Esos casos trajeron hartas consecuencias; hay denuncias al Consejo Nacional de</p>	

			Televisión, hubo sanciones e incluso multas. ”	
11’	Familia Fernanda Maciel (material de archivo) Caso Fernanda Maciel: Los nuevos antecedentes de la joven de Conchalí - Contigo En La Mañana			
		LOC 7: La espectacularización se construye a través de la apropiación de escenas que encuentran su sentido en el morbo y dolor de las víctimas y sus familias.		
107s	“Ella se lo buscó” cobertura de matinal a caso de violencia contra Nabila Riffo Rosita Alvarado "ELLA SE LO BUSCO" en caso de Nabila Riffo			
3s	Cortina voz de periodista 2			
12 s	Cambio de música			
6s		LOC 8: Discursos de esta índole tienen cabida en televisión abierta y en otros medios de difusión masiva.		
19s		LOC 9: Según la Red Chilena contra la violencia a las mujeres: “el acto de comunicar supone siempre una elección: visibilizar o excluir,		

		legitimar o invalidar, cuestionar o normalizar; y ninguna decisión es arbitraria, se cruzan allí intereses políticos, económicos e ideológicos”.		
85s	“¿Si tú quedaras en libertad podrías volver a cometer este delito?” - Mea Culpa, Hugo Bustamante Perfil del sospechoso de matar a Ámbar: La entrevista que concedió a TVN en 2005 24 Horas TVN			
3s	Cortina voz de periodista 3			
7s 14s	Cambio de música	LOC 10: Hoy los medios de comunicación juegan un papel protagónico en la normalización de discursos y prácticas que constituyen una sociedad estructuralmente violenta, a partir de donde establece los límites en que convivimos		
7s		LOC 11: Así lo reafirma Mónica Maureira, periodista de la Dirección de Género, Diversidad y Equidad de la Universidad de Santiago de Chile.		
153s	Cuña Mónica		“Uno no puede evitar situar a los medios de comunicación dentro de sociedades que aún, con independencia de los avances, no erradican las distintas dimensiones o manifestaciones	

			<p>que tiene la violencia de género hacia las mujeres”</p> <p>“Me da la impresión que todavía está muy naturalizada y normalizada la violencia hacia la mujer, es como “bueno, que querí”, osea esta cosa de que le pegan por ser mujer, y luego desiste. Osea “que algo hizo para que le pegaran o la mataran”. Eso que suena muy burdo aún lo tenemos muy interiorizado como sociedad a la hora de producir contenido, informaciones.</p> <p>Entonces claro, uno pensaría que debiese haber apoyo a estas voces críticas, cierto, o a estos medios más críticos al respecto, pero claro, eso requiere, como en otros países, por ejemplo, una decisión de políticas públicas”.</p>	
3s	Cortina de voz periodista 4	LOC 12: Cifras de ONU Mujeres		

27s		revelaron que cerca del 46% de las historias contadas en los medios de comunicación refuerzan distintos estereotipos de género, indicando además que del total de las historias analizadas, solo el 6% destaca temas sobre la igualdad de género.		
7s 108s	Cuña Fabiola	<p>LOC 13: ¿Cómo podemos hacer frente a este tema?</p> <p>Fabiola Gutiérrez, miembro de Mujeres en el Medio, nos proyectó un claro panorama.</p>	<p>“Tenemos que avanzar hacia una igualdad real en las representaciones, y efectivamente esa ha sido una de las grandes preocupaciones de las periodistas que trabajamos con enfoque de género y derechos humanos. Es la política de la representación en los medios de comunicación. Insisto, ha habido avances importantes, pero a ratos ves retrocesos y dices pucha, cómo. Nos sacaron de la crónica roja o vemos más mujeres comentando en deporte, pero pareciera que siempre hay una barrera invisible que te dice hasta acá no más llegas. Entonces apostaría que en un tiempo corto otros</p>	

			temas estén en voces de mujeres y también en pautas informativas y que sean ellas las representantes. Ahí hay un gran trabajo de la sociedad civil y de las organizaciones feministas”.	
16s		LOC 14: Y una manera de ir eliminando de raíz esta forma de representar a la mujer, debe ser partiendo de una autocrítica de los medios de comunicación. Desligarse de la forma de mostrar al género, abogar por la igualdad y encontrar un equilibrio.		
15s		Y esto debe ser abordado de un real interés, que nutra y que sea de fondo. LOC 15: En el próximo capítulo, ahondaremos en el papel de las mujeres en las salas de redacción y en la pauta del día a día.		
67'	Cortina de cierre	Puedes encontrarnos en Spotify, Soundcloud y Youtube como Dejadas en Pauta Podcast.		12:00

EPISODIO 2 : Habitar el cargo

Duración	Descripción	LOC	Cuña	Tiempo total
31s	Cortina de inicio	“Un podcast incómodo, que visibiliza y cuestiona. Porque en las salas de redacción, la violencia de género también aplica. Las mujeres no solo son dejadas de lado, sino que también dejadas en pauta”.		
78s	Sonidos de oficina, recreación, reunión de pauta	“Ya huevón llama a una de esas organizaciones para que te den datos de femicidios, tenemos que lanzar la nota el martes. Y si tienen de femicidios frustrados, mejor, ahí les pides los datos de las niñas”		
14s	Teaser del capítulo	En este episodio instauraremos diálogos que nos visualicen el panorama de las mujeres en las comunicaciones; tanto de la vereda de las periodistas, como de figuras de los paneles informativos.		
20s		<p>LOC 16: Investigamos y dialogamos con diversas fuentes, mujeres que hoy están desarrollando contenido para las futuras generaciones de comunicadores.</p> <p>Una de ellas es Emilia Aguilar, periodista y productora de radio Bío Bío, quien conversó con “Dejadas en Pauta” sobre la importancia de sumar voces femeninas en los medios.</p>		
153s	Cuña Emilia		“Yo creo que lo principal es que hace falta enfoque de género y entender que no es sumar	

			<p>mujeres porque hacen faltan voces o figuras femeninas, sino porque hay un discurso ahí que se está omitiendo. Hay una opinión que se está omitiendo. En mi experiencia en radio Biobío, quiero situarlo ahí porque es lo que yo viví. Cuando hubo grandes coberturas de desastres naturales, llámese terremotos, aluviones, erupción de volcanes, etc, siempre a esas coberturas periodísticas enviaban hombres. Ahí había evidentemente un sesgo de género en el sentido de que se privilegiaba enviar a hombres por sobre la capacidad que pudiesen tener otras colegas, si no que por su perspectiva quizás podían tolerar mejor las condiciones de trabajo que implicaba una cobertura así”</p>	
8’	Cambio de música	LOC 17: Concuerda también con este punto de vista, Daniela Cartagena, Editora General de Estrategias Digitales en Mega.		

41s			<p>“También pasa en el caso de los medios algo que también yo he visto, que tiene que ver en los medios de noticias, es que los horarios son muy poco compatibles para las mujeres, sobre todo si tienen hijos o familia. Porque está también esta idea de que la mujer es la que cuida. Entonces finalmente los departamentos de prensa tienen horarios muy largos, o extremos. Creo que los medios de comunicación tienen que ser lo más parecido al Chile que uno vive, y la paridad de género es clave en los equilibrios. Yo trabajé una vez en un equipo que eran puras mujeres y tampoco lo encontré sano. Creo que el mundo de los equilibrios es superimportante.”</p>	
18s		<p>LOC 18: ¿Se le permite a una mujer estar completamente a cargo?</p> <p>Las mujeres en posiciones de poder no son la norma. Pero en los lugares donde lo son, el trabajo periodístico cambia considerablemente.</p> <p>Al menos, eso piensa Emilia.</p>		
96s			<p>“Hay muy pocas mujeres que son</p>	

			<p>jefas. Yo tuve la suerte de tener una jefa y efectivamente eso genera una diferencia tanto en los contenidos como en la forma de llevar equipos de trabajo. Pero también diría que son características de las jefaturas mujeres, las mujeres tienen una mirada mucho más amplia de lo que es ser jefe o jefa. Que la preocupación no es solamente por el contenido o por el producto periodístico que vas a sacar al aire, sino que también tiene que ver con las condiciones de trabajo, por ejemplo si alguien está enfermo se puede ir a la casa. Son pequeñas cosas, pero son cosas que contribuyen mucho en un equipo y que te entregan mucha seguridad a la hora de trabajar y eso genera mejores equipos de trabajos sin duda alguna”</p>	
--	--	--	---	--

104s

“He tenido la suerte de tener hartas jefas mujeres. Mi primera jefa fue mujer, mi segunda jefa también fue mujer, e influye porque más allá de todo las mujeres y los hombres tenemos miradas distintas de la vida. Cuando una mujer es jefa, desarrolla unas habilidades blandas que finalmente puede que el hombre no las tenga, pero al mismo tiempo también es muy interesante la mirada de ambos, ahí está la gracia. Vi también en las mujeres más grandes, las que finalmente les tocó la tarea más difícil, a esas editoras que les tocó serlo cuando era todo más masculinizado el mundo periodístico y los medios de comunicación. Esas mujeres tenían un liderazgo más masculino; hablaban con mucho garabato, eran mucho más violentas porque finalmente era la forma en que les

			<p>tocaba trabajar, siempre lo entendí de esa manera. Estás rodeado de un mundo de hombres, que para ganarte el respeto tienes que tratarlos como más o menos igual”.</p>	
18s	<p>Compilado de audios machistas</p>	<p>LOC 19: A diferencia de lo que se asume, tener mujeres en altos mandos no es sinónimo de eliminar la violencia patriarcal de las pautas. Sin embargo, es poco común que en planteles altamente masculinizados existan iniciativas para erradicar el sexismo imperante en los medios.</p>		
16s				
3s		<p>LOC 20: Esta es la visión de Daniela Cartagena</p>		
158s	<p>Cuñía Daniela</p>		<p>“Uno trata cuando tiene salas o grupos de redacción o editoriales diversos, es que finalmente cualquiera puede tener una mirada machista. O sea yo he corregido notas que han tenido errores machistas y la ha escrito una mujer, porque todos estamos educados desde el machismo. Entonces finalmente yo puedo tomar decisiones</p>	

			<p>machistas o un hombre puede tomar decisiones machistas. Entonces también está esta cosa que finalmente tener más mujeres incorporadas, no te asegura tener una pauta menos machista.</p> <p>El periodismo trabaja mucho con las deformaciones, determinados como lenguajes adquiridos que los vas perpetuando sin una explicación, porque hay lugares comunes, y dentro de esos hay lugares comunes que pueden ser machistas en los casos policiales, por ejemplo. Por ejemplo, hablamos de un caso de policial y el caso siempre tiene un nombre femenino, cuando finalmente el caso no es la víctima, es el victimario”.</p>	
4s		LOC 21: Conversando con Amanda Aravena de la Red de Periodistas Feministas nos comentó que		

24s	Cuñia Amanda		”Habiendo más mujeres en espacios de redacción, de edición y también en las jerarquías de los medios, también van cambiando... bueno, no cualquier mujer, o sea, tampoco nos vamos a idealizar que solo por ser mujer tenemos alguna conciencia del feminismo, sino que hay mujeres que pueden ser más críticas también a este sistema patriarcal”	
5s		LOC 22: Entonces... ¿Cuál es una de las soluciones?		
6s		LOC 23: Según Daniela Cartagena, Editora General de Estrategias Digitales de Mega, hay una solución tangible a este problema.		
23s	Cuñia Daniela		“Yo creo que lo que pasa ahora, actualmente en los medios, en Chile, no está todavía, pero me parece que va a llegar el momento que lo terminemos haciendo, es tener un editor de género, que me	

			parece superinteresante eso, porque eso te evita esto, que haya una mirada siempre de género independiente de quien sea el editor, creo que eso lo podría solucionar”	
14s		LOC 24: Según consigna la Corporación Humanas, en Chile las mujeres somos un 52,4% de la población y estamos subrepresentadas. ¹⁵ ¿Por qué ocurre esto? Los factores son múltiples.		
8s		LOC 25: Conversamos con Carolina Rojas, editora del medio feminista La Otra Diaria, como un ejemplo de mujeres en cargos de poder.		
81s	Cuñía Carolina		“Yo veía a las mujeres representadas de dos formas. Uno: subrepresentadas, evidentemente, en el caso de las columnas, en el caso de la opinión, que es algo que también me interesaba mucho ver como problemática. Y como fuentes, también, de consultas. Las menos consultadas son científicas, son mujeres expertas,	

¹⁵ A través de sus redes sociales, la Corporación Humana inició una campaña llamada #ParidadEsUnTema, donde visualizan las problemáticas que hoy afectan a las mujeres; esto en colaboración con el Centro de Estudios de la Mujer y el Observatorio Género y Equidad. <https://www.instagram.com/p/Ckt2bnLOITG/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

			digamos... Y lo otro es la representación de la mujer como víctima o llena de estigmatizaciones”	
8s		LOC 26: Con respecto a dichas estigmatizaciones, Monica Maureira, Periodista y egresada del Magíster en Comunicación Política de la Universidad de Chile, agregó:		
15s	Cuñía Mónica		“Todo lo que tiene que ver respecto a los temas de violencias hacia las mujeres, tiene una cobertura desde la crónica amarilla, roja, las secciones criminales”	
73s		LOC 27: Según la mayoría de los expertos que conversaron con Dejadás en Pauta, el punto de partida es en la profesionalización de los periodistas que salen de las Escuelas y Universidades. Hay una falta de profesionalización de los equipos periodísticos y de las salas de redacción respecto de cuáles son los estándares que se tienen que tener a la hora de dar cobertura, tratamiento, informar y generar contenido en torno a los DDHH de las mujeres.		
26s	Cuñía Mónica		“Las escuelas de periodismo en general, y hay	

			evidencia de eso, son sumamente refractarias, resistentes a generar un enfoque pedagógico con perspectiva de género, un proceso de formación académica y universitaria con perspectiva de género, un proceso de formación académica y universitaria con perspectiva de género, y de derechos humanos, por ejemplo.”	
2s	Cambio de música	LOC 28: Así comentó Maureira		
7s				
15s		LOC 29: Además de sumar una profesionalización en las escuelas, el rol desde el Estado para potenciar comunicaciones no sexistas es vital a la hora de dejar de producir ciertos patrones que terminan por perpetuar la violencia simbólica hacia las mujeres.		
10s		LOC 30: ¿Pero, cómo se logra esto? Según Maureira, desde los Organismos Públicos se debe comenzar una estrategia que potencie esta temática.		
84s	Cuñá Mónica		“Hacer una estrategia con el Estado, con Organismos Públicos,	

			<p>respecto de cómo potenciar las voces de las mujeres en los medios de comunicación o medios de comunicación feministas, que de alguna manera vayan equilibrando un poco la cancha respecto de lo que sucede con la cobertura de violaciones a los derechos humanos de las mujeres y disidencias”.</p>	
48s		<p>LOC 31: La cobertura es el gran problema detectado. De acuerdo al estudio sobre “Percepción de la Presencia de Mujeres en los Medios de Comunicación”¹⁶ (2022), realizado por la cátedra de Mujeres y Medios de la UDP las mujeres suelen ser ligadas a sus experiencias personales o denuncias sobre diversas problemáticas. Pero cuando se busca entregar una opinión en calidad de experto, los hombres son quienes dominan tal espacio.</p> <p>Algunos de los datos entregados por el informe, en los noticieros un 57%</p>		

¹⁶ El estudio se realizó mediante encuestas autoadministradas a una muestra seleccionada desde un panel online entre el 18 y el 23 de mayo de 2022. Se preguntó por la representación de la mujer en los programas de televisión abierta, los noticieros, los matinales, las teleseries, los diarios y las radios informativas.

		evidencia una mayor presencia de hombres en temas policiales y un 74% de presencia de hombres en secciones de economía.		
3s	Cambio de música	LOC 32: De esto también conversa Lorena Antezana, periodista de la Universidad de Chile.		
128s	Cuñía Lorena		<p>“Existe presencia de mujeres en medios, pero son muy pocas las que quieren hacer otros temas o tomar decisiones. Las mujeres suelen más bien cubrir las noticias de las áreas blandas: espectáculos, cultura, educación, sociedad, y son menos las que se encargan de aquellas pautas noticiosas más serias, como economía, política, tenemos muy pocas mujeres que se dediquen a estos ámbitos. En algunos medios, las mujeres aún aparecen como compañía de un conductor principal o como las que presentan este otro tipo de noticias que de</p>	

			<p>alguna manera cumplen con la cuota de género.</p> <p>En algunas mediciones, se ha visto que, a nivel cuantitativo, la participación de mujeres y hombres es más o menos paritaria. Sin embargo, cuando se hace a nivel cualitativo, se puede ver que las mujeres suelen cumplir papeles bastantes más secundarios, de acompañamiento, tienen menos tiempo de voz o de referencia y son menos las que participan en esos roles más importantes”</p>	
12s	Cambio de música	LOC 33: Cada experiencia cuenta para ejemplificar cómo se va desarrollando la pauta desde adentro.		
67s	Cortina de cierre	Puedes encontrarnos en Spotify, Soundcloud y Youtube como Dejadas en Pauta Podcast.		16.10

EPISODIO 3: Mujer de consumo

Duración	Descripción	LOC	Cuña	Tiempo total
31s	Cortina inicio	“Un podcast incómodo, que visibiliza y cuestiona. Porque en las salas de redacción, la violencia de género también aplica. Las mujeres no solo son dejadas de lado, sino que también dejadas en pauta”.		
15s	Sonido de televisión			
80s	Comerciales que estereotipan a la mujer			
2s	Cortina voz de periodista 5 cuestionando los comerciales	¿Qué onda estos comerciales...?		
15s	Cambio de Música			
58s		<p>LOC 34: Nacemos rodeados de violencia y muchas veces no nos damos cuenta, tomemos los comerciales como ejemplo. Nos reímos con ellos, los ignoramos o los aborrecemos, pero no evita que los discursos violentos se apoderen de los espacios mediáticos.</p> <p>LOC 35: ¿Por qué las mujeres aparecen en</p>		

20s		<p>comerciales de productos de limpieza y maternidad? V/s figuras masculinas en venta de alcohol y autos, son cuestionamientos ya frecuentes en las nuevas generaciones y deberían seguir así.</p> <p>LOC 36: Conversamos sobre este tema con Cristián Leporati, Publicista de la Universidad Diego Portales, quien reflexionó sobre el rol de la mujer en la publicidad.</p>		
102'	Cuña Cristian L.		<p>“La construcción del imaginario femenino sigue siendo básicamente a partir del hombre. Es bastante curioso porque las agencias de publicidad, le prestan un servicio a las marcas y las marcas son de empresas, y curiosamente las empresas nuevamente contratan más a mujeres en las áreas de marketing y a pesar de eso, las ediciones creativas son masculinas. Falta tiempo para que haya un recambio generacional</p>	

			en las agencias de publicidad, en términos de género, y pasa en todos lados, en empresas, en directorios, en la política, en general, es un tema de tiempo”.	
--	--	--	--	--

22s		LOC 37: Y esta construcción del imaginario femenino que señala Cristian, se logra también a partir de la narrativa que se le da al discurso de estos espacios mediáticos. Forma de presentar, a quién dejamos presentando y cómo exponemos la nota o comercial. Pero también va muy de la mano en la visión a nivel de sociedad respecto a la violencia de género.		
67s	Cuña Cristian L.		“La publicidad en Chile sigue mostrando lo que es Chile. Un país bastante machista, con mujeres muy machistas también, poco independientes del hombre, por razones laborales, no es fácil tener familia. Porque somos un país profundamente en las lógicas laborales y en las	
73s				

		<p>LOC 38: Según un estudio de las periodistas Lorena Antezana y Claudia Lagos, nombrado como “El Noticiero Televisivo como Dispositivo de Disciplinamiento Social”, ciertos fenómenos de la comunicación están predeterminados ya por el contexto en que se producen. Y aquí el punto clave son las prácticas sociales que perpetúan esta violencia: la búsqueda de culpar a la víctima, profundizar en sus errores, en sus decisiones e incluso en justificar el móvil de la violencia o femicidio.</p>	<p>de relación de poder, muy masculinas”</p>	
29s	Comerciales machistas			
11s		<p>LOC 39: Lo mismo ocurre en publicidad, se perpetúa el ideal de mujer perfecta, de maternidad, de responsabilidad doméstica. Y todo lo que se rompe de ese esquema termina catalogado como una producción vanguardista.</p>		

4s		LOC 40: En este punto, Leporatti nos señaló lo siguiente:		
12s	Cuña Cristian L.		“El hombre real apareció mucho antes que la mujer. Porque el hombre no importa que tenga guata, pero si importa que tenga guata la mujer. En los hombres es de macho tener guata, ser hediondo y feo, en el caso de la mujer no es aceptable”.	

25s	Cambio de música	LOC 41: Y la violencia simbólica no solo se manifiesta de esta forma en la publicidad, sino que también traspasa la esfera de la televisión: Llegó a plataformas de streamings, a series de televisión, a la música y ciertas expresiones artísticas. Pero finalmente no llegó como una representación del contexto sociocultural, sino que como un elemento para vender y ganar audiencia, donde se muestran desde la crónica roja o un suceso policial.		
-----	------------------	---	--	--

--	--	--	--	--

9s		LOC 42: Conversamos con Lorena Antezana, periodista y doctora en información y comunicación, quien profundizó en el tratamiento de los femicidios desde la vereda judicial.		
165s	Cuña Lorena		<p>“Son estructuras que están funcionando de una forma violenta, donde se resuelven así los conflictos y donde hay que cambiar muchas cosas desde la base. Ha habido algunos avances de las coberturas, pero una cosa que no se ha logrado cambiar, es sacar a los femicidios del espacio policial. Hay que sacarlo de ese espacio y ponerlo en el espacio político o social, pero tiene que salir del policial para que no se trate como una ruptura de una norma que se individualiza. Yo ya sé cuál es el culpable, número a la víctima, y se despersonaliza, número al culpable, lo llevo al tribunal y ahí se pierde porque volvemos a la normalidad y no lo vemos como un problema estructural. Mientras los</p>	

			femicidios siguen siendo abordados como un crimen policial, no van a salir de esa esfera, por lo tanto, no se va a ver que detrás hay una estructura que hay que ir cambiando y en esto, una cosa que sigue latente es el uso de estereotipos”.	
--	--	--	---	--

120s		<p>LOC 43: La crónica roja, hablemos de la crónica roja. Son noticias que están vinculadas a la sangre, por eso su nombre. Con respecto a este tema, podemos recordar todas las horas dedicadas a los femicidios, que básicamente son pan y circo para los matinales, asesinatos como el de Fernanda Maciel, el ataque a Nabila Rifo, o el de Gabriela Alcaíno y su madre o hasta el que llegó a Netflix, el femicidio de Viviana Hegger, como la serie 42 días en la oscuridad.</p> <p>Y este último caso es uno de los que más ejemplifica el nexo entre publicidad, periodismo y violencia de género; a partir de un femicidio, una plataforma como Netflix gana millones, donde no se tuvo ningún resguardo sobre cómo</p>		
------	--	--	--	--

63s		<p>llevarlo a cabo: no se les preguntó a las hijas de Viviana, ni cambiaron de locación, ni ambientaron de otra forma la serie.</p> <p>Incluso el nombre debería provocarnos ruido. “42 días en la oscuridad”</p> <p>LOC 44: En una entrevista a El Llanquihue, Vivian y Susan, hijas de Viviana Haeger recalcaron que: “Quisiéramos visibilizar que con esto reviven momentos difíciles y procesos dolorosos que por fin comenzábamos a sanar. Recuerden que detrás de la historia que ustedes producen, para una plataforma de entretenimiento internacional, hay vidas”¹⁷</p>		
16s		<p>LOC 45: Recalca el hecho que todo el martirio, la situación indigna en que se tuvo el cuerpo de Viviana, todo eso para revivir el dolor que vivió esa familia.</p>		
28s	Solo música para hacer una			

¹⁷ Susan y Vivian dieron declaraciones al medio El Llanquihue de Puerto Montt para referirse a la serie “42 días en la Oscuridad”. La cuña fue rescatada de una nota del portal Meganoticias <https://www.meganoticias.cl/nacional/377035-hijas-viviana-haeger-crimen-serie-netflix-42-dias-en-la-oscuridad-13-05-2022.html>

76s	pausa	<p>LOC 46: Generalmente, la forma de cubrir por el lado del periodismo, y la forma de presentar a la sociedad y llamar al televidente por parte de la publicidad, han tendido a naturalizar o minimizar la violencia de género.</p> <p>No es un tema que esté en las salas de redacción, en los espacios publicitarios, sino que es más cómodo ir adaptándose a las visiones de la sociedad, que pueden estar lejos de ser lo correcto. Seguir el status quo</p>		
78s		<p>LOC 47: Y ahí es donde debemos poner el foco sobre cuánto tiempo falta para que esto vaya cambiando o mejorando. ¿Qué es lo esperable? Que la publicidad no siga estos patrones, por más que se mueva al mismo ritmo que la sociedad. ¡Ya basta! Y esto tendrá como consecuencia que en la televisión también se cambien ciertos patrones conductuales, porque son cada vez menos aceptados a nivel social. Se puede ver en las manifestaciones que defienden a mujeres que han sido violentadas, de alguna forma, en los</p>		

<p>22s</p> <p>23s</p>	<p>Solo música para hacer una pausa</p>	<p>paneles informativos que hoy se ponen de lado de la víctima.</p> <p>LOC 48: Ponemos sobre la mesa si debe existir un diálogo constante entre la publicidad, el periodismo, las normas, la desigualdad de género y la violencia contra las mujeres. Mientras se siga consumiendo a partir de la denostación de la mujer o mientras el morbo aún venda, el escenario social se transforma en un elemento difícil de cambiar. El cambio debe partir por uno.</p>		
<p>107'</p>		<p>Puedes encontrarnos en Spotify, Soundcloud y Youtube como Dejadas en Pauta Podcast.</p>		

89s	Cuña Rocío	sobre la responsabilidad que se debe tener en temas de género.	<p>“En general, en todo lo que tiene que ver con DDHH es un ámbito que las escuelas de periodismo están al debe y bueno, si uno después trabaja en medios de comunicación, tiene que formarse en muchos ámbitos más. Por eso digo que es una responsabilidad individual, pero también colectiva.</p> <p>Efectivamente, muchos periodistas, muchos comunicadores o trabajadores de medios de comunicación no tienen formación en temas de género y DDHH, y esto es importante, cuando hemos llegado a hablar con periodistas que han pésimas coberturas, nos dicen ‘bueno es que yo no sé hacerlo de otra forma, o a mí me dijo mi editor que esto era un tema policial y yo lo estoy cubriendo como toda la vida hemos cubierto temas policiales’”.</p>	
-----	------------	--	---	--

8s	Solo música para cambiar dar una pausa			
32s	Cortina conversación sobre preferencias en los medios			
12s 5s		LOC 50: Debido a la falencia en los medios, las que han tenido que fiscalizar las malas coberturas son distintas organizaciones feministas. LOC 51: Una de ellas es la Red de Periodistas Feministas. Hablamos con Amanda Aravena en su representación.		
39s	Cuñá Amanda		“Hay mucho desconocimiento de cómo abordar la violencia contra las mujeres, pese a que existe mucho conocimiento al respecto, como teoría, investigación, manuales, y pareciera como que los periodistas como que cualquiera puede cubrir el tema, y nosotras siempre decimos como ‘no cualquiera puede cubrir estos temas’. Es muy fácil caer, porque el sentido común es machista y es	

			patriarcal, entonces es muy fácil caer en justificar que haya ocurrido cierta situación de violencia, en caer en el morbo”.	
6s		LOC 52: Conversamos con el periodista Cristian Cabalin y Doctor en Políticas educaciones.		
21s	Cuña Cristian C.		“Los medios de comunicación dialogan con la sociedad, no necesariamente la determinan. En ese sentido, lo que perpetúa la violencia contra las mujeres no solamente son los medios de comunicación, son las prácticas machistas, misóginas, que permanentemente se cuelan en todas las prácticas sociales, todas las instituciones, y todos los ámbitos”.	
20s		LOC 53: En los últimos años, hemos visto como varios profesionales de las comunicaciones han encontrado vías para romper el molde de los medios tradicionales, una de ellas es la creación de medios independientes hechos a su medida.		

8s		LOC 54: Carolina Rojas es un ejemplo de ello, siendo la fundadora de “La otra diaria”, portal feminista de noticias e investigaciones.		
7s		LOC 55: Carolina, ¿Por qué creaste La otra diaria?		
86s	Cuña Carolina		<p>“Nuestro objetivo es llegar a otros lugares donde otros medios no han llegado, tener una cobertura respetuosa, entendiendo los tiempos también. Si bien hay periodismo feminista, a mí me parecía que en algún momento tenía... estaba muy directamente relacionado con las ONG. Si bien yo valoro todo lo que se hizo antes, yo quería tratar de meter por ejemplo investigación a un medio, porque me parecía que también había que disputar esos espacios masculinos, el periodismo de investigación generalmente está lleno de hombres o mujeres que han sido patriarcales”.</p>	

59s		LOC 56: Entonces la idea es tener tu propia libertad en cuanto a la línea editorial y el modo de investigar, que sería todo con perspectiva de género. Pero dentro de todo sigue estando al margen del oficio		
104s	Cuña Carolina		<p>“Igual hay condiciones materiales y económicas, evidentemente que permiten el patriarcado y las periodistas feministas somos siempre las más precarizadas. En ese sentido cuesta mucho poner un medio, a nosotros nos costó un montón, yo recibí mucha ayuda económica para el proyecto. En la medida la lucha que estamos dando, tiene que ser mucho más fuerte, es de lo que hablamos siempre las periodistas feministas, si campañas, hagamos esto, pero siempre terminamos siendo las más precarizadas. Hay una realidad que me preocupa más que es que ahora que estamos más visibilizadas, que es que las periodistas feministas han tenido que soportar el peso de la violencia digital a la violencia de</p>	

			todo tipo. Porque, por ejemplo, las mujeres que investigan del aborto, han recibido constantes hostigamientos por parte de grupos provida”.	
101s		<p>LOC 57: Cómo se comunica es como se moldea la sociedad.</p> <p>Según la percepción de profesionales y consumidores, los medios tradicionales han perpetuado un lenguaje que atenta contra los derechos de las minorías, de manera explícita e implícita.</p> <p>Pero ahí está el problema. Es un poco lo que pasa con los algoritmos de las redes sociales, se empieza a crear una burbuja valórica e ideológica que impide el diálogo sano y la retroalimentación.</p> <p>A pesar de hacer una tremenda labor periodística, se necesita que la forma de hacer periodismo, con una mirada de respeto hacia las mujeres, disidencias y derechos humanos, permee a las líneas editoriales de los pesos pesados y que se pueda ver traducido en la población.</p>		

		¿Cuánto sirve tener medios de nicho que van a ser vistos y consumidos por un grupo de personas con los mismos valores?		
5s		LOC 58: Rocío Alorda, opinó lo siguiente:		
44s	Cuña Rocio		<p>“Yo creo que ese trabajo de nicho de los medios independientes es superimportante, porque sin eso no podríamos tener mayor información o mayor conocimiento de muchos casos o de muchos temas periodísticos que han sido superimportantes. Yo creo que es probable, que efectivamente muchos medios de comunicación más de nicho, como dice Carolina, han abordado estas problemáticas que los grandes medios no han querido abordar por distintos motivos. Quizás a veces no les interesa a los grandes medios, no lo ven como un factor económico”.</p>	
35s		LOC 59: Tocando el punto que mencionó Carolina, los medios alternativos tienden a		

		<p>sufrir la suerte del poco financiamiento, lo cual se traduce a que muchos periodistas opten por los medios tradicionales como lugar de trabajo, lo cual es superválido, pero si quieren hacer las cosas de una manera distinta a la línea editorial que establece el medio, no les queda de otra opción. Como mencionaba Rocío, los medios están supereditados al factor económico, que es superimportante.</p> <p>Escuchemos lo que tiene que decir al respecto, Cristian Cabalin.</p>		
74s	Cuñia Cristian C.		<p>“Los medios de comunicación y la prensa en general tienden al status quo, no modifican ciertas pautas de producción noticiosa, y muchas veces más que promover la transformación social, perpetúan ciertas desigualdades y situaciones nocivas en la sociedad. Ejemplo de eso es el tratamiento de las coberturas violencia de género contra la mujer, y este ha sido un reclamo de los grupos feministas durante mucho tiempo, donde han enfatizado la necesidad de incorporar</p>	

			enfoque de género en la cobertura noticiosa”.	
19s		LOC 60: Las fuentes de Dejadas en Pauta acordaron que la violencia de género se escabulle en todos los espacios de trabajo. Sin embargo, en el ámbito de las comunicaciones, este es un ámbito que hay que prestarle mayor atención, porque estas agresiones que se representan en los medios, se transmiten en masa.		
9s	Cambio de escena			
9s	SONIDO DE TECLADOS			
9s	Cortina de periodista leyendo un correo	“Estimado editor, no me parece abordar la nota desde ese punto. Un mínimo de respeto por la víctima, saludos cordiales... ¿te tinca?” (leyendo mail)		
16s	Sonido de teléfono en espera			
8s	Cortina periodista hablando por teléfono	“Oye mejor voy a entrevistar a esta doctora que es seca, ya tenemos muchos hombres para las cuñas”		
18s		LOC 61: En líneas laborales, los trabajadores de las comunicaciones cuentan con una voz que		

27s		<p>influye e impacta a nivel social.</p> <p>LOC 62: Por ello, los periodistas somos responsables de representar los hechos sin prejuicios de por medio, y el primer paso para aquello es narrar desde el respeto cuando nos referimos a grupos históricamente marginados.</p>		
53s		<p>LOC 63: Informar con perspectiva de género es ese respeto que, según muchas profesionales, las escuelas de periodismo han dejado de lado.</p> <p>Y al final, es una vela caliente que se traspasa de mano en mano entre las escuelas de periodismo, los lugares de trabajo, los mismos periodistas, excusándose de toda culpa de titulares aberrantes como “Hizo anticucho con la polola”.</p>		
		<p>Pudimos ver cómo algunas organizaciones y medios independientes se han transformado en los vigilantes de este tipo de violencia tan sutil como dañina.</p>		
		<p>Si bien el movimiento feminista ha sido capaz de visibilizar y conseguir leyes en materia de género; los entes</p>		

		reguladores no son suficientes para la creciente ola de violencia contra las mujeres. Y aquí no solamente hablamos de los 36 femicidios consumados ¹⁸ a noviembre del 2022 y los 146 frustrados, sino que también en las otras dimensiones donde la violencia de género aún habita. Donde los medios de comunicación, la publicidad, las elecciones de pautas, las salas de redacción y la formación profesional de los periodistas, toman relevancia y un papel protagónico a la hora de seguir con estos cánones.		
6s	Música rebobinándose			
13s		Si llegaste hasta aquí es porque algo urge en ti. No podemos cambiar los titulares, las vivencias, ni las opiniones de mujeres que se dejaron de lado, pero sí podemos comenzar a ser más críticos con lo que consumimos y difundimos.		
40s		Un podcast producido y guionizado por Tamara Oviedo, Simón Vilches y Rocio Arévalo.		14:00

¹⁸ A través de sus redes sociales, la Corporación Miles, realiza un conteo de los femicidios consumados durante el año 2022.

		<p>Con la guía editorial de Juan Enrique Ortega, y la edición musical y sonora de Andrés Medina.</p> <p>Puedes encontrarnos en Spotify, Soundcloud y Youtube como Dejadas en Pauta Podcast.</p>		
--	--	---	--	--

Diseño de difusión



Link al podcast

<https://open.spotify.com/show/718W3sDxlof4x2HNb4z6qE?si=4e0c569f492549aa>

<https://soundcloud.com/dejadas-en-pauta-podcast>