



Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

DESARROLLO SITIO WEB DE ENTREVISTAS A MUJERES

<http://atrevidas.cl>

NICOLÁS ANDRÉS CABARGAS MADRID

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Categoría: Informe Multimedia

Profesora guía: Patricia Peña Miranda

SANTIAGO DE CHILE

Noviembre, 2018

Dedicatoria

Para mi hermano, mi primer amor.

Para mi papá, no hay día en que no lo admire.

Para mi mamá, única dueña de todos mis logros.

Agradecimientos

Gratitud eterna con cada una de las personas que me brindaron su apoyo durante mi paso por el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Especiales gracias para la profesora guía de esta memoria, Patricia Peña. Sin su infinita generosidad, este proyecto no sería posible.

A Felipe , mi hermano, por su gigantesco apoyo a este y a cada uno de mis proyectos.

A mi viejos, por todos sus sacrificios.

A Sofía, mi compañera, por aparecer en mi vida.

Finalmente, al Club Universidad de Chile, por regalarme el oficio del periodismo.

ÍNDICE

Presentación	6
1. Introducción	7
2. Justificación	9
3. Objetivos	12
4.- Desarrollo del Proyecto	13
Público objetivo	13
Benchmarking	14
Identidad visual	16
Creando el logo	17
Diseño web y Arquitectura de información	19
Usabilidad y Experiencia de usuario	22
5.- Estrategia de Contenidos	26
Definiciones editoriales	26
Formato de las entrevistas	27
Sobre las entrevistadas	28
Realización – Metodología	34
Realización en relación al sitio web	34
Estrategias de difusión y redes sociales	35
6.- Viabilidad y Futuro del Proyecto	38
Costos	38
Plazos	40
Posibilidades de financiamiento	41
Proyecciones	42
7.- Conclusiones	44

8. Bibliografía	46
9. Anexos	47

Presentación

El sitio web “atrevidas.cl” es una página web donde se difunden entrevistas en formato audiovisual a mujeres jóvenes y destacadas en sus campos de trabajo. En conversaciones de no más allá de 30 minutos, la idea es relatar las experiencias, dificultades y distintos caminos que marcaron a estas personas de interés debido a su trayectoria. De esta manera, mediante una entrevista con lenguaje cotidiano y cercano, se busca entregar guías y relatos para personas que puedan ver en las entrevistadas un modelo a seguir.

Con una presentación de las entrevistas principalmente en formato audiovisual, el contenido del sitio será enriquecido gracias al trabajo con herramientas multimedias. De esta forma, el proyecto busca innovar en la manera tradicional en la que usualmente se presentan las entrevistas en los medios periodísticos chilenos.

1. INTRODUCCIÓN

Los primeros antecedentes de este proyecto datan de una propuesta nacida durante la realización del curso “Periodismo Televisivo” con la profesora Pamela Pequeño en el Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Pensado originalmente como un programa de televisión la idea central del piloto, por entonces llamado “Charla Magistral”, era realizar conversaciones con personas destacadas en el ámbito del periodismo y el cine, las dos carreras que se dictan en el ICEI. Las entrevistas serían grabadas en los auditorios del Instituto, en presencia de un público compuesto por alumnos y alumnas de la universidad.

Durante el desarrollo de este curso, el boceto del programa quedó olvidado. Hasta que decidí realizar el proyecto de memoria con la profesora Patricia Peña. Gracias a su definición editorial, logramos perfilarlo buscando mayor interés en una posible audiencia e innovación en la manera de entregar las entrevistas. Así se determinó el trabajo hacia el área multimedia, se decidió delimitar más el tipo de entrevistados y enriquecer el contenido mediante un sitio web. De esta manera, se optó por realizar entrevistas a mujeres reconocidas, nombrando el trabajo como “atrevidas.cl”.

Hace años, cuando la imaginación de un niño me permitía soñar con lograr cualquier meta que yo me impusiera, siempre tuve referentes en los cuales podía reflejarme. Eran los últimos años de la década de los noventa y en todos los aspectos de la vida pública las figuras más llamativas eran hombres. Ya fuera el presidente de turno, algún personaje de la televisión, el delantero de la selección chilena o cualquier profesional destacado, siempre había una estrella masculina que me permitía soñar con un futuro brillante.

Así crecí, sin tener que batallar con límites imaginarios contruidos por mi género. Caso contrario al de las mujeres que lo hicieron a mi lado. A ellas se les hablaba de princesas y de matrimonios de ensueño, mientras nuestra sociedad les mostraba que las mujeres no destacaban. Los años pasaron y hoy la desigualdad y la discriminación por género siguen siendo tema, sobre todo en cuanto a la participación laboral o en la vida pública. Pese a lo anterior, en este ambiente hostil que como sociedad se le plantea a las mujeres, son muchas las que pese a las diversas vallas

que tienen por delante saben sobresalir en diversos campos. No se conforman con lo que les dice Chile. Ellas se atreven.

Una búsqueda rápida de la palabra “atrevidas” en internet, da como resultado diversos enlaces relacionados con lencería femenina, prostitución o noticias de farándula. El mismo ejercicio, pero esta vez realizado con el adjetivo en masculino cuenta una historia completamente distinta. Al ingresar “atrevidos” en el buscador de Google, el sitio arroja como resultados vínculos sobre turismo aventura, un antiguo grupo de música o un libro infantil. Parece que solo en el ámbito de la belleza o el comercio sexual las mujeres tienen el espacio para atreverse.

La Real Academia Española define esta acción como “Determinarse a algún hecho o dicho arriesgado” o bien como “insolentarse, faltar el respeto a lo debido”. Dos definiciones que sirven para acercar la palabra al significado que se le busca entregar en este proyecto. Atrevidas.cl es un sitio web que busca contar historias de mujeres que han logrado superar las trabas que una sociedad como la chilena les impone.

Mediante conversaciones directas con entrevistadas, en este proyecto se busca retratar las dificultades y caminos que atraviesan las mujeres hacia el éxito, el destacar en algún campo o simplemente la realización personal. Todo esto pensando en entregarlo a un público femenino y joven, quienes podrán ver en las entrevistadas futuros ejemplos a seguir con respecto al desarrollo profesional.

2. JUSTIFICACIÓN

Según los datos entregados por el último censo realizado en Chile durante el año 2017, en nuestro país son más las mujeres que los hombres. Un 51,1 por ciento de la población residente en el territorio nacional es de sexo femenino, mientras un 48,9 por ciento de los habitantes son hombres.

Superioridad numérica para las mujeres, pero con porcentajes parecidos. Si solo la lógica operara, fácil sería presumir que, habiendo más mujeres que hombres, la participación femenina en los diversos campos de la vida pública debería ser al menos similar a la masculina. No obstante, en Chile las cifras demuestran todo lo contrario.

En el país, según datos entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas, un 48,5 por ciento de las mujeres son parte del mercado laboral, una brecha de 22,7 puntos porcentuales en comparación al 71,2 por ciento que los hombres marcan en esta medición.

Cifras en contra para ellas, que también se repiten en cuanto a los índices de ingreso. Para el INE, en Chile, las mujeres ocupadas recibieron un ingreso medio mensual 31,7 por ciento menor que el de los hombres. Así mismo, el ingreso mediano mensual fue un 25 por ciento más bajo que el de ellos.

Diferencias en la participación laboral que también se repiten en la esfera pública. En el Congreso Nacional, desde las últimas elecciones parlamentarias de 2017, las mujeres representan solo un 22,7 por ciento de los puestos. Cifra baja, pero muy por sobre el promedio, o el pobre 15,7 por ciento de las elecciones de 2013.

En las empresas la historia se repite. La versión de 2017 del Ranking de Mujeres en la Alta Dirección, elaborado por ComunidadMujer, arrojó datos desalentadores. De las 330 plazas en los directorios de las cuarenta empresas Ipsa (Índice de Precio Selectivo de Acciones) solo 24 son ocupadas por mujeres, de las cuales ninguna preside las empresas.

En la música, la Red Ruidosa, organización feminista promovida por la artista Francisca Valenzuela, entregó cifras sobre la participación de mujeres en los festivales latinoamericanos. Entre 2016 y 2017, solo un 10,6 por ciento de los números fueron exclusivamente femeninos. En esa misma línea, el Festival de Viña, probablemente el escenario artístico con más visibilidad del país solo tuvo un 8 por ciento de mujeres entre sus artistas en su versión del 2018.

Y así los ejemplos suman y siguen. En el campo de la tecnología, en el año 2017, solo un 24,6 por ciento de los graduados universitarios en carreras de este ámbito fueron mujeres, marcando una brecha de género de 50,8 puntos porcentuales. Realidad que se repite en la dirección de las universidades. En un momento donde la equidad de género es el tema principal del movimiento estudiantil, de los 27 miembros del consejo de Rectores, sólo uno de sus miembros es mujer.

Situaciones que se repiten en diversos campos, por lo cual el proyecto de “atrevidas.cl” toma importancia. Es necesario destacar y fomentar la participación femenina en todos los aspectos de la sociedad. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico ya se lo sugirió a Chile en 2017 y 2018, que Chile no tenga una mayor participación de las mujeres contribuye a frenar el crecimiento. Por lo mismo, desde la vereda de la comunicación, es importante aportar en la búsqueda de la equidad y la disminución de las brechas de género. Mediante entrevistas con personajes destacados, la idea es entregar las historias de mujeres, dando así ejemplos de logros y reconocimiento en un país que hoy, sistemáticamente, se encarga de plantarles barreras para lograrlo.

Viendo la realidad de la comunicación de masas en Chile, es evidente que son muy pocos los contenidos periodísticos creados con perspectiva de género, lo cual no hace más que perpetuar la discriminación en contra de las mujeres en todo ámbito. Al momento de realizar este proyecto se tomó en cuenta esta gran deuda que los (hombres) periodistas tienen (tenemos) para con el país, buscando aportar para el debate y la difusión de temas que cada día son más importantes en la sociedad.

Paralelamente, mientras se viven diversos cambios en la cultura chilena, también hemos sido testigos de nuevas propuestas en el periodismo, desafiando los discursos dominantes difundidos por los medios tradicionales. Dichas innovaciones son posibles gracias a una nueva forma de contar las historias y vincularlas con los usuarios y es aquí donde aparece el término de periodismo transmedia, donde haciendo uso de diversas herramientas mediales se logra una conexión como nunca antes con los lectores. En su libro “La cultura de la convergencia en los medios de comunicación”, el académico estadounidense Henry Jenkins aborda en profundidad esta nueva forma de hacer periodismo, una donde los márgenes establecidos durante décadas entre emisor y receptor comienzan a desdibujarse, permitiendo una participación activa de los que antes eran lectores pasivos.

Esta no es la única característica especial del llamado periodismo transmedia. En “Periodismo Transmedia: La narración distribuida de la noticia”, Alejandro Rost define este tipo de comunicación como “una forma de narrar un hecho de actualidad que se vale de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje tiene autonomía y expande el universo informativo, y los usuarios contribuyen activamente a la construcción de la historia”. De esta manera, los contenidos transmedia funcionan en múltiples dimensiones. Por un lado, generan una relación con sus lectores al mismo tiempo que logra profundizar esta misma mediante el uso de nuevas herramientas.

3.OBJETIVOS

Objetivo General:

- Crear un proyecto comunicacional que entregue entrevistas con mujeres chilenas jóvenes y destacadas dentro de la industria en la que se desarrollan , utilizando diversas herramientas de narrativa transmedia en una plataforma web.

Objetivos Específicos:

- Realizar entrevistas con mujeres chilenas destacadas que logren entregar, mediante su relato, un ejemplo positivo para una audiencia joven.
- Contextualizar la historia personal de las entrevistadas con temáticas contingentes en el país: feminismo, la participación laboral femenina y la igualdad de género, así como también con noticias y hechos de contingencia nacional.

4. DESARROLLO DEL PROYECTO

En el siguiente capítulo se explican los primeros pasos realizados en la construcción del proyecto. En un primer lugar se especifica para quien se crea *atrevidas.cl*, luego se estudian las distintas propuestas comunicacionales similares a la que se quiere entregar, para más adelante exponer el camino en la creación del sitio web, y todos las distintas decisiones que esto significa.

Público Objetivo

Antes de comenzar a realizar cualquier trabajo en el proyecto, era necesario establecer quienes era los consumidores o consumidoras ideales de los contenidos a entregar. De esta manera, se decidió establecer quién sería el público objetivo de *atrevidas.cl*, así cada vez que se diera un paso en la realización del sitio, se haría pensando en que quien lo visitara fuera una persona de ciertas características determinadas.

Tomando en cuenta la idea principal y la línea editorial que se busca entregar en *atrevidas.cl*, pareció pertinente establecer que fuera un sitio para mujeres jóvenes, idealmente entre 15 y 25 años, edad en la cual las personas definen su futuro laboral. Así, las entrevistas servirían como una cierta guía o ejemplo para las visitantes de la página. En relación a su nivel socioeconómico, se decidió que esta variante no sería determinante. Cabe destacar que tanto el género como la edad son solo referencias, en vista que los contenidos a entregar bien podrían ser consumidos por hombres o personas de cualquier edad.

Es por esto mismo que al momento de realizar el perfil de usuario/a, la variante más importante para tomar en cuenta serían los intereses de los posibles lectores/as. Una vez establecido esto se decidió que el foco se pusiera en personas interesadas en temas como el feminismo o la igualdad de género, conscientes de los desafíos del país en estas materias y que esperaran un cambio positivo para la sociedad. Asimismo, y pensando en el soporte digital del proyecto, también se destaca

dentro de los intereses del usuario/a ideal el gusto por las redes sociales, la participación en diversas comunidades en la red y el consumo de nuevos medios digitales.

Benchmarking

Al momento de plantearse el desafío de comenzar un proyecto, es necesario conocer las distintas propuestas similares a la idea que se está creando. De esta manera, averiguando sobre las debilidades y fortalezas de otros medios que se asemejen y así lograr potenciar el trabajo personal.

Debido a las delimitaciones de “atrevidas.cl” es difícil encontrar otro sitio web que realice el mismo trabajo. Por esto, el proceso de revisión de otros sitios se realizó tomando como principal referente la Línea Editorial de los medios. Una vez hecho lo anterior, se procedió a realizar un diagrama FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), resaltando los aspectos que resultan inspiradores y los puntos débiles que se realizarían de otra forma.

Tres fueron las páginas web seleccionadas. La sección “Braga” del diario digital chileno “El Mostrador” que publica noticias relacionadas con el feminismo y la actualidad del país, el medio “Es Mi Fiesta” que entrega distintas columnas de opinión, noticias o entrevistas con perspectiva de género; y el sitio “Mujeres Bacanas”, proyecto que mediante el formato de la plataforma tumblr entrega todos los días la biografía de una mujer destacada en su campo.

Braga, desarrollado como un medio periodístico dedicado a temas de “mujer”, es el que tiene mayor capacidad de respuesta para la difusión de noticias inmediatamente. Si un hecho relevante para su mirada editorial sucede, a los pocos minutos la noticia estará difundida en sus redes sociales. El medio entrega contenido que puede generar mayor tráfico, como notas relacionadas con moda, sexo y belleza. Algo que se podría mejorar es la inclusión de distintas narrativas transmedia, cosa que si se ve presente en “El Mostrador”, mientras en Braga solo se presentan notas escritas acompañadas de una foto referencial.

“Es mi fiesta”, medio fundado por la periodista Javiera Tapia hace 5 años destaca por la opinión en sus contenidos y por tener una perspectiva de género. Ya sea mediante columnas, entrevistas o en notas informativas, este sitio colaborativo da su punto de vista en torno a los temas que trata. En la misma línea, otro de los puntos inspiradores es que se esfuerzan por generar material mediante diversos formatos. Pese a no hacerlo con completa regularidad, en “esmifiestamag.com” se pueden encontrar notas audiovisuales bajo el nombre de “Es Mi Fiesta TV” y distintos programas de podcast con sus respectivos capítulos. Un aspecto que se podría trabajar distinto es como se entrega mucha información mediante sus redes sociales (principalmente su página de Facebook) dejando de lado el dominio propio.

Por último, el tumblr “Mujeres Bacanas” comparte el fundamento principal de Atrevidas.cl, que es visibilizar la existencia de mujeres sobresalientes en diversos campos. Nacido como un blog escrito por cuatro periodistas, se entrega una biografía de mujeres exitosas al día. A raíz del éxito del sitio, durante el año 2017, la Editorial Catalonia, en conjunto con sus creadoras y con la ilustradora Sonia Pulido, lanzó el libro “Mujeres Bacanas. Si ellas pudieron, nosotras también”. El paso desde la web hacia el formato físico de los libros es una alternativa de financiamiento completamente viable para Atrevidas.cl. En cuanto a las cosas que podrían hacerse mejor, el proyecto que se presenta en esta memoria busca darle mayor importancia al diseño del sitio web. Utilizando una plataforma de microblogging, como lo hace “Mujeres Bacanas” con Tumblr, son demasiadas las restricciones para diseñar el sitio.

Medio	Fortalezas	Debilidades
Braga	<ul style="list-style-type: none"> - Rápida reacción ante eventos noticiosos. - Generación de contenidos con alta posibilidad de difusión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todo el material generado por este medio es bajo el formato escrito. Atrevidas.cl pretende utilizar distintas herramientas web para su narrativa.
Es Mi Fiesta	<ul style="list-style-type: none"> - Manifiestan en cada uno de 	<ul style="list-style-type: none"> - Destinan gran parte del

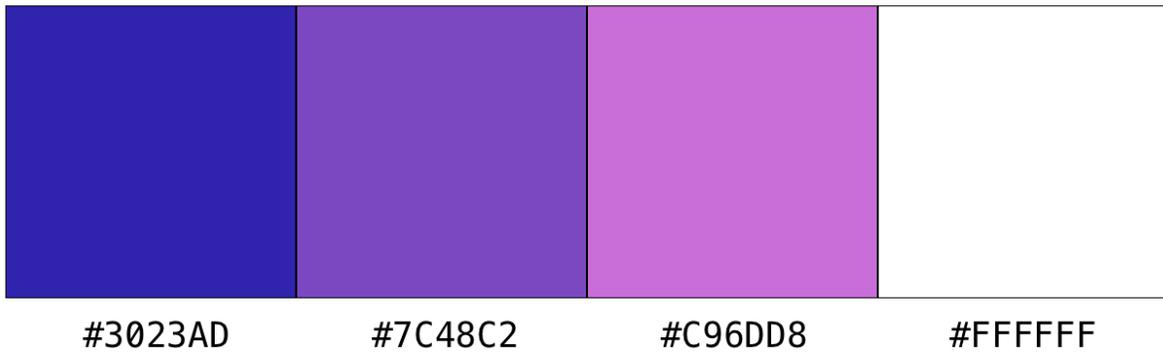
	sus contenidos la línea editorial del medio y la manera de pensar de sus colaboradores.	trabajo en sus redes sociales, mientras el sitio web tiene claras lagunas de inactividad. Atrevidas será lo contrario, fortaleciendo el sitio propio más que la interacción en redes sociales.
Mujeres Bacanas	- Innovación en la manera de entregar su contenido, priorizando la simplicidad y la capacidad de difusión.	- Utilización de una plataforma limitada como es tumblr, así como también el no utilizar un dominio propio ni enfocar esfuerzos en crear un diseño web interesante para sus lectores.

Identidad Visual

Inicialmente, la única referencia que se tenía para el diseño de los aspectos visuales era la utilización de tonos violetas, debido a la asociación entre este color y el movimiento feminista a nivel mundial. De esta manera, la primera piedra del lenguaje visual iría de la mano con la línea editorial de los contenidos entregados.

Si bien no hay un origen exacto que motive el nexo entre el color violeta y el feminismo, la teoría más aceptada en relación a esta vinculación hace relación con haber sido uno de los tres colores utilizados por las sufragistas británicas durante 1908, junto con el blanco y el verde. Teoría romántica, pero no completamente aceptada. Sin embargo, desde la década de 1960 y 1970, movimientos por la igualdad de derechos civiles para la mujer en Estados Unidos comenzaron a utilizarlo, masificando su uso hasta el día de hoy.

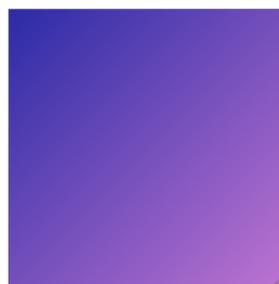
Ya sea en marchas por la igualdad, en publicaciones de movimientos feministas o en libros relacionados al tema, el color violeta está usualmente presente. De esta forma, al igual como funciona con el nombre del sitio, se lograba una vinculación entre el contenido y la imagen de la página web a primera vista.



Paleta de Colores Utilizada

Creando el logo

En las iteraciones de diseño del logo, llegamos al uso de una gradiente de tonos púrpuras, en conformidad con las tendencias de diseño web actuales y el rescate de las gradientes como móvil para conectar con las audiencia.



Gradiente utilizada

Junto con esto, se utilizó la fuente “Phosphate”, basada en la fuente “Phosphor” creada circa 1920, conocida por su fácil lectura debido a ser una fuente sans-serif capitalizada, que también se ajusta a las tendencias de diseño de marcas en el último tiempo.

En teoría de experiencia de usuario, las fuentes sans-serif se utilizan para comunicar un tono contemporáneo y claro, lo que se ajusta a lo buscado para el proyecto basados en la audiencia objetivo. Asimismo, al ser “serif” es una fuente sin ningún tipo de ornamentación lo cual la hace más fácil de leer para los usuarios/as.

Sin tener una educación formal en relación al diseño gráfico, para encontrar un estilo moderno y acorde a las tendencias utilizadas en otros sitios, decidí buscar información que hablara sobre las tendencias de diseño web, encontrando repetidamente el uso de gradientes.

144 pt
**ULLAMCO L
LABORIS NI**

72 pt
**NISI UT ALIQUIP EX EA
UT ALIQUIP EX EA COM**

48 pt
**ALIQUIP EX EA COMMODO CONSE
EX EA COMMODO CONSEQUAT. DU**

Muestra de la fuente utilizada: “Phosphate”

Con toda esta información, se procedió al diseño del logotipo e isotipo de Atrevidas.cl, que fuera identificable y fácil de replicar en la web:



Diferentes versiones del logo durante el proceso de diseño.

ATREVIDAS

Isotipo final

Diseño Web y Arquitectura de Información

Basandose en la gran regla planteada por Steve Krug en su libro “No me hagas pensar”, todo el proceso de diseño web se creó con la misma premisa: el sitio web debía ser siempre obvio en cada uno de sus pasos. Así se evita que la o el posible visitante no entienda cada una de las funciones de la página. Con esto en mente, la fase de maquetado (wireframes) se apoyó en el concepto de exponer el contenido de manera consolidada como una temporada, de forma de incentivar las visitas al resto de los capítulos.

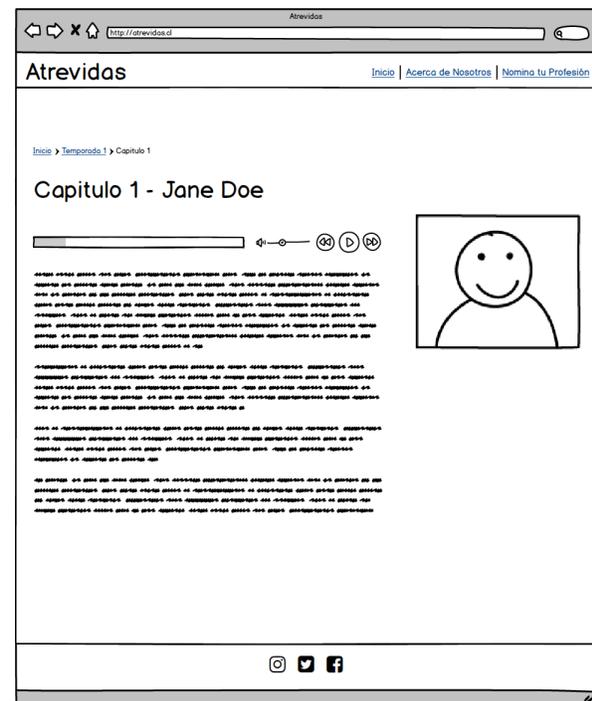
Con esta idea en mente, se utilizó Balsamiq Mockups 3, software de escritorio que sirve para la creación y edición colaborativa de wireframes o maquetas de aplicaciones y sitios web. De esta forma, se pudieron crear las maquetas del sitio de manera rápida y sencilla.



Maqueta de la Página Principal

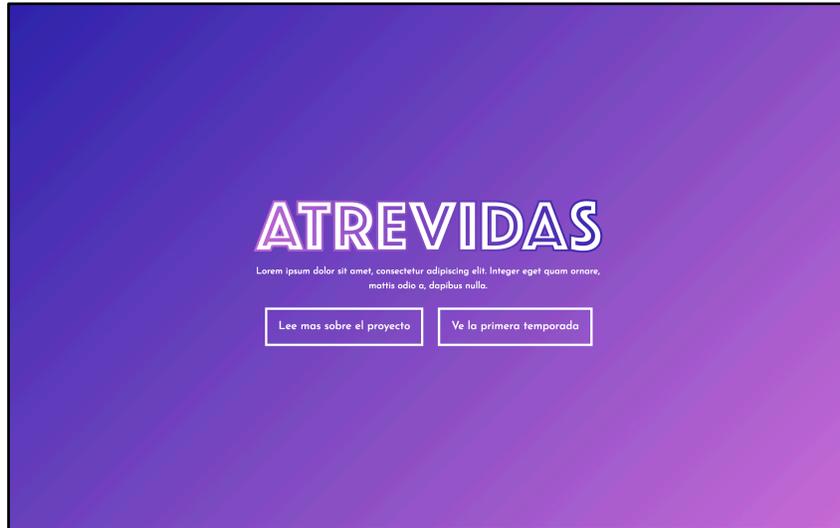


Maqueta de la Página de Temporada



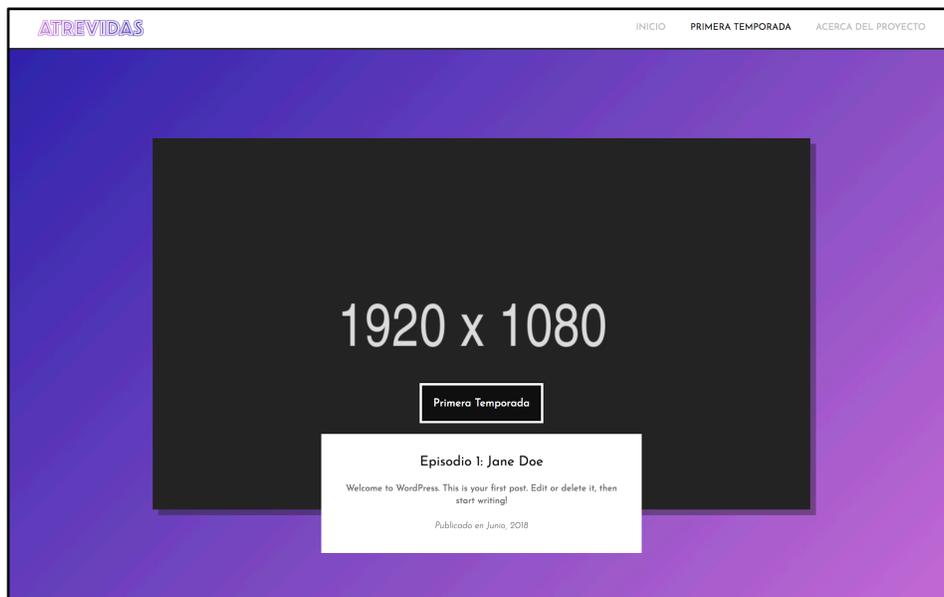
Maqueta de la Página de Detalle de Episodio

Una vez hecha la maqueta, se procedió a la implementación del diseño de la plataforma en base al tema Artwork Lite para WordPress, desarrollado por MotoPress y modificado por el desarrollador web para incluir la identidad visual del sitio.

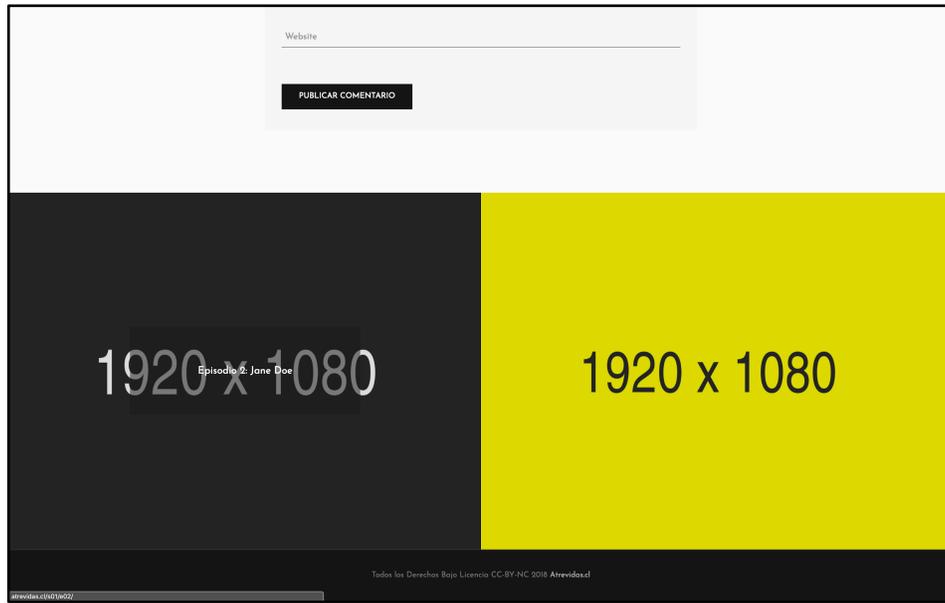


Página de Inicio.

Durante este proceso se optó por modificar la página de detalle de la temporada para realizar la narrativa de cada Episodio, dejando así, en el detalle de cada episodio la navegación entre ellos:



Página de la Primera Temporada, mostrando el Episodio 1.



Navegación entre Episodios en la página de detalle de Episodio

Usabilidad y Experiencia de Usuario

En palabras de Steve Krug, la usabilidad “sólo significa el asegurarse que algo funcione bien: que una persona con capacidad y experiencia media (o incluso por debajo de la media) pueda ser capaz de usar algo (ya sea un sitio web, un avión de combate o una puerta giratoria) con el objetivo deseado sin sentirse completamente frustrado”. Con esta definición, al momento de desarrollar este paso siempre se tuvo en mente la creación de un sitio básico y simple, por el que cualquier usuaria o usuario promedio de internet pudiese navegar tranquilamente.

Como paso inicial para el diseño e implementación de una correcta experiencia de usuario, se definió el flujo de navegación. El flujo de navegación de usuario (user flow, en inglés) es una técnica de User Experience & Service Design que consiste en definir el camino tomado por un usuario prototipo (conocidos como Personas) para cumplir con una tarea en específico (en este caso, navegar y consumir los episodios de la primera temporada). El flujo los toma en el punto de entrada al sitio por todos los pasos hacia la finalización de la tarea.

Sobre la premisa de entender las necesidades del usuario/a como primer objetivo, se construye un flujo de navegación y por tanto una experiencia de usuario diseñada para satisfacer dichas necesidades de la manera más simple posible. Aquí se presenta el flujo de navegación de la plataforma Atrevidas:



Flujo de Navegación

Con el flujo de navegación de usuario establecido, fue necesario recorrer la implementación web para revisar si las acciones que permiten al usuario navegar con confianza por la página funcionan de la manera esperada y así, brindar una experiencia de usuario óptima. Con esto, se evitaban errores básicos, como por ejemplo, que al apretar un botón, la página cargada no fuera la esperada por el usuario del sitio. Para esto, se utilizó la técnica de usabilidad llamada Auditoría de Contenido (Content Audit, en inglés), empleada comúnmente por los equipos de usabilidad en agencias de diseño web, la cual consiste en evaluar el contenido y relevancia de las secciones y acciones. A continuación se presentan los resultados de este proceso:

Auditoría de Contenido: El sitio consiste en cuatro secciones: “Inicio”, “Primera Temporada”, “Acerca de” y “Episodio Individual”.

A continuación se describen las acciones expuestas al usuario dentro del sitio web. Cada una de ellas facilita la navegación sencilla guiando el flujo del usuario:

Página de Inicio

ACCIÓN	RÓTULO	DESCRIPCIÓN
Acerca de	“Lee más sobre el Proyecto”	Lleva a la sección “Acerca de” que cuenta en pocas palabras sobre qué trata el proyecto, en qué consiste y cuál es su misión.
Primera Temporada	“Ver la Primera Temporada”	Lleva a la sección que muestra los cuatro episodios entregados en la primera temporada.

Barra de Navegación Global

ACCIÓN	RÓTULO	DESCRIPCIÓN
Inicio	Logotipo	Lleva a la página de inicio, que presenta las dos acciones primordiales.
Inicio	“Inicio”	Página que se muestra al entrar al dominio “atrevidas.cl”. Muestra las dos acciones principales.
Primera Temporada	“Primera Temporada”	Lleva a la sección que muestra los cuatro episodios entregados en la primera temporada.
Acerca de	“Acerca del Proyecto”	Lleva a la sección “Acerca de” que cuenta en pocas palabras sobre qué trata el

		proyecto, en qué consiste y cuál es su misión .
--	--	---

Página de Episodio

ACCIÓN	RÓTULO	DESCRIPCIÓN
Reproducir	“Ver Episodio”	Hace que comience la reproducción de cada capítulo.
Otros Episodios	“Episodio X: Entrevistada”	Muestra los otros episodios disponibles de la misma temporada.

5. ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

Una vez realizado los primeros procesos de definiciones y diseño del sitio web, comenzó de lleno el trabajo periodístico. En una primera instancia se procedió a definir aún más la línea editorial del sitio. Más adelante se realizó la elección y el posterior estudio de las entrevistadas, para luego preocuparse de la realización de las entrevistas y del sitio web, así como el diseño de una estrategia de difusión y de redes sociales.

Para este paso fue fundamental la organización planteada por Camus en su texto “Tienes 5 segundos”, donde logra esquematizar bajo un modelo denominado “Margarita” los diversos pasos en la elaboración de contenidos digitales.

Este modelo divide en siete las etapas, buscando que cada una logre aportar a la siguiente. Estas son definir, crear, mediatizar, interactivar, envasar, publicar y gestionar. Si bien no se siguieron al pie de la letra, fueron una gran guía para cada uno de los pasos a seguir en las estrategias utilizadas para la realización de los contenidos.

Definiciones editoriales

Pese a que la idea central del proyecto siempre estuvo relacionada con el aspecto de las entrevistas a personas destacadas, la claridad con respecto a enfocarlo hacia mujeres fue aportada por la profesora guía de esta memoria. Habiendo seleccionado el tema, fue necesario realizar un análisis para determinar la manera en que se llevaría a cabo el proyecto.

La primera gran duda, buscando acotar el trabajo y no transformarlo en algo irrealizable, fue cuántas entrevistas serían las indicadas. Tomando en cuenta el tiempo disponible para la realización, las dificultades que generan las dimensiones de este proyecto y que el trabajo recaería en solo una persona, se determinó realizar cuatro entrevistas. Así, la calidad del producto no se vería afectada por falta de tiempo para su proceso de producción y post producción, mientras al

mismo tiempo, con cuatro conversaciones de distintos ámbitos se lograría entregar el mensaje central de atrevidas.cl, al menos para una primera etapa.

Una vez decidido eso, se buscó cuál formato sería el más indicado para hacer las entrevistas, optando por el audiovisual. En sus comienzos, [atrevidas](http://atrevidas.cl) se pensó como una plataforma de podcast, buscando explorar un modelo que existe en el país, pero que no es de audiencias masivas. Sin embargo, debido a la riqueza que le aportaría a las conversaciones la posibilidad de registrarlas en video, se determinó realizarlas de esta manera. Asimismo, pensando en la viabilidad económica del sitio, la capacidad de generar ingresos mediante videos era más alta que en audio, ya sea por medio de auspicios directos o mediante plataformas como Youtube.

Formato de las entrevistas

Ya teniendo en mente los nombres de posibles entrevistadas, la producción comenzó con un primer contacto con ellas. Consiguiendo sus números telefónicos o correos electrónicos, se les habló sobre el proyecto, en qué consistiría cada entrevista, el tiempo de duración y la razón por la que era importante para atrevidas.cl contar sus historias. Pese a que en un comienzo se tuvo el miedo de que no se recibiría una respuesta positiva rápidamente, el tema central del sitio web logró motivar a todas las contactadas, y tras prontas conversaciones se determinaron las circunstancias en las que se grabaría.

En un comienzo, buscando un mejor lugar de locación y mayor control sobre el ruido, la luz y la imagen, se pensó en tener un único lugar fijo para realizar todas las entrevistas. Se revisaron las posibilidades de arrendar un estudio de grabación o departamento los días en que se pudieran grabar las entrevistas. Sin embargo, esta idea fue desestimada rápidamente por dos grandes razones. En primer lugar, con este formato subían los costos de grabación de cada capítulo, mientras la segunda razón fue el facilitar las circunstancias de tiempo y lugar para las entrevistadas. Así se decidió grabar donde y cuando pudiera cada una de las invitadas.

Ya habiendo decidido lo anterior, se conversó con amigos que pudieran colaborar en la grabación de las entrevistas. Esto se hizo ad honorem, motivado por intereses personales relacionados a la línea editorial de atrevidas.cl. Asimismo, en relación a los equipos utilizados por la grabación, se usaron cámaras fotográficas capaces de capturar videos en el formato 1080p, conocido popularmente como “HD”. Para capturar el audio se usaron micrófonos de solapa, uno para la entrevistada y uno para el entrevistador, ambos conectadas a un celular inteligente.

Buscando tener una mejora sustancial entre cada entrevista, se resolvió grabarlas todas en días distintos. Así, se tenía un tiempo prudente para revisar el material y poder evaluar ya sea el contenido de cada conversación como la calidad de imagen y audio. Una vez que se registraron todas las entrevistas, se planeó la edición, realizando en el programa Adobe Premiere Pro, para finalmente subirlas al sitio web.

Sobre las entrevistadas

A continuación se presenta una breve introducción sobre cada una de las entrevistadas. De esta manera, conociendo su historia, es posible entender las motivaciones que justifican su relevancia para ser parte de las primeras entregas de atrevidas.cl.

Primera entrevistada: June García

Para iniciar el ciclo de grabación de las entrevistas, se decidió que la primera debía ser con una mujer capaz de darle fuerza a la línea editorial del sitio. Por lo mismo, se optó por conversar con June García. Actualmente estudiante de Derecho de la Universidad de Chile, es una activista por la educación no sexista y escritora chilena, co autora del libro “Tan linda y tan solita”.

García nació el 20 de agosto de 1996. De madre chilena y padre boliviano, ha vivido toda su vida en Santiago de Chile. Realizó sus estudios de educación básica y media en el Colegio Santiago College, lugar donde comenzó su inquietud por el feminismo. Allí, aprendió a

valorar las artes en su conjunto, incursionando en el teatro y en la escritura , mientras gracias a la influencia de sus profesoras logró acercarse al estudio de la mujer en la sociedad chilena.

Estando en segundo medio ganó un concurso de escritura en su colegio, “SC en 100 palabras”, lo que la motivó a desarrollarse en ese aspecto. Luego de egresar en 2014 comenzó sus estudios universitarios en la Universidad de Chile, donde cursó la carrera de Bachillerato en Ciencias Sociales. Se graduó en diciembre del 2017, logrando el grado de Bachiller en Humanidades y Ciencias Sociales. En el año 2016 empezó a estudiar Derecho en la misma casa de estudios.

Cursando esta carrera es que conoce a Josefa Araos, estudiante de la misma facultad, con la cual escribe el libro “Tan linda y tan solita”, publicado en Agosto de 2017 por la Editorial Alfaguara. En esta novela, García y Araos abordan temáticas feministas, pero en un lenguaje fácil y cercano, buscando entregar su mensaje a cualquier persona sin conocimientos previos sobre la materia.

El libro alcanzó gran notoriedad siendo best seller de ficción en Chile. Ambas viajaron a distintas ferias del libro del país a exponer sobre la temática de su libro. Motivadas por el profundo éxito de la novela, en enero de 2018 comenzaron a hacer talleres en la ciudad de Santiago, de introducción al feminismo. Gracias a la atención June genera una red de contactos con otras destacadas mujeres, con las que inició una amistad, tales como la reconocida humorista chilena Natalia Valdebenito, y la también escritora Paola Molina, éxito de ventas con el libro “Confesiones de una Soltera”.

Durante 2017, junto a un grupo de compañeras de Universidad, fundaron El Aula Feminista, agrupación feminista que tiene como fin la difusión de la educación no sexista en el país. Así mismo, se preocupan por educar sobre el feminismo de una manera cercana, mediante intervenciones culturales que pretenden disputar los sentidos comunes de la gente.

En su lugar de activista, junto a otras estudiantes de la Universidad de Chile, se ha preocupado de denunciar la violencia de género, el acoso sexual, el acoso por razón de género,

la discriminación de género, el hostigamiento y encubrimiento presente en distintas instancias en esta casa de estudios.

Segunda entrevistada: Fernanda Pinilla.

Para continuar las grabaciones, se buscó conversar con alguien de alta relevancia actual. Por lo mismo, se decidió entrevistar a alguna de las seleccionadas chilenas de fútbol femenino que durante el mes de abril de 2018 lograron una histórica participación en la Copa América Femenina. Haciendo un pequeño estudio sobre las jugadoras, se optó por contactar a Fernanda Pinilla, quien también destaca por ser estudiante de Doctorado en Física en la Universidad de Chile.

Pinilla nació el 6 de noviembre de 1993, en la comuna de Puente Alto en la Región Metropolitana. Desde pequeña comenzó a jugar fútbol con sus vecinos y familiares, que nunca le pusieron trabas para participar en los partidos contra hombres. Teniendo solo 10 años, motivado por su talento, su padre decide incentivarla en este deporte. De esta manera, la inscribe en el Club Deportivo Arturo Prat de Pirque, donde solo compartía con hombres.

Con tan solo 13 años, Pinilla comienza a ser convocada por las categorías juveniles de la Selección Chilena. En tanto, su amor por la ciencia nace en el colegio Boston College de La Florida, impulsada por sus profesores. Más adelante decide entrar a la carrera de Licenciatura en Ciencias mención Física en la Universidad de Chile. Junto con sus estudios, paralelamente Pinilla participó en las ramas femeninas de los equipos Santiago Morning, Universidad Católica y Audax Italiano, así como también en la Selección Chilena.

Más adelante, la futbolista se cambia de equipo y firma con la rama femenina del Club de Fútbol de la Universidad de Chile, elenco del cual sigue siendo parte. Con la camiseta de los azules, el año 2016 Pinilla logra el primer título de primera división en la historia del cuadro laico, anotando un gol en la final contra Palestino. Mientras en su vida académica, decide continuar los estudios en la Universidad de Chile e ingresa al Doctorado en Física.

Consciente de la paupérrima situación del fútbol femenino en Chile, Pinilla participa en la creación de la Asociación Nacional de Jugadoras de Fútbol Femenino (ANJUFF), agrupación que se dedica a mejorar las condiciones de las mujeres que juegan fútbol y disminuir la brecha con sus pares hombres. Actualmente se desempeña como Presidenta de esta organización que ha logrado grandes avances para las futbolistas en el país.

Como miembro de la Selección Chilena, la volante participó en la Copa América femenina 2018, logrando un histórico segundo lugar y una inédita clasificación al mundial de Francia 2019, así como la posibilidad de participar en el repechaje por un cupo para los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

Tercera Entrevistada: Mariel Villagra - “Mariel Mariel”

Pensando en la tercera entrevista, se decidió buscar a una mujer de la industria musical chilena, marcada fuertemente por la predominancia de hombres. Teniendo esto en mente, el nombre Mariel Villagra calzaba a la perfección, puesto que es la principal promotora del colectivo “La Matria”, organización de mujeres que busca visibilizar la disparidad de género en este oficio.

Villagra nació el 5 de abril de 1981, siendo hija del músico Pedro Villagra, fundador de la banda Santiago del Nuevo Extremo e integrante de la banda Inti Illimani. Influencia artística que también llegó desde su madre, quien era bailarina. Desde pequeña estuvo ligada al mundo de la música, comenzando muy joven a cantar como corista en la banda de su papá, Pedroband.

El año 2001 decidió entrar a estudiar Licenciatura en Teoría de la música e Interpretación en Flauta Traversa en la Universidad de Chile, carrera que no terminó debido a que recibió acoso sexual por parte de uno de sus profesores. Más tarde, decidió estudiar la misma carrera pero en la Universidad Católica, desistiendo al tiempo, para terminar titulándose en Pedagogía en Música en la Universidad Mayor.

Una vez finalizada esta etapa, decide incursionar en la escena musical de México, donde encontró el éxito. Allí colaboró con reconocidas artistas como las ganadoras del Grammy

Latino Natalia Lafourcade, Carla Morrison y Mon Laferte. Es en este periodo de su vida que estableció su nueva propuesta musical, el que ella misma bautizó como “Flow latino”. Con ritmos urbanos y latinos, este nuevo género busca la fusión de distintas culturas.

Viviendo un gran momento musical, en 2016 recibe la nominación por Mejor Artista de Música Urbana de los Premios Pulsar de la Música Chilena, galardón entregado por la Sociedad Chilena del Derecho de Autor. Villagra decide viajar al país para la premiación, logrando llevarse el premio. Aprovechando la instancia, Mariel utiliza su discurso de aceptación para relatar su experiencia de haber sido víctima de acoso sexual mientras estudiaba en la Universidad de Chile. Desde ese minuto, la artista comienza a participar como activista para erradicar estas conductas, buscando que otras jóvenes no tengan que pasar por esta lamentable experiencia.

En cuanto a su carrera, durante el año 2017 Mariel realiza un análisis de la presencia de mujeres en la escena musical chilena, dando un resultado devastador. La parrilla de los principales festivales musicales está compuesta en su mayoría por hombres, incluso en algunos de estos no había presencia femenina entre los artistas. Así, en sus redes sociales comienza a denunciar esta situación, para luego crear en conjunto con otras artistas “La Matria”, la primera fonda feminista de Chile, buscando visibilizar a las mujeres en la música.

Siendo todo un éxito, durante 2018 monta el Festival Musical “La Matria Fest”. Compuesto por Anita Tijoux, Evelyn Cornejo, Mákina Kandela y otras destacadas artistas, lograron una gran asistencia superior a las mil personas. En la actualidad, en conjunto con su carrera musical, Villagra trabaja en el futuro de “La Matria” como una plataforma que aporta en la igualdad de género en la música chilena.

Cuarta entrevistada: Daniela Arelis Uribe

Para finalizar el grupo de entrevistas, se decidió hablar con la destacada periodista y escritora Daniela Arelis Uribe. Debido a su experiencia en columnas de opinión y en la escritura de ficción, la conversación podía englobar dos mundos.

Más conocida como Arelis o Arolas, Uribe nació el 15 de enero de 1987. Estudió en el colegio Chilean Eagles College de La Cisterna. De familia trabajadora, comienza a publicar en la revista “Wikén”, en la sección “Zona de Contacto”, el reconocido suplemento juvenil de El Mercurio por donde pasaron otros destacados escritores. Decidida a dedicar su vida a escribir, opta por estudiar Periodismo en la Universidad de Santiago de Chile. Es allí donde comienza a dedicarle más tiempo a la lectura, un ejercicio que para hasta ese entonces ella consideraba un lujo. Más adelante realiza un Magíster en Comunicación Política en la Universidad de Chile

Como periodista, destacan sus columnas de opinión en el sitio web “Noesnalaferia.cl”, logrando grandes difusión mediante redes sociales, con temáticas como el lenguaje inclusivo, el machismo en los grupos de izquierda o el feminismo. Junto con su colaboración en esta página, fue publicada en otros medios como The Clinic o Esmifiesta.cl.

Como escritora comienza a afinar su trabajo en la ficción durante 2014, logrando quedar entre los finalistas en un concurso de cuentos realizado por la revista “Paula”. En el año 2016, Uribe logra ganar el reconocido concurso “Santiago en 100 palabras”, organizado por el grupo Plagio en conjunto con Metro de Santiago y la Minera Escondida. Es durante este mismo año que publica su primer libro de cuentos llamado Quiltras con la Editorial Los Libros de la Mujer Rota. En él pretende plasmar la realidad de siete personajes mujeres, mostrando su realidad fuera del contexto de la elite.

Debut en las librerías que fue todo un éxito. “Quiltras” fue el libro más vendido de la Feria del Libro de Santiago del 2016. Un año más tarde, Arelis publicaría, en conjunto con la misma editorial, el texto “Que explote todo”, una recopilación de algunas de sus columnas de opinión. Desde una posición feminista y de izquierda, la periodista intentó escribir en un lenguaje cotidiano y que pueda entenderse fácilmente. Es por este libro que ganó el Premio del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) a la mejor obra publicada del 2017.

Paralelamente a su doble labor en la escritura, Uribe se ha desempeñado como periodista en la Organización No Gubernamental Educación 2020, como Directora de Comunicaciones

en el Observatorio Contra el Acoso Callejero (OCAC) y en el mismo cargo en la campaña presidencial de Beatriz Sánchez en el año 2017. En la actualidad se dedica por completo a la escritura, terminando un ensayo centrado en el feminismo y el periodismo.

Realización -Metodología

El proceso de realización de este proyecto funcionó en dos caminos paralelos y simultáneos. Mientras por un lado se trabajaron todos los diversos aspectos relacionados con el sitio web, por el otro se destinaban fuerzas a la producción, coordinación, grabación y edición de las entrevistas. Para entregar un detalle más claro de estos dos procesos, se explicarán por separado.

Realización en relación al Sitio Web

Una vez determinado el nombre, se decidió por utilizar un dominio propio. Pensando en que el proyecto estaba claramente enfocado en la sociedad chilena, se optó por utilizar el dominio de nivel superior geográfico (TLD, por su sigla en inglés) relacionado al país, el popular “.cl”. Para su compra se utilizó la pagina web “nic.cl”, un centro dependiente de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile (FCFM) que se encarga de la administración del registro de los sitios “.cl”. El costo de este proceso fue de \$9550, lo cual entrega el uso de la dirección “atrevidas.cl” por todo un año.

Habiendo realizado la inscripción del dominio a mi nombre, se buscó un proveedor de hosting de buena calidad que pudiera entregar estabilidad. Tras una búsqueda en internet, se determinó contratar los servicios de “Digital Ocean”, debido a su costo flexible y bajo en comparación a otros proveedores de Servidores Privados Virtuales (VPS, por su sigla en inglés). Una vez configurado el VPS, se procedió a la selección de un Sistema de Administrador de Contenidos (CMS, por su sigla en inglés).

Se prefirió WordPress ya que es el CMS más utilizado del mundo, con una cuota de mercado del 59.7 por ciento entre gestores de contenido.

Lanzado al público durante Mayo de 2003, en la actualidad, WordPress, sirve de base a más de un 30 por ciento del total de los sitios en la web. Por su popularidad, facilidad de uso, licencia libre, gran disponibilidad de plantillas de diseño e inmenso catálogo de widgets compatibles es que se instaló la última versión de WordPress en el VPS de Atrevidas.cl.

Habiendo realizado los pasos anteriormente explicados, se procedió a trabajar en la Identidad Visual, el diseño web, la arquitectura de información y la presentación final del sitio, todos pasos especificados anteriormente en esta memoria.

El código de fuente del tema (plantillas de diseño) utilizados en Atrevidas.cl se versionó utilizando GitHub, la plataforma de almacenamiento de archivos bajo control de versiones más utilizada en el mundo y se liberó bajo la licencia libre GNU Public License v2 (GPLv2, por su sigla en inglés).

La liberación del código de fuente como software libre se realiza no sólo en conformidad con la licencia utilizada por el creador del tema base, sino además, inspirado por el espíritu de las cátedras de Periodismo Multimedia impartidas en el Instituto de la Comunicación y la Imagen de la Universidad de Chile.

El código de fuente se encuentra disponible para su descarga, modificación y uso en <https://github.com/atrevidas/atrevidas-theme>.

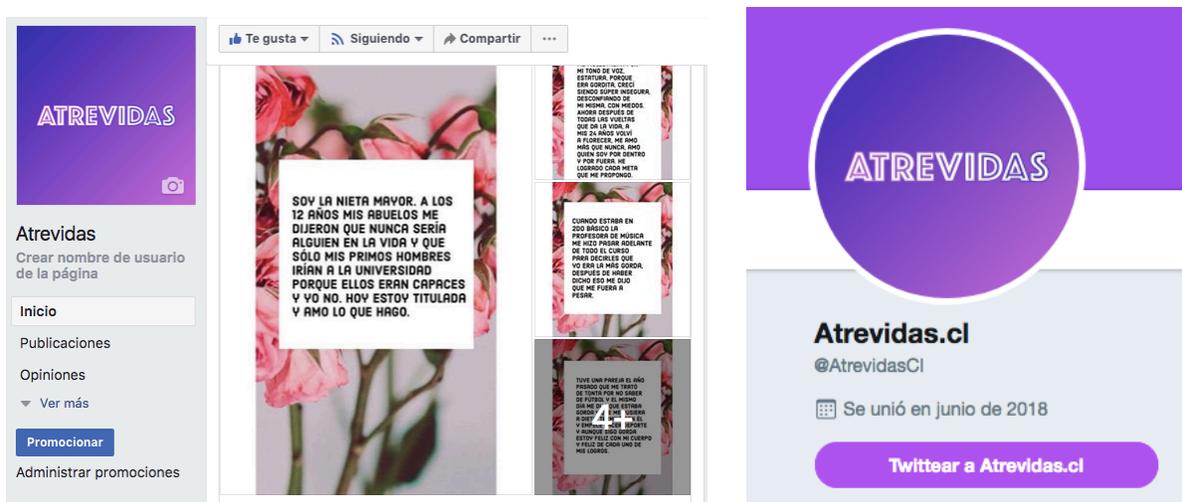
Pese a que este proceso se realizó pensando en entregar una plataforma completamente utilizable por los usuarios, es necesario destacar que atrevidas.cl es un proyecto en constante construcción y que lo realizado hasta ahora se trata de una primera versión, que busca servir como un prototipo que continuara siendo desarrollado.

Estrategias de difusión y redes sociales

Una vez finalizado el trabajo en cada uno de los aspectos relacionados al sitio web, se procedió a elaborar una estrategia de difusión de los contenidos. Debido a los limitados tiempos establecidos para la realización de esta memoria, se centraron los esfuerzos en la planificación de este aspecto.

El primer paso fue crear cuentas del proyecto en tres de las redes sociales más utilizadas en el país. De esta manera, se creó una página de Facebook, una cuenta de Twitter y una cuenta de Instagram, las cuales se utilizarán de diversas maneras.

Por un lado, la red social Facebook, la más popular en Chile, sería el principal nexo con la audiencia. Mediante la publicación de noticias de otros medios relacionadas con la línea editorial de *atrevidas.cl*, buscando así que personas cercanas a los ideales del medio conozcan de su existencia. En tanto, Instagram y Twitter serán utilizados para generar nexo con los y las posibles lectores/as, realizando concursos e invitando a la participación. Mientras en Twitter e Instagram las cuentas pueden ser seguidas bajo el nombre de usuario “@atrevidascl”, en Facebook puede encontrarse simplemente como “Atrevidas”.



Imágenes de los perfiles del proyecto en las redes sociales Facebook y Twitter.

El trabajo en estas diversas plataformas aún se encuentra en desarrollo, generando planificaciones para su mejor uso. De todos modos, se realizó un delineamiento de como se utilizará cada una de estas. Facebook será utilizado como la gran voz del proyecto, buscando que gran parte del tráfico del sitio web venga dirigido desde el perfil oficial en esta red social. Así mismo, las herramientas incluidas recientemente como son las historias o transmisiones en vivo lograrán la difusión de posibles nuevos proyectos relacionados con el futuro de atrevidas.cl. En tanto, Twitter e Instagram buscarán generar el nexo fuerte con las audiencias. Es en estas dos plataformas donde se invitará a los usuarios a participar de dinámicas y a comentar diversos temas, buscando una participación directa por parte de ellos en la generación de nuevos contenidos, ya sea proponiendo entrevistas o materias a desarrollar.

En cuanto a los contenidos generados exclusivamente para las redes sociales, se planea la elaboración de pequeñas cápsulas de cada una de las entrevistas para su difusión, invitando a visitar el sitio web y revisar la entrevista completa.

En tanto a la difusión más allá de la web, se planea la vinculación del proyecto con diversos eventos feministas. De esta manera, no solo se logra una mayor difusión de los contenidos, también se le entrega mayor fuerza a la marca del sitio.

6. VIABILIDAD Y FUTURO DEL PROYECTO

Costos

Antes de entrar en el detalle de los costos relacionados a este proyecto, es necesario mencionar que gracias a las posibilidades que entrega la tecnología, la realización de un sitio de las características de atrevidas.cl bien podría realizarse casi sin gastos.

Con un gestor de contenidos como wordpress, en su versión gratuita, se podría mantener el sitio sin la necesidad de gastar dinero en un dominio o en un servidor, puesto que la misma plataforma los entrega sin costos. En cuanto a la grabación, si se pretendiera, bien podrían registrarse las entrevistas utilizando Smartphones, que en su gran mayoría ofrecen la posibilidad de captar video en alta calidad.

Pese a lo anteriormente señalado, al momento de realizar un proyecto hay ambiciones en relación a la calidad del contenido que se pretende entregar. Si se determinó generar gastos, fueron en elementos que se consideraban importantes para el resultado final de atrevidas.cl. Una vez explicado esto, los costos se presentan en la siguiente tabla.

Costos fijos de producción y desarrollo base		
Item	Costo	Justificación
Dominio	\$9.950	Le entrega al proyecto un nombre más identificable. Al mismo tiempo, al ser “.cl” permite una vinculación instantánea con Chile.
Servidor	\$76.000	Este monto es un aproximado a lo que se pagaría en relación a un año de uso del servidor, ya que su costo mensual es de

		máximo 10 dólares americanos. Se decidió tener un servidor propio para obtener mayor estabilidad en el sitio.
Micrófonos Lavalier	\$89.990	Uno de los grandes problemas para realizar las grabaciones sería controlar el audio. Los micrófonos internos de una cámara no lograrían captarlo de buena manera, mientras al tener a dos personas en la conversación, la posibilidad de utilizar micrófonos “shotgun” no sería la más adecuada. Por lo mismo, conversando con camarógrafos con años de experiencia, me comentaron que la mejor opción era utilizar micrófonos lavalier o de solapa.
	TOTAL:	\$175.940

En la tabla anterior solo se muestran los gastos realizados única y exclusivamente en el proyecto. No obstante, es necesario señalar que ya se contaba con gran parte de los equipos necesarios para la grabación y edición de las entrevistas, como lo son cámaras réflex digitales capaces de grabar videos en alta calidad, trípodes, computadores para la postproducción y las licencias de programas como el Adobe Premier Pro. También es necesario establecer que no se realizaron gastos relacionados al costo del trabajo humano, el cual de haberse realizado hubiese elevado considerablemente el costo final del proyecto. Diversos procesos como el diseño web, la producción periodística, la grabación de las entrevistas y su posterior edición bien podrían ser realizadas por distintas personas, lo cual supondría el pago a dos o tres especialistas en alguna de estas materias. Tomando en cuenta esta realidad, se estimó que los posibles costos mensuales del proyecto si se llevara a cabo en su totalidad de manera profesional rondarían los 2 millones de pesos.

Plazos

El desarrollo de esta primera versión, protipo de *Atrevidas.cl* se logró en un tiempo muy acotado. Debido a que este fue mi segundo proyecto de memoria, realizado a partir de la imposibilidad de llevar a cabo el primero inscrito, los plazos para desarrollar cada una de las etapas del trabajo fueron limitados.

De esta manera, hay aspectos que podrían haberse logrado de mejor manera habiendo contado con mayor tiempo. Un ejemplo de estos es el trabajo de difusión de las entrevistas, del sitio en general y de las redes sociales del proyecto. Asimismo, creo que el apremio en lograr las metas de tiempo auto impuestas ayudaron a la realización de cada una de las fases.

Para especificar los tiempos utilizados en el proyecto, es necesario entender los distintos elementos que lo componen. La primera idea para el proyecto se trabajaron en las reuniones con la profesora guía. De esta manera se construyó un bosquejo inicial de lo que sería *atrevidas.cl*. Una vez establecidas las metas y el escenario en que se trabajaría, se decidió realizar una calendarización de 10 semanas, plazo escueto, pero que utilizando al máximo cada una de las jornadas disponibles permitiría lograr el cometido trazado.

De esta manera, teniendo en mente estos tiempos auto impuestos, se pasó a desarrollar una pequeña carta gantt con diez semanas de plazo que englobara las siete grandes etapas del proyecto:

Actividades	Semanas	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
Delimitaciones del Proyecto		■									
Planificación		■	■								
Producción de las Entrevistas			■	■							
Realización de las Entrevistas				■	■	■					

Edición de la Entrevistas										
Desarrollo Web										
Redacción del Informe										
Revisión										

Pese a la dificultad de compatibilizar el régimen de trabajo con mi vida laboral, se logró seguir el trazado inicial. Clave para esto mismo fue el desarrollar más de una tarea al mismo tiempo, sobre todo en la parte final del proyecto.

Una vez establecido los tiempos de todo el proyecto, es bueno señalar los plazos que utilizaría si solo fuera de carácter periodístico. Si se toma en cuenta solamente la generación de contenidos, bien podría publicarse una entrevista por semana, usando como parámetro que las jornadas de grabación por cada entrevista no superan las 3 horas de trabajo, aún incluyendo los traslados y la selección de locación, y que la edición del video, la publicación y su difusión usaría otro día dentro de la misma semana.

Posibilidades de financiamiento

Debido a que los costos asociados al proyecto no son altos, la continuidad de atrevidas.cl no pasaría en un primer plano por la sustentabilidad económica. Bajo esta mirada, sin la presión de encontrar fondos, un sitio web como atrevidas.cl se puede dar el lujo de buscar distintas vías de financiamiento para su continuidad.

En un comienzo, como punto de inicio, lo más fácil sería habilitar la aparición de publicidad gestionada por google en los videos de las entrevistas. Al utilizar como plataforma para las entrevistas a Youtube, la posibilidad de activar los ingresos por esta vía es tan simple como aceptar un pequeño formulario. De esta manera, no es necesaria la búsqueda personal de un gran auspiciador para generar recursos.

Otra manera de obtener el dinero necesario para mantener el trabajo tal y cual como se realizó hasta ahora, es el micromecenazgo. Conocido mundialmente por su término en inglés , el “Crowdfunding” consiste en un mecanismo colaborativo para el financiamiento de diversos proyectos.

Para finalizar, una idea que requeriría mayor trabajo, pero que al mismo tiempo generaría ingresos más altos, es la de dar el salto desde la web al formato de los libros. Ya sean físicos o mediante ebook, muchos son los casos de plataformas digitales que lograron traspasar su éxito en el internet hasta las estanterías de las librerías. Páginas de facebook como “Es de Roto”, “Madres de Chile que usan Whatsapp” o “Relatos de una mujer borracha” son claros ejemplos de cómo las editoriales y los lectores están dispuestos a consumir libros cuyos orígenes están en internet.

En ese sentido, un ejemplo del mismo tipo y más cercano a la línea editorial de este proyecto, es el caso del libro “Mujeres Bacanas. Si ellas pudieron nosotras también”, nacido a partir del tumblr “Mujeres Bacanas”. De esta manera, si se quisiera, se podría entregar el mismo tipo de contenido que se muestra en atrevidas.cl, es decir entrevistas con mujeres jóvenes exitosas, en un formato escrito.

Proyecciones

Una vez realizado todo el trabajo para la presentación de esta memoria, es necesario plantearse el futuro de un sitio web como es atrevidas.cl. En un Chile como el actual, con temas como el feminismo y la igualdad de género instalados dentro de la agenda pública, un medio de estas características tiene un lugar desde el cual posicionarse para entregar sus contenidos.

Es bajo este análisis que se postulan diversos lineamientos posibles para la dirección de este proyecto. En primer lugar, habiendo realizado la primera temporada de entrevistas, parece una necesidad la inclusión de una entrevistadora. Cambio importante, pero que ayudaría a reforzar la idea central del sitio, así como lograr mayor complicidad al momento de grabar las conversaciones.

Asimismo, se propone la realización de entrevistas con presencia de público, en instancias generadas en conjunto con organizaciones feministas, centros de alumnos o asambleas de mujeres en distintas universidades. De esta manera se logra una vinculación directa con potenciales audiencias, mientras al mismo tiempo se crea conexión con grupos estratégicos que pudiesen potenciar al sitio web de alguna forma.

En cuanto al trabajo web, junto con llevar a cabo las propuestas de difusión señaladas en el segundo capítulo de esta memoria, se podría realizar una estrategia que logre conectar de manera inmediata con la audiencia. Bajo esta premisa, las herramientas de transmisiones en directo de las redes sociales Facebook e Instagram permitirían generar el espacio para la participación de la audiencia durante la misma realización de las entrevistas. Así, se podrían establecer secciones como responder las preguntas de la gente, en tanto se tiene un feedback inmediato gracias a las valoraciones positivas y negativas en la sección de comentarios.

7. CONCLUSIONES

Cada cierto tiempo, el maravilloso mundo del internet revive una frase atribuida al escritor y periodista británico Eric Arthur Blair, más conocido por el seudónimo de George Orwell. Sin la certeza de si corresponde o no al autor de “1984”, sus palabras quedaron grabadas como ley durante mi formación en el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile: “Una noticia es aquello que alguien no quiere que se publique. El resto son relaciones públicas”.

Frase idílica que se distancia de la realidad diaria que muchos vivimos al momento de ejercer esta profesión. La vorágine por los “me gusta”, la decadencia de los medios masivos de comunicación tradicionales y la competencia por la inmediatez nos lleva a generar contenidos mediocres, sin la profundidad necesaria y sobre temas irrelevantes.

Inserto dentro de la rutina del trabajo en un medio de comunicación tradicional, pocas son las oportunidades de contar historias, de estar en la vereda de lo justo y de entregar la verdad a las personas. Sin tener poder en las decisiones editoriales, los periodistas podríamos quedar obligados a contar simplemente lo que otros quieren decir. Y es aquí donde el internet y las herramientas multimedia nos entregan todo la libertad para hacer periodismo.

Con costos bajos, una línea editorial propia y con la plena convicción de que este proyecto aporta en un tema importante para el país, la aventura de levantar el proyecto de Atrevidas.cl fue toda una oportunidad para hacer periodismo. La web nos ofrece uno de los entornos más necesarios para el ejercicio de esta labor: la independencia total y absoluta. En un país donde la concentración de los medios de comunicación logra esconder bajo la alfombra algunas temáticas, el simple acceso a un dispositivo con conexión a la red puede significar la difusión de voces que de otra forma nunca serían escuchadas.

Temáticas como la igualdad no son prioridad para los grandes medios de comunicación masiva, así como tampoco el darle un enfoque con perspectiva de género a sus contenidos. Por lo mismo, durante la la realización de atrevidas.cl pude darme cuenta de la importancia de la independencia al momento de tocar distintos temas. Si esta misma idea hubiese llegado a un editor de un medio

promedio, probablemente nunca hubiese llegado a buen puerto. Sin embargo gracias a las miles de herramientas de fácil acceso que la tecnología dispone, toda una nueva generación de periodistas tiene en su poder el potencial para desarrollar nuevos proyectos que entreguen potentes y novedosos contenidos.

8. BIBLIOGRAFÍA

CAMUS, J. Tienes 5 segundos.(En Línea) <http://tienes5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf> (Consulta: Julio, 2018)

COSENZA, E. Por qué el periodismo necesita salir de la caja. <https://medium.com/@ecosenza/por-que-el-periodismo-necesita-salir-de-la-caja-ae7fe966016a> (Consulta: Julio 2018)

GAL, S. Are Gradients The New Colors. <https://medium.muz.li/why-gradients-are-the-new-colors-3d8d42a7a6fc> (Consulta: Julio 2018)

INE. Brecha de género en el mercado laboral chileno. (En Línea) http://historico.ine.cl/genero/files/estadisticas/pdf/infografias/0_infografia_brecha_genero_mercado_laboral.pdf (Consultado: Julio 2018)

IRIGARAY, F. Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad. (Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015)

JENKINS, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. (Nueva York: New York University Press, 2006)

KRUG, S. No me hagas pensar. (Madrid: Pearson, 2006)

OCDE. Estudios economicos de la OCDE sobre Chile. (En Línea) <https://www.oecd.org/eco/surveys/Chile-2018-OECD-economic-survey-Spanish.pdf> (Consultado: Julio 2018)

ROST, A. Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia” (Neuquén : Publifadecs, 2016.)

9. ANEXOS



Imagen del sitio visitado desde un telefono movil en Julio de 2018.

UNIVERSIDAD DE CHILE
 Sucursal: UIC Chile (Código SII: 67051191)
 Corporación Educacional y Servicios
 Miraflores 222, Piso 14
 Santiago, Santiago

R.U.T.: 60.910.000-1
BOLETA ELECTRÓNICA
 N° 512057

S.I.I. - SANTIAGO CENTRO

Santiago, 26 de Abril de 2018

SEÑOR(ES): Nicolás Andrés Cabargas Madrid
 DIRECCIÓN: Lo Encalada 1564 Tel: +56.982775256
 COMUNA: Alhambra CIUDAD: SUEBIA
 CENTRO DE COSTO: 1966 ITEM: 6.1.01.03.01 (2152)
 VENCIMIENTO: 26 / 04 / 2018

Cantidad	Detalle	P. Unitario	Total
1.0	dominio atrevidas/4978871/1	9950.0	9950
Atencion a: Nicolás Andrés Cabargas Madrid			
Total			9950

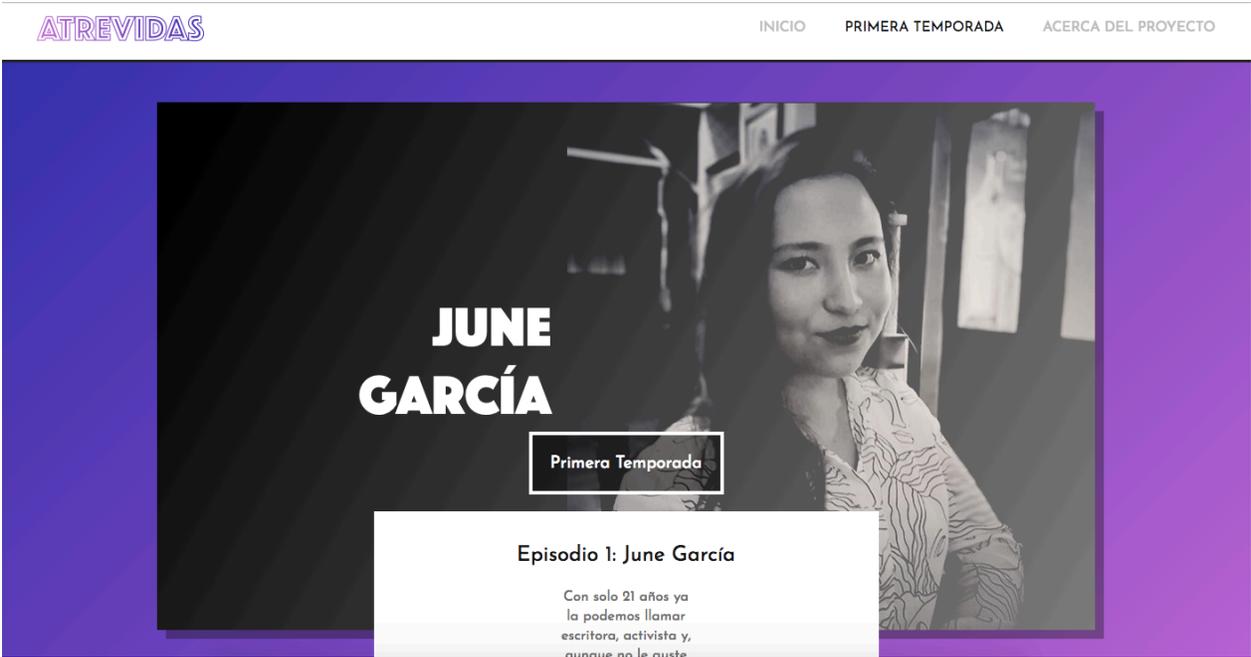
Formato Electrónico SII
 Res. 20 de 2002 - Verifique Documento: www.sii.cl

PAGADO
 26 abr 2018
 NIC CHILE

Boleta de compra Dominio.



Pantallazo del sitio visitado desde un computador en Julio de 2018.



Pantallazo del sitio visitado desde un computador en Julio de 2018.



Prof. Raúl Rodríguez O.
Director Escuela de Periodismo
Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la memoria de título “ Diseño de sitio web de entrevistas a mujeres – www.atrevidas.cl” del estudiante Nicolás Cabarga en la categoría Obra Digital

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9- 3.0.

Obra o producto digital (70%)

ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
PROPUESTA TEMÁTICA	Relevancia, originalidad, impacto.	20%
CONTENIDOS	Calidad periodística/comunicativa. Aspectos éticos básicos (uso de fuentes, licencias, derechos de autor, recursos de producción, aspectos éticos de impacto social). Técnicas y recursos de escritura en formato digital.	30%
ESTRATEGIA DE USUARIOS / AUDIENCIAS	Identificación perfil de usuarios/comunidades. Coherencia con contenidos. Estrategias de social media y aplicación. Estrategias generales de difusión.	20%
SUSTENTABILIDAD	Modelo de proyecto y potencialidades de sustentabilidad (continuidad a mediano y/o largo plazo).	15%
DISEÑO	Criterios generales y básicos de diseño en formato digital (tipografía, colores, armonía, criterios de presentación/visualización). Arquitectura de la información, distribución de contenidos, plantilla o interface visual gráfica/interactiva, Identidad visual, usabilidad.	15%

Ítem	Nota	Valor
1.1	6,0	1,2
1.2	5,8	1,7
1.3	5,0	1,0
1.4	5,0	0,8
1.5	5,2	0,8
Nota Final		5,5



Informe escrito (30%)

	ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1	Problemática y Fundamentación	Pertinencia, argumentos crítico-teóricos para fundamentar la propuesta, el tema y los contenidos desarrollados. Potencial de sustentabilidad del proyecto.	25%
1.2	Pertinencia periodística /informativa - comunicativa	Relevancia y originalidad. Criterio y capacidad para desarrollar contenidos de actualidad y de sostener información, relatos e historias a través del modelo de proyecto propuesto.	25%
1.4	Metodología desarrollada	Capacidad para sistematizar y explicar el proceso de desarrollo metodológico e investigativo con coherencia y pertinencia, especificando etapas, problemas y desafíos. Utilización de datos e información de otras fuentes y/o generados a través de herramientas de recolección de datos. Manejo ético de fuentes.	25%
1.5	Aspectos Tecnológicos y Formales	Fundamentación teórica y práctica sobre los lenguajes, formatos y medios utilizados. Explicación del proceso de de diseño (wireframes, mapas de contenido, gestor de contenidos escogido, social media, usabilidad etc.)	25%

Item	Nota	Valor
1.1	5,0	1,3
1.2	5,5	1,4
1.3	5,0	1,3
1.4	5,0	1,3
Nota Final		5,1

NOTA FINAL PROMEDIO

Item	Nota	Valor
Informe	5,1	3,6
Obra Digital	5,5	1,7
Nota Final		5,2



COMENTARIO

La memoria de título *Atrevidas*, busca aportar en un tema que particularmente este año se ha visibilizado y puesto en evidencia: la presencia de mujeres destacadas en distintas actividades, oficios en la vida pública chilena. Bajo esa premisa, el proyecto busca plantear como propuesta un ciclo de entrevistas a un grupo de mujeres en formato "televisivo", y que finalmente se hace accesible a través de una weblanding, donde se accede a una biografía de la entrevistada y a través de un canal de youtube.

La idea no es nueva en sí, ya que ha sido canalizada con distintos formatos, énfasis y formatos desde espacios en medios que buscan visibilizar a mujeres chilenas (y/o de otras nacionalidades), algunos ejemplos son citados en el mismo benchmark que se hace para este proyecto *Mujeres Bacanas* (www.mujeresbacanas.cl), *Es Mi Fiesta Magazine* (esmifiestamag.com), en radios online como *Súbela* o en medios digitales como EIDesconcierto.cl

En ese sentido, si bien la idea del proyecto es interesante, el fondo y el sentido del proyecto carecen de una problematización del para qué y para quiénes está pensado- más allá de ser un ciclo de entrevistas a "sólo mujeres". No sólo por tener un foco en mujeres, es un proyecto que contenga una visión o una perspectiva de género en su génesis y en su fondo editorial.

El formato de entrevista elegido no es muy dinámico, más allá de la dinámica que se puede dar o no en una conversación entre un entrevistador y una entrevistada. Sin ser la académica experta en el área televisiva, al estar planteado como una entrevista televisiva, se pierde la oportunidad de hacer más dinámica y aportadora la instancia de poder conocer y saber más de estas mujeres. Una buena conversación grabada a una cámara, necesita de un temario potente de manera de llevar a la entrevistada a compartir opiniones, puntos de vista, reflexiones que den cuenta de su pensar, sus intereses, su propuesta etc.

Precisamente el proyecto carece de lo que se plantea en el informe escrito de querer ser un proyecto de narrativa transmedia, que finalmente es lo que no desarrolla. Por ejemplo, el formato de grabarlo como entrevista a una cámara se podría potenciar aún más una narrativa audiovisual que acompañe a la entrevistada en alguna de sus actividades por ejemplo durante todo un día, lo que implica una edición y postproducción posterior. Desde el sitio web se podría disponer de mayor diversidad de contenidos asociados: no sólo a la biografía de la entrevistada, sino que por ejemplo sobre la temática, campo de trabajo, situación en que o sobre la que ella busca aportar, cambiar, crear. Un ejemplo: para el caso de la seleccionada nacional de fútbol femenino *Fernanda Pinilla*, se podría potenciar su espacio de biografía en la web con un artículo, crónica o reportaje sobre la historia del fútbol femenino en Chile, etc

Luego en el mismo sentido, el proyecto carece de una estrategia de redes sociales que permita potenciar la interacción con la comunidad y las conversaciones sobre lo que ocurre en cada entrevista. En ese sentido, está muy focalizada en usar las redes sociales como canales de



difusión del contenido de la entrevista que se ha grabado, más que en pensarlas como un estrategia y parte de la metodología del que el proyecto podría sacar más partido: desde la pregunta " a quiénes deberíamos entrevistar".

Por ejemplo, si el programa cambiara la lógica y se grabara pero si se emitiera en ese momento vía streaming – usando por ejemplo Facebook live o vía youtube, habría oportunidad para potenciar la interacción con una comunidad que puede preguntar, comentar, conversar directamente y eso le daría un giro a la propuesta al reconocerlas como líderes de opinión, etc.

El sitio web en ese sentido está desarrollado de una forma muy acotada, estilo landing, sin un mayor desarrollo de arquitectura de información aún- porque también hay pocos capítulos o episodios grabados, donde básicamente se usa la web para presentar a la entrevistada.

El informe está correcto para lo solicitado, dando cuenta del proceso de creación, desarrollo y producción de lo audiovisual y de la construcción de la weblanding. Hay un proceso de diseño de experiencia de usuario básica, lo mismo que el ejercicio de perfiles de usuarios/as , que puede ser profundizado y desarrollado con mayor detalle y consideración de diversidades.

Sería interesante que en la defensa, se abordaran también aspectos como: el posicionamiento en la web, la consideración de aspectos de accesibilidad (por ejemplo, las entrevistas podrían tener subtítulos para hacerlas accesibles a personas con discapacidad auditiva, el etiquetado de notas, fotos, etc), las proyecciones del proyecto (cómo quiere crecer, proyectarse, se queda como un programa de entrevistas o bien incluso puede ser un proyecto de historias de mujeres), cuáles son las alternativas de sustentabilidad financiera – monetización o algún plan de negocios, etc ,

En síntesis, las intenciones del proyecto son interesantes y pueden ser un aporte en la necesaria creación de nuevos proyectos de medios que apuestan por abrir más visibilidad de las mujeres chilenas, pero también puede ser un proyecto mucho más potente en su sentido, en el espacio de conversaciones que busca abrir, en lo creativo, en el uso de narrativas digitales , en las formas de participación e interacción, etc

Atentamente

Patricia Peña Miranda

Nombre profesora Patricia Peña Miranda

Santiago, 09 de octubre de 2018



Prof. Tania Tamayo G.
Jefa de Carrera Escuela de Periodismo
Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
PRESENTE

A continuación le comunico a Usted la evaluación de la memoria de título “**Desarrollo del sitio web de entrevistas a mujeres www.atrevidas.cl**” del estudiante **Nicolás Andrés Cabargas Madrid**, en la categoría Obra Digital:

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9–3.0.

Obra o producto digital (70%)

ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
PROPUESTA TEMÁTICA	Relevancia, originalidad, impacto.	20%
CONTENIDOS	Calidad periodística/comunicativa. Aspectos éticos básicos (uso de fuentes, licencias, derechos de autor, recursos de producción, aspectos éticos de impacto social). Técnicas y recursos de escritura en formato digital.	30%
ESTRETEGIA DE USUARIOS / AUDIENCIAS	Identificación perfil de usuarios/comunidades. Coherencia con contenidos. Estrategias de social media y aplicación. Estrategias generales de difusión.	20%
SUSTENTABILIDAD	Modelo de proyecto y potencialidades de sustentabilidad (continuidad a mediano y/o largo plazo).	15%
DISEÑO	Criterios generales y básicos de diseño en formato digital (tipografía, colores, armonía, criterios de presentación/visualización). Arquitectura de la información, distribución de contenidos, plantilla o interface visual gráfica/interactiva, Identidad visual, usabilidad.	15%

Item	Nota	Valor
1.1	5,0	1,0
1.2	5,0	1,5
1.3	5,0	1,0
1.4	5,0	0,8
1.5	7,0	1,1
Nota Final		5,3



Informe escrito (30%)

	ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1	Problematización y Fundamentación	Pertinencia, argumentos crítico-teóricos para fundamentar la propuesta, el tema y los contenidos desarrollados. Potencial de sustentabilidad del proyecto.	25%
1.2	Pertinencia periodística /informativa - comunicativa	Relevancia y originalidad. Criterio y capacidad para desarrollar contenidos de actualidad y de sostener información, relatos e historias a través del modelo de proyecto propuesto.	25%
1.4	Metodología desarrollada	Capacidad para sistematizar y explicar el proceso de desarrollo metodológico e investigativo con coherencia y pertinencia, especificando etapas, problemas y desafíos. Utilización de datos e información de otras fuentes y/o generados a través de herramientas de recolección de datos. Manejo ético de fuentes.	25%
1.5	Aspectos Tecnológicos y Formales	Fundamentación teórica y práctica sobre los lenguajes, formatos y medios utilizados. Explicación del proceso de de diseño (wireframes, mapas de contenido, gestor de contenidos escogido, social media, usabilidad etc.)	25%

Item	Nota	Valor
1.1	5,0	1,3
1.2	6,5	1,6
1.3		
1.4	5,0	1,3
1.5	6,0	1,5
Nota Final		5,6



NOTA FINAL PROMEDIO

Item	Nota	Valor
Obra Digital	5,3	3,7
Informe	5,6	1,7
Nota Final		5,4

COMENTARIO

Expresas que tu proyecto es transmedia, pero me cuesta encontrar las características transmedia en él. Diría que trabajaste el género de las entrevistas de forma bastante tradicional, solo que las subiste a una plataforma digital.

No desarrollaste la interacción con otros sitios, con el usuario (por ejemplo, solo invitas a tus redes en la página acerca del proyecto, no durante las entrevistas, no en las páginas internas de las entrevistas), tampoco juegas con otros recursos disponibles para facilitar que el usuario decida su propia forma de interactuar con tus contenidos (por ejemplo, generar transcripciones de las entrevistas para quien prefiera leer, hacer los videos descargables para ver "en la micro" sin conexión, o archivos de audio tipo podcast, también descargables...), en las secciones de texto donde describes los episodios no hay escritura para la web, no enlaces a otros sitios ni a tus otros episodios.

En cuando a la entrevista en sí, encuentro muy valioso el haber reunido y conversado con estas chicas que tienen tanto que decir para inspirar a otras generaciones, pero quedaron muy largas para lo desordenada que resulta la "lectura" en la web. Mucha cámara fija para estos espacios en donde la gente navega "escaneando" y haciendo mil cosas a la vez. Podrías haber generado varios micros que sumaran entre sí y pudieran ser vistos rápidamente y en distintos momentos.

Con respecto al diseño de la plantilla me gustó mucho. Genial haber aportado a github la personalización que realizaste.

Otro tema, dices que tu proyecto no es costoso y sí que lo es. En las plataformas digitales no debemos invisibilizar el costo "humano" –como lo llamas- esa es la base del éxito de los proyectos, por tanto, hay que ponerle un valor para garantizar la subsistencia del mismo. Los proyectos que hacemos por "amor al arte" o "por la buena onda" pocas veces sobreviven al rigor de la vida....



Otro dato: adsense de Google cada vez está generando menos ingresos, y para que funcione, un sitio web debe tener un tránsito considerable y de la forma en que tienes planteado tu sitio web actualmente, no alcanzaría los números para que te de ingresos modestos por esta vía y mantener viva la página.

Atentamente,



Andrea Hoare Madrid

Nombre profesora

Santiago, 03 de septiembre de 2018.



Profesora
Tania Tamayo Grez
Jefa de Carrera Escuela de Periodismo
Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
PRESENTE

A continuación comunico a usted la evaluación de la memoria de título "www.atrevidas.cl" del estudiante Nicolás Cabargas Madrid, en la categoría Obra Digital:

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9- 3.0.

Obra o producto digital (70%)

ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
PROPUESTA TEMÁTICA	Relevancia, originalidad, impacto.	20%
CONTENIDOS	Calidad periodística/comunicativa. Aspectos éticos básicos (uso de fuentes, licencias, derechos de autor, recursos de producción, aspectos éticos de impacto social). Técnicas y recursos de escritura en formato digital.	30%
ESTRATEGIA DE USUARIOS / AUDIENCIAS	Identificación perfil de usuarios/comunidades. Coherencia con contenidos. Estrategias de social media y aplicación. Estrategias generales de difusión.	20%
SUSTENTABILIDAD	Modelo de proyecto y potencialidades de sustentabilidad (continuidad a mediano y/o largo plazo).	15%
DISEÑO	Criterios generales y básicos de diseño en formato digital (tipografía, colores, armonía, criterios de presentación/visualización). Arquitectura de la información, distribución de contenidos, plantilla o interface visual gráfica/interactiva, Identidad visual, usabilidad.	15%

Item	Nota	Valor
1.1	5,0	1,0
1.2	4,8	1,4
1.3	5,0	1,0
1.4	5,0	0,8
1.5	5,5	0,8
Nota Final		5,1

Informe escrito (30%)

	ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1	Problemática y Fundamentación	Pertinencia, argumentos crítico-teóricos para fundamentar la propuesta, el tema y los contenidos	25%



		desarrollados. Potencial de sustentabilidad del proyecto.	
1.2	Pertinencia periodística /informativa - comunicativa	Relevancia y originalidad. Criterio y capacidad para desarrollar contenidos de actualidad y de sostener información, relatos e historias a través del modelo de proyecto propuesto.	25%
1.4	Metodología desarrollada	Capacidad para sistematizar y explicar el proceso de desarrollo metodológico e investigativo con coherencia y pertinencia, especificando etapas, problemas y desafíos. Utilización de datos e información de otras fuentes y/o generados a través de herramientas de recolección de datos. Manejo ético de fuentes.	25%
1.5	Aspectos Tecnológicos y Formales	Fundamentación teórica y práctica sobre los lenguajes, formatos y medios utilizados. Explicación del proceso de de diseño (wireframes, mapas de contenido, gestor de contenidos escogido, social media, usabilidad etc.)	25%

Item	Nota	Valor
1.1	4,8	1,2
1.2	4,8	1,2
1.4	4,8	1,2
1.5	4,8	1,2
Nota Final		4,8

NOTA FINAL PROMEDIO

Informe	4,8	1,4
Obra Digital	5,1	3,6
Nota Final		5,0

COMENTARIO

El sitio "Atrevidas" parte del reconocimiento de que en la sociedad patriarcal, las mujeres quedan fuera de los registros oficiales: de la historia, de los medios de comunicación, de los premios. Desde ese punto de vista, dar a conocer las vivencias de mujeres para que otras mujeres puedan conocer sus historias, como propone el trabajo de título de Nicolás Cabargas Madrid, es muy pertinente. Así, este trabajo se enmarca en una línea que han venido desarrollando numerosas estudiantas – y pocos estudiantes- en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile.

Este importante propósito, sin embargo, enfrenta algunas dificultades en el trabajo presentado. Por un lado, no define claramente cuáles son los objetivos del sitio: ¿mostrar a mujeres exitosas?, ¿mujeres que puedan ser ejemplo?, ¿de qué?, ¿conocer la diversidad de espacios en que se desempeñan las mujeres? En el informe, el punto no quedó claro (como se observó en el manuscrito entregado para revisión) y esto se traduce en las entrevistas que se presentaron para el proyecto.

La elección de las cuatro mujeres jóvenes se relaciona con el hecho de que son conocidas en los espacios en que se desenvuelven, por lo que serían interesantes para unas posibles seguidoras del sitio. ¿Ése es el público elegido? Pero hay muchas mujeres de más edad y de condiciones menos



privilegiadas que, sin duda, son muy inspiradoras, como las dirigentas sociales. A lo mejor están pensadas para una segunda etapa.

Desde el punto de vista de los contenidos, también faltó una definición conceptual. Preguntar sobre las vidas personales, el movimiento feminista, o las dificultades que enfrentaron en sus trabajos no necesariamente constituye una entrevista con perspectiva de género (que es lo que buscaría el sitio). Por ejemplo, el éxito —que pareciera ser el tema central que reúne a las entrevistadas— es parte de la ideología patriarcal —y capitalista— que busca la competencia y el logro individual. Para las mujeres, el éxito es un problema. Por una parte, porque el éxito se mide desde modelos masculinos. También porque se consiguió luego de que las mujeres se masculinizaran en sus conductas y valores de modo de ingresar a un mundo hasta entonces cerrado como es en la política o en los negocios. A ello se suma que las “mujeres exitosas” son personas de excepción, hechos aislados que no tienen continuidad en la historia. Al margen quedan las experiencias de las mujeres que son reconocidas por otras mujeres y que, posiblemente, no entren en los registros mencionados anteriormente.

Desde ese punto de vista, las entrevistas se pudieron plantear desde una mirada diferente sobre el reconocimiento público, que evitara mostrarlas como mujeres sin genealogía. Ellas hablan de sus maestras o de sus madres, de quienes aprendieron, quienes se constituyeron en sus modelos, y a quienes, de algún modo replican, en lo que hacen en sus trabajos. Una pauta de preguntas más elaborada pudo servir a construir una mirada más clara desde las mujeres y hacia las mujeres.

En relación con la forma, las entrevistas son demasiado largas para un proyecto multimedia. Veinte minutos es un exceso, por más interesante que sea la entrevistada. Está comprobado que la atención en internet es muy breve. Por eso se necesita de una edición ágil, uso de la cámara, del generador de caracteres, evitar la presencia del entrevistador en cámara... El diseño se queda en algo muy tradicional con el uso del morado (fórmula muy repetida) y bastante plano. Quizás haber realizado un benchmarking de medios feministas extranjeros habría ayudado a tomar otras decisiones. Si la audiencia es un público joven, este formato no resulta para nada atractivo.

En cuanto al informe presentado, hago una serie de observaciones de forma y de contenido (ver el manuscrito entregado para evaluación). Sugiero precisar mejor el proyecto, justificar mejor las decisiones adoptadas y sustentartas con argumentos teóricos. También es indispensable una edición del mismo ya que hay numerosos problemas de redacción.

Atentamente,


Carolina Muñoz Castillo

Santiago, 5 de agosto de 2017