



Universidad de Chile

Instituto de la Comunicación e Imagen

Escuela de Periodismo

«HISTÓRICAS:

RELATOS DE MUJERES EN CHILE»

Proyecto en formato transmedia

www.relatosdemujeresenchile.com

PAULA PÍA ALTAMIRANO AZÚA

TANIA BELÉN ZAMBRANO AGUILERA

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Categoría: Digital

PROFESORA GUÍA: ANDREA HOARE MADRID

SANTIAGO DE CHILE

Octubre 2021

ÍNDICE

Presentación	2
I. Introducción	3
1.1 Alcance	7
1.2 Problema	7
1.3 Relevancia o justificación	7
1.4 Supuestos	23
1.5 Objetivo General	24
1.6 Objetivos Específicos	24
II. Marco Teórico	26
III. Metodología	55
IV. Desarrollo del Proyecto	65
4.1 Benchmarking	67
4.2 Público objetivo	95
4.3 Estrategia de contenidos	99
4.4 Arquitectura de Información	112
4.5 Desarrollo de la Identidad visual	126
4.6 Aspectos Tecnológicos	136
4.7 Aspectos Financieros	140
V. Conclusiones	144
VI. Bibliografía	146
VII. Anexos	
7.1 Entrevistas	151
7.2 Brief creativo	165
7.3 Guión capítulo piloto.....	167
7.4 Guiones capítulos podcast	171
7.5 Cartas de cesión de derechos de imagen	185
7.6 Cartas de uso de locaciones	185

PRESENTACIÓN

«Históricas: Relatos de mujeres en Chile» se plantea como una plataforma digital que funciona como una vitrina de diversas historias de mujeres en nuestro país, contadas y archivadas en un formato transmedia. De esta manera, cada uno de los registros estará conectado entre sí, respetando las individualidades de cada medio, dándole profundidad y desarrollo a cada una de las historias alojadas en la página web www.relatosdemujeresenchile.com.

Este proyecto busca – como eje central – archivar historias de mujeres para su posterior visita y lectura, las cuales han sido constantemente invisibilizadas por la historia y una cultura dominada por lo masculino, donde se le ha dado prioridad a estas vivencias y testimonios, en desmedro de aquellos protagonizados por mujeres.

Además, buscamos hacerlo de manera innovadora en su ejecución, aprovechando todas las herramientas que ofrece la tecnología actual y que han sido adaptadas para narrar, con carácter periodístico, distintos hechos e historias. De esta forma, se profundizará en la vida de aquellas protagonistas de los tres primeros relatos disponibles en «Históricas» mediante la lectura de textos en los géneros de entrevistas, crónicas y reportajes, su escucha en formato sonoro y vista en un capítulo piloto de una webserie en realidad virtual.

Así, armamos un proyecto con una propuesta de valor definida, manteniendo como norte una premisa revelada en las siguientes palabras de la periodista argentina Leila Guerriero, haciendo honor a relevancia de la conservación y trascendencia de estos relatos porque “contar una historia es un intento de entender el mundo”¹ y queremos entenderlo desde el punto de vista de estas mujeres que habitan nuestro territorio.

¹ Linares, A. (2010). *Leila Guerriero: “Contar una historia es un intento de entender al mundo”*. Recuperado el 26 de junio del 2021 de Diario ProDavinci. Disponible en el sitio web: <https://historico.prodavinci.com/2010/07/11/actualidad/leila-guerriero-contar-una-historia-es-un-intento-de-entender-al-mundo/>

I. INTRODUCCIÓN

Para nadie es una sorpresa que el feminismo ha tenido un impacto en nuestro país durante los últimos años, como nunca lo había tenido otro movimiento que afectara todas las áreas de la vida de las mujeres en Chile.

No sólo a través de las grandes convocatorias a marchas cada 8 de marzo este movimiento (también denominado como “ola feminista”) se ha hecho notar, sino que también ha generado repercusión por medio de expresiones artísticas que se han replicado de forma internacional, como la performance “Un violador en tu camino”, popularizada por el colectivo LASTESIS² y también, por cambios estructurales que poco a poco se han ido vislumbrando en distintas instituciones y orgánicas de este país al sur del mundo. Sin ir más lejos, es importante recordar que seremos el primer país en escribir una Constitución mediante una Convención Constitucional paritaria.

A partir de la incidencia de este fenómeno social – como diría Elena Caffarena de Jiles³ – el cual tiene sus fundamentos en la realidad misma y emerge desde distintos acontecimientos, es que el periodismo también se ha visto interpelado y nosotras, autoras de esta memoria, nos vemos increpadas directamente: ¿estamos realizando alguna acción concreta por hacer un periodismo feminista, que reivindique las historias de mujeres?

Es en este punto en que surge la idea en 2019 de poder armar algún tipo de proyecto periodístico que recoja testimonios e historias de mujeres en nuestro país, con una perspectiva de género y que acompañe nuestro propio camino, proceso y obra en construcción feminista, aún sin saber el cómo lo llevaríamos a cabo.

Poco a poco nos dimos cuenta de que las narrativas digitales nos ofrecían un campo amplio de desarrollo para cualquier tipo de proyecto, ya que han marcado el progreso del periodismo durante los últimos años a nivel nacional y mundial. En palabras del periodista Ismael Nafría, autor del libro “La reinención de The New York Times” (2017) el sector

² Tapia, J. (2021). *Lastesis: “El feminismo no es una meta”*. Recuperado el 21 de julio de 2021, de Coolt. Disponible en el sitio web: https://www.coolt.com/libros/lastesis-feminismo-no-es-meta_104_102.html

³ Colectivo LASTESIS. (2021). *Antología Feminista*. Chile: Penguin Random House.

periodístico se ha visto totalmente invadido por la revolución digital (p.5). Y aquí también es donde surge una especie de estancamiento al no saber abordar lo que implican estos nuevos lenguajes asociados a aplicaciones, plataformas transmedia, realidad virtual y la forma de retroalimentación que tiene cada una, implicando un cambio en el entendimiento y reacción de los interlocutores a estos mensajes. Nuevamente, en palabras de Nafría: “en ningún otro momento de la historia los medios de comunicación han contado con tantos consumidores como en la actualidad” (p.6).

Además de lo anterior, se nos presentó un escenario mundial pandémico – donde la comunicación presencial pasó a un plano secundario en virtud de evitar contagios – nos hemos dado cuenta, desde nuestro lugar de usuarias, de la importancia y relevancia que tiene Internet en nuestras vidas. Durante estos meses nos ha abierto muchas ventanas (literalmente, pensando en todas las ventanas de nuestros navegadores que abrimos diariamente) y oportunidades a actividades que se vieron suspendidas por el confinamiento que nos impuso el Covid-19.

El encierro nos obligó a buscar otras vías para llevar a cabo distintas tareas y poco a poco, comenzamos a escuchar la palabra Zoom más seguido (o la palabra “videollamada”), como una solución para organizar conferencias, dictar seminarios y por qué no, juntarse con amigos y familiares para saber de sus días de encierro: “¡Hagamos un Zoom!”.

La conectividad tomó una relevancia que ya era evidente, pero que hoy en día lo es aún más. Para informarse, educarse o inclusive, desconectarse de la realidad, Internet está allí reproduciendo una serie en Netflix, un podcast en Spotify o ayudándonos con una meditación guiada en algún video disponible en YouTube.

Y es que el consumo de Internet durante el primer trimestre en que llega la pandemia a nuestro país en 2020 – de finales de marzo a finales de mayo – tuvo un aumento del 40% en comparación a marzo de 2019, según datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel)⁴. Datos que se complementan a los mismos aportados por la institución, donde en

⁴ Subsecretaría de Telecomunicaciones. (2020). *Tráfico total de Internet fija y móvil crece 40% a marzo de 2020 impulsado por la pandemia de COVID-19*. Recuperado el 11 de julio de 2021, de Gobierno de Chile. Disponible en el sitio web: <https://www.subtel.gob.cl/trafico-total-de-internet-fija-y-movil-crece-40-a-marzo-de-2020-impulsado-por-la-pandemia-de-covid-19/>

septiembre de ese mismo año, se registraron 19,8 millones de conexiones móviles (3G y 4G), representando un alza del 7,2% en comparación a 2019. Las estadísticas también indicaron que, para esa fecha, existían 54 millones de servicios de telecomunicaciones, los que se traducen en 2,8 servicios por persona⁵.

Sumado a lo anterior, este significativo aumento del uso de Internet en medio de esta emergencia sanitaria también trajo consigo el incremento en la oferta de contenidos disponibles en distintas plataformas y su consumo por parte de distintas audiencias. Por ejemplo, según el informe Digital 2021 preparado por We Are Social y Hootsuite⁶, se indicó que 16 millones de usuarios estuvieron activos durante el 2020 en redes sociales a nivel nacional, lo cual representa un 86,5% de la población total del país.

De estos 16 millones de usuarios activos – que pasaron de forma acumulada más de 20,45 billones de horas en dispositivos móviles con sistema operativo Android – la mayor parte de los hizo consumo de contenido mediante la visita de tres aplicaciones principales: Facebook, YouTube e Instagram⁷.

Por otro lado, además de los factores mencionados anteriormente, como un contexto feminista que poco a poco está cambiando las lógicas de distintas áreas de la sociedad, el asentamiento de las narrativas digitales en el periodismo y una pandemia que aumentó aún más el consumo de contenidos en Internet, se suma una necesidad urgente de ir archivando diversas historias ante la cantidad de muertes y el replanteamiento de la vida que trajo consigo el coronavirus.

Diversos son los artículos publicados en las secciones de salud o bienestar en medios como The New York Times o The New Yorker en donde se profundizó esta idea. Y a nivel nacional, el psicólogo clínico Matías Méndez publicó una columna de opinión en El Mostrador en donde comenta que “en tan sólo un par de meses, todos nosotros nos hemos

⁵ Subsecretaría de Telecomunicaciones. (2021). *Conexiones móviles alcanzan los 19,8 millones e internet fijo crece cerca del 8% a septiembre de 2020*. Recuperado el 11 de julio 2021, de Gobierno de Chile. Disponible en el sitio web: <https://www.subtel.gob.cl/conexiones-moviles-alcanzan-los-198-millones-e-internet-fijo-crece-cerca-del-8-a-septiembre-de-2020/>

⁶ Ramírez, M. (2021). *Uso de redes sociales en Chile: 16 millones acceden al social media, la mayoría a Facebook* (2021). Recuperado el 11 de julio de 2021, de Marketing Ecommerce. Disponible en el sitio web: <https://marketing4ecommerce.cl/redes-sociales-en-chile/>

⁷ Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Chile*. Recuperado el 11 de julio de 2021, de Hootsuite. Disponible en el sitio web: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-chile?rq=chile>

visto enfrentados a la difícil tarea de volvernos plenamente conscientes de cuán frágil y efímera es nuestra existencia”⁸.

Como una manera de honrar las vidas perdidas en medio de esta frágil existencia, el New York Times le dedicó una portada completa en su edición impresa a aquellos nombres de personas muertas a causa del Covid-19, en lo que sería una pérdida incalculable para Estados Unidos⁹. Y en Chile, la periodista Alejandra Matus también tomó la tarea de recordar y archivar historias en su “Proyecto Obituario Pandémico”¹⁰ en donde edita diversos textos de personas que quieren ser recordadas por sus seres queridos, de quienes no pudieron despedirse propiamente y quedó un registro sólo en la memoria de quienes compartieron con ellos.

Todos estos factores confluyeron en el replanteamiento de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile», proyecto que partió por una necesidad de registrar historias de mujeres en un formato innovador, pero que poco a poco fue adquiriendo más profundidad ante una urgencia como ir perdiendo la posibilidad de recoger las voces de mujeres que quizás no estén el día de mañana. ¿Cómo honramos a aquellas mujeres que han tenido relevancia en nuestras vidas? ¿Hay suficientes proyectos nacionales que den cuenta de historias de mujeres que viven en contextos cruzados por distintas luchas sociales?

Finalmente, además de tener una necesidad de lograr archivar estas voces, queríamos hacerlo en un formato lo suficientemente interesante para los usuarios ante la diversidad de contenido que está presente actualmente en Internet. Allí es donde decidimos transformarnos en una página web que distribuya su contenido en un formato transmedia, complementando cada una de estas historias mediante entrevistas, crónicas, reportajes, una primera temporada de un podcast y el piloto y tráiler de una webserie, siendo alojados estos contenidos en

⁸ Méndez, M. (2020). *Pandemia: la crisis del sentido y el porvenir*. Consultado el 21 de julio del 2021, de El Mostrador. Disponible en el sitio web: <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2020/05/03/pandemia-la-crisis-del-sentido-y-el-porvenir/>

⁹ Grippe, John. (2020). *Cómo se hizo la portada repleta de nombres*. Consultado el 21 de julio del 2021, de The New York Times. Disponible en el sitio web: <https://www.nytimes.com/es/2020/05/23/espanol/portada-NYT-coronavirus-victimas.html>

¹⁰ Matus, Alejandra. (2020). *Proyecto Obituario Pandémico*. Consultado el 21 de julio del 2021, de Jaque Matus. Disponible en el sitio web: <https://jaquematus.com/category/obituario/>

www.relatosdemujeresenchile.com, web que funcionará como un producto mínimo viable, sin estar iterada con los potenciales usuarios.

1.1 Alcance

A partir de todo el diagnóstico realizado anteriormente, situándonos en el contexto actual en el que desarrollamos esta memoria y teniendo en cuenta los cambios de dirección por los cuales pasó, nuestra investigación y registro de historias de mujeres chilenas en formato transmedia tendrá espacio en localidades cercanas a las investigadoras, dependiendo de los contextos de producción de cada una de las historias. En una primera instancia, tomarán sitio en las regiones Metropolitana y de Valparaíso.

Además, la investigación estará acotada a revisar los conflictos sociales en los que están inmersas estas mujeres con inicio en 2019 – que es cuando parte la idea de esta memoria – hasta el 2021, año en que se siguen desarrollando sus historias de vida, afectadas por otros factores propios de la contingencia.

1.2 Problema

Nuestra principal problemática para resolver en esta investigación es la siguiente: ¿Cómo se puede distribuir, respetando los principios de un relato transmedia, las historias de distintas mujeres teniendo como principal soporte una página web?

De la cual se desprenden otras preguntas como:

- ¿Cómo cambia la narrativa que consumen las audiencias al entrar a un relato transmedia por sus distintas plataformas?
- ¿Cuáles y cómo son las aristas que rodean la vida de distintas mujeres chilenas?
- ¿Cómo afecta el machismo al desarrollo de esas aristas?

1.3 Relevancia o justificación

El mayo feminista de 2018 en nuestro país fue una fecha que marcó un antes y un después respecto a la forma en que se comenzaron a discutir diversas problemáticas que afectaban a las mujeres en muchas de las áreas de sus vidas en sociedad y en cómo las instituciones se empezaron a hacer cargo de esta discusión. Ellas – que antes observaban estos conflictos en sus vidas diarias – ahora se transformaron en un colectivo que llegó la

discusión al espacio público, inclusive poblando estos espacios públicos y comunes con las masivas marchas cada 8 de marzo.

Una de las áreas a las que la discusión feminista llega – y que es de especial interés para el ejercicio periodístico – es a la historia como disciplina de registro y entendimiento de procesos sociales, desde donde se ha ido reconfigurando y cuestionando ciertas formas de ver el relato común existente, en donde las voces de mujeres habían sido omitidas, excluidas o poco visibilizadas.

Problemática que claramente no tiene un punto de exaltación en 2018 – conocido es el trabajo desde la Historia o Sociología de las feministas Olga Poblete o Sandra Palestro, por nombrar algunos ejemplos – pero que, para nosotras como estudiantes de periodismo y también futuras responsables de dar vitrina a distintos relatos, sí toma especial relevancia en medio de esta contingencia que se iría haciendo repetitiva, con justa razón, con el pasar de los años.

La misma socióloga y Coordinadora Nacional de la Red chilena contra la Violencia hacia las Mujeres, Sandra Palestro, en el libro “Nunca más mujeres sin historia” de 2018, menciona la importancia de darle valor a estos relatos:

Hasta hace algunas décadas, muy poco sabíamos de la acción colectiva desplegada por las mujeres en Chile y, menos aún, de quiénes se habían destacado en la formación y conducción de organizaciones y creado corrientes de pensamiento. Y no era porque no existieran testimonios de aquellos hechos, después supimos que había artículos, documentos y libros, además de algunos periódicos de organizaciones de mujeres, que daban cuenta de esas acciones y consignaban ese pensamiento.

Aún así, hasta hace poco, en las unas a las otras estaba tan arraigada la ausencia de las mujeres en sus imaginarios que ni estos mismos relatos remitían a ellas, a la importancia de sus luchas cotidianas o de su rebeldía, producto de la frustración que habían experimentado. Las experiencias de ellas, aunque vistas y expresadas, nada nos decían: no reconocíamos su valor (p.31)

Por otro lado, si desde la historia no se había realizado un trabajo de recopilación constante desde el punto de vista de las mujeres, la prensa tampoco contribuyó en la

conformación de este relato. Salvo contadas excepciones en donde mujeres se hacen cargo de la editorial de medios de carácter feminista, como en la prensa obrera realizada en medios como La Alborada o Acción Femenina, o en medios digitales actuales como Revista Paula – y su cambio de editorial actual – o secciones como Braga de El Mostrador (con los matices que ello conlleva), el relato en general al momento de contar historias de mujeres o hablar de mujeres y sus conflictos, sigue teniendo una línea que resalta otras características, permitiendo la poca profundización de estas narraciones.

Nuevamente, en palabras de Palestro:

Por su parte, la prensa cuando incluía algo sobre mujeres era para resaltar la feminidad de aquellas que sobresalían en alguna área o para denostar a las que transgredían los patrones culturales dominantes, tergiversando y sesgando sus planteamientos y enlodando sus nombres (p.33).

En virtud de lo anterior, es que una de las primeras inquietudes para realizar este proyecto nace de la necesidad de poder recopilar historias de mujeres, no solamente profundizando en sus biografías, sino que también en sus contextos, en los conflictos sociales en que sus vidas se ven envueltas y en el papel que cumple cada una de ellas en sus comunidades, llevando distintas luchas sociales expuestas en sus testimonios. “Necesitamos que se difundan los saberes de las mujeres y los conocimientos e interpretaciones que hemos producido” (p.30) estipula Marcela Lagarde y de los Ríos en “El feminismo en mi vida” (2012), argumento con el cual nos sentimos completamente representadas.

En consecuencia de lo anterior, consideramos que uno de los aspectos relevantes de este proyecto recae en su temática, en donde nos proponemos realizar un tratamiento acabado de las distintas historias de mujeres en Chile, acotadas en una primera etapa a la selección de tres relatos de mujeres que vivan entre la Región Metropolitana y Valparaíso, y que enfrenten diversos conflictos en sus vidas diarias.

Lo anterior, también respaldado en las palabras de la periodista e investigadora Eva Domínguez, quien en sus tesis “Periodismo Inmersivo: Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y la acción” de 2013, cuestiona el rol del periodista al momento de escoger ciertos hechos para llevarlos a distintas plataformas:

El periodista es un mero intermediario entre los hechos y el público al que se exponen. El periodista como intérprete de la realidad, no puede sustraerse a su mirada sobre las cosas. La particularidad y honestidad de esa mirada es la que hace su relato interesante y creíble para el público (p.33)

De esta manera es que, como intermediarias con un punto de vista respecto a los hechos que viven las mujeres que seleccionamos para la primera etapa de «Históricas», creemos que la puesta de valor de este proyecto también se verá reflejada en poner este punto de vista en un formato innovador, el segundo aspecto importante que le da vida a esta memoria de título.

Situándonos en un contexto ya conocido de un periodismo digital que se ha tomado los diversos espacios del ejercicio periodístico nacional e internacional, y que también ha puesto en aprietos a grandes medios al no saber adaptarse y conocer las nuevas herramientas que día a día aparecen en la web 2.0, consideramos que la tecnología disponible jugaría un factor relevante de tomar en consideración al llevar estas historias a Internet.

No bastaba con crear un medio que albergara todas las historias de forma escrita o un medio de noticias de carácter feminista y escritas con perspectiva de género, sino que también era necesario considerar la gran variedad de recursos que permiten llevar cualquier tipo de producto periodístico a una plataforma web: desde lo escrito, lo audiovisual y en audio.

Es aquí donde reconocemos el valor de otros proyectos como “Mujeres Bacanas”¹¹ por ejemplo, el cual si bien tiene su riqueza en el registro y archivo de las historias que recopilan, se quedan en generar biografías en formato escrito y podcast de estas historias, con falta de profundidad en sus contextos y luchas personales.

Cabe destacar que este vacío de proyectos transmedia que traten historias de mujeres, tiene que ver en específico con el nicho que buscamos rellenar, en donde se traten estos testimonios en un relato que invite a la inmersión. Eso sí, a modo de paneo general, podemos mencionar que sí existen proyectos transmedia como “Los casos de la Vicaría”¹² – página

¹¹ Mujeres Bacanas. (2016). *Mujeres Bacanas: Si ellas pudieron, nosotras también*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Mujeres Bacanas. Disponible en el sitio web: <https://mujeresbacanas.com/>

¹² Centro de investigación y publicaciones. (2014). *Casos Vicaría*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Universidad Diego Portales. Disponible en el sitio web: <http://www.casosvicaria.cl/>

web en donde se albergan las historias que inspiraron la serie “Los Archivos del Cardenal” transmitida en 2011 por TVN y actualmente disponible en el sitio web del CNTV – o también, “Proyecto Quipu”¹³, en donde mediante la recolección de distintos audios, la cineasta chilena María Ignacia Court buscó generar un archivo de las historias de mujeres peruanas que habían sido esterilizadas sin consentimiento previo en medio de un programa de planificación familiar propuesto por Alberto Fujimori.

A raíz de lo anterior y tomando como base lo postulado por Henry Jenkins no sólo en su texto “Transmedia Storytelling” del 2003, sino que también en “Convergence Culture” de 2006, en donde toma ejemplos de la cultura popular como las franquicias de “The Matrix” o “Harry Potter”, para explicar que se mueven en distintas plataformas, formatos y medios, lo cual le da un realce al proceso creativo y compromiso con las audiencias al conocer por completo sus historias, es que decidimos optar por un formato transmedia para darle profundidad a cada relato de las mujeres que seleccionamos en una primera etapa.

En palabras de Jenkins, hay que aprovechar el potencial que existe en cada plataforma disponible actualmente, de tal manera de que cada una de ellas pueda ser una puerta de entrada eventual al universo planteado en «Históricas»:

In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption [En la forma ideal de la narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia puede ser presentada en una película, desarrollada a través de la televisión, novelas, cómics, y su mundo puede ser explorado y experimentado a través de un videojuego. Cada entrada de la franquicia debe ser lo suficientemente completa para permitir su consumo autónomo]¹⁴.

Además, considerando el ambiente en que la comunicación se está llevando a cabo hoy en día con plataformas que permiten tener su propio canal, con un diseño de interfaz específico y una forma de contenido que se mueve en base a distintos algoritmos, el desafío

¹³ Court, M. & Lerner, R. (2017). *The Quipu Project*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de The Quipu Project. Disponible en el sitio web: <https://interactive.quipu-project.com/#/es/quipu/intro>

¹⁴ Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Technology Review. Disponible en el sitio web: <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

es hacer confluír a la audiencia para que pueda revisar todo el contenido disponible en una plataforma, independiente de su punto de entrada.

Es aquí donde toma relevancia tener una página web como un soporte en donde esté disponible todo el contenido reunido que se logre producir en este proyecto transmedia, el cual se traducirá en términos prácticos, en los siguientes productos periodísticos:

- a. En formato escrito, estarán disponibles dos entrevistas, una a la protagonista de la historia que se esté relatando y otra, a una voz experta (siempre mujer) que ayude a analizar la problemática social por la cual atraviesa la protagonista del relato. Además, estará disponible una crónica, la cual funcionará como una bitácora del proceso de conocimiento del equipamiento con el cual se grabó cada capítulo, del registro de las historias y la producción de cada uno de los testimonios que se fueron recogiendo. Y para finalizar, un reportaje en donde se analice a profundidad el conflicto por el cual está atravesando la protagonista del relato, apelando a diversas fuentes y datos que den cuenta de la importancia e interés público de visibilizar estas temáticas.
- b. En formato de audio, por cada una de las historias estará disponible un capítulo en estilo podcast de 8 a 10 minutos de duración, en donde a través de la narración de otras voces que rodean a las protagonistas, se de cuenta de cómo cada una de las protagonistas debe atravesar la problemática social en la cual estén viviendo.
- c. Y finalmente, en formato audiovisual 360°/VR, estará disponible un tráiler de toda la webserie como muestra de lo que se registró el 2019 y 2020 por cada una de las historias, además de un capítulo piloto que acompañe la presentación del formato de los siguientes capítulos, los cuales por dificultades técnicas no pudieron ser terminados antes de la reformulación de este proyecto.

De esta manera y a través de la creación de una página web – la cual dará la posibilidad de ser visitada en cualquier momento por parte de los usuarios – es que se dará cierre a la primera etapa de «Históricas». Cabe destacar que se propuso la realización de un producto mínimo viable, acorde a las condiciones actuales de trabajo que nos permite la

emergencia sanitaria, utilizando todo el material registrado antes de la pandemia que vivimos actualmente.

En cuanto a su proyección, para una segunda etapa tenemos proyectada la distribución del proyecto en otras plataformas sociales – como Instagram, Facebook y TikTok – y la difusión de este, generando instancias como visionados en realidad virtual y una socialización del proyecto mediante el lanzamiento de la plataforma y la postulación a fondos que nos permitan financiar futuras temporadas. Etapas que quedarán esbozadas en la proyección de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile», proyecto al cual le vemos gran valor al ser una apuesta en cuanto al registro, archivo y reivindicación de historias de mujeres en un formato transmedia.

Selección de protagonistas

En cuanto a la elección de las historias que serán protagonistas de este primer ciclo – las cuales contemplan el desarrollo de conflictos como la falta de apoyo en deportes fuera de las disciplinas más financiadas, brechas de género en la academia científica y la destrucción de ecosistemas en zonas de sacrificio – las protagonistas de estos relatos destacan por su rol activo en el desarrollo de la actividad que las identifica y ser parte de una comunidad que se ve involucrada en sus liderazgos. Además, de la decisión editorial por parte del equipo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile», de darle visibilidad a las siguientes historias y sus contextos en contraste al trato que hemos visto se le da en medios tradicionales.

PRIMERA HISTORIA: Luciana Miranda (20 años), patinadora artística sobre hielo

Contexto

El patinaje artístico sobre hielo consiste en interpretar una pieza musical patinando sobre una pista de hielo realizando piruetas, giros, saltos y acrobacias, las cuales obtienen una determinada puntuación según su calidad técnica y atlética, la cual se demuestra en su ejecución.

La Unión Internacional de Patinaje sobre Hielo es la entidad que regula las reglas del deporte y está a cargo de la organización de las competencias internacionales en las

modalidades de patinaje artístico individual, de parejas, danza sobre hielo y patinaje sincronizado.

En 1908 el patinaje artístico finalmente fue considerado como un deporte olímpico y en 1924 se incluyó – junto al jockey sobre hielo – en los Juegos Olímpicos de invierno llevados a cabo en la ciudad de Chamonix (Francia), siendo los primeros deportes de invierno olímpicos considerados a nivel mundial.

En nuestro país, la Federación Nacional Chilena de Patinaje Sobre Hielo contempla cinco clubes a lo largo del país, tres con presencia en la Región Metropolitana: club La Florida, Santiago y Maipú, más otros en Rancagua y Punta Arenas¹⁵. El 19 de marzo de 2019 comenzaron a ser parte de la Unión Internacional de Patinaje Sobre Hielo¹⁶ (ISU por su sigla en inglés), institución creada en 1892 que significa una puerta de entrada a la posibilidad de participar en seminarios, competencias y capacitaciones a nivel internacional)¹⁷.

Uno de los principales objetivos de los patinadores chilenos es poder visibilizar los deportes de invierno y que, de esta manera, quienes representan al país a nivel internacional, consigan auspicio estatal o de diversas marcas para poder costear implementos, vestuarios, la contratación de entrenadores, el arriendo de pistas para poder entrenar o viajes que tengan que realizar para competir en diversos campeonatos a nivel nacional y latinoamericano. Respecto a esto, es conocido el problema a nivel nacional que enfrentan diversas disciplinas deportivas por la falta de apoyo del Estado y las deficiencias actuales en el financiamiento de estas necesidades que implican desarrollarse como un profesional en el área.

Todo lo anterior, sumado a que recién en junio de 2017 se llevó a cabo el primer Campeonato Nacional Federado de Patinaje Artístico sobre Hielo¹⁸ – el que congregó a 46

¹⁵ Federación Nacional Chilena de Patinaje Sobre Hielo. (2015). *Socios de los clubes activos de patinaje artístico sobre hielo en Chile*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, de la Federación Nacional Chilena de Patinaje Artístico Sobre Hielo. Disponible en el sitio web: <https://patinajesobrehielochile.webnode.cl/>

¹⁶ International Skating Union. (2019). *List of european and four continents members*. 2020, de ISU ORG. Recuperado el 31 de diciembre de 2019. Disponible en el sitio web: <https://www.isu.org/docman-documents-links/isu-files/documents-communications/about-isu/17389-isu-members-eur-and-4-continents-1/file>

¹⁷ Lo anterior basado en la entrevista realizada a la presidenta honoraria de la Federación Nacional Chilena de Patinaje Sobre Hielo, Katty Kauffman, el martes 17 de diciembre de 2019.

¹⁸ Emol Deportes. (2017). *La Florida será el escenario del primer campeonato nacional federado de patinaje artístico sobre hielo*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, de Emol. Disponible en el sitio web:

patinadores de todo el país – demostrando que, si bien existe una gran cantidad de patinadores a lo largo del país, hay un gran trabajo todavía por desarrollar para poder lograr mayor difusión de este deporte e incentivar a nuevas generaciones para que decidan practicarlo.

Protagonista

Luciana Miranda¹⁹ llegó al deporte de forma casual en el verano del 2014, al descubrir durante una visita recreacional que en “Cerogrado” del Mall Plaza Vespucio había clases de patinaje artístico sobre hielo. Rápidamente Luciana se enamoró del deporte, pues durante años de diversos *hobbies* y una intensa búsqueda a través de la música, encontró en el patinaje artístico sobre hielo una mezcla de todo lo que siempre quiso y necesitó para expresarse, una combinación perfecta entre arte y el deporte.

A inicios del 2015 participó en su primer campeonato a nivel sudamericano en Buenos Aires. Si bien iba sin ninguna expectativa – ya que sólo había comenzado en el deporte hace un año atrás – su entrenadora decidió llevarla y consiguió una medalla durante esa jornada. Desde allí comenzó un largo camino de perfeccionamiento y un sinnúmero de reconocimientos, convirtiéndose en una de las patinadoras sobre hielo más importantes de Chile en la actualidad.

En términos de las dificultades que representa practicar este deporte, la patinadora nos cuenta que hay una necesidad de difundir que el patinaje artístico sobre hielo en Chile existe. “Debería haber un apoyo mínimo a este deporte por parte del gobierno”, dice. “Hay compañeras talentosas que por falta de dinero no han podido ir a competir fuera de Chile. Es un deporte muy costoso, todo es muy caro. Recién este año estamos saliendo a la luz al ser parte de la ISU. Yo sería feliz si una chilena logra llegar a los Juegos Olímpicos en los próximos años y creo que muy pronto Chile le va a dar la importancia que se merece el patinaje”, comentó en una entrevista realizada en 2019.

<https://www.emol.com/noticias/Deportes/2017/05/22/859480/La-Florida-sera-el-escenario-del-primer-campeonato-nacional-federado-de-patinaje-artistico-sobre-hielo.html>

¹⁹ 24 horas. (2016). *Luciana Miranda: La patinadora sobre hielo que buscará reeditar el título sudamericano*. Recuperado el 16 de octubre del 2020, de 24 horas. Disponible en el sitio web: <https://www.24horas.cl/deportes/masdeportes/luciana-miranda-la-patinadora-sobre-hielo-que-se-prepara-para-un-nuevo-sudamericano-2061048>

Sumado a aquello, los patinadores artísticos sobre hielo enfrentan constantemente la amenaza del cierre de las pistas “Cero Grado”, las cuales se encuentran en recintos comerciales como el Mall Plaza Vespucio y Mall Arauco Maipú, y a un espacio limitado para entrenar, debido a que estas pistas son compartidas con los asistentes regulares que van allí como consumidores de un servicio de entretenimiento.

Por otro lado, tanto ella como su equipo deben financiar el arriendo de la pista, los viajes necesarios que deben realizar para competir a nivel nacional y latinoamericano, sus clases de coreografía, trajes y eventualidades que puedan surgir entre competencia y competencia, siendo un gasto que deben costear directamente desde sus bolsillos, siendo así una inversión constante y a largo plazo.

A pesar de todos los obstáculos del deporte, durante el 2019, Luciana participó en el tercer Campeonato Nacional Federado de patinaje artístico sobre hielo y en el sudamericano con sede en Lima, obteniendo en ambos el primer lugar en su categoría. Cuando le preguntamos por su futuro, nos comenta que su sueño es tener una carrera universitaria, pero además poder estudiar para convertirse en entrenadora de patinaje y continuar formando nuevas generaciones de patinadores.

SEGUNDA PROTAGONISTA: Valentina Parra (33 años), bioquímica

Contexto

En nuestro país nos hemos dado cuenta de las brechas que separan a hombres y mujeres en distintos aspectos. Es conocida la brecha salarial entre hombres y mujeres por hacer los mismos trabajos o la manera en que son tratadas algunas profesionales por el simple hecho de ser mujeres. Inclusive – el año 2018 – un movimiento levantado por mujeres en distintos espacios hizo darnos cuenta de esta problemática y de la necesidad de una educación no sexista, para que tanto hombres como mujeres se desarrollen en sus áreas de interés, sin necesidad de sufrir discriminación arbitraria por tener mayor gusto por las humanidades o las ciencias en su etapa escolar.

En el mundo científico, la tendencia vista a nivel nacional no es distinta. Las carreras científicas han estado culturalmente asociadas a hombres por una supuesta mayor habilidad

para aquellas asignaturas relacionadas a las matemáticas y todo el universo que estas abarcan. Algo que se puede evidenciar en que, por ejemplo, al entrar a la universidad sólo cerca del 20% de mujeres se dedica a estudiar carreras relacionadas a la ciencia y tecnología²⁰, encontrándose con una gran cantidad de hombres en cada uno de los espacios educacionales a los que deciden entrar.

Y la misma cifra se repite en planteles como la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile, en donde sólo el 20% de los estudiantes son mujeres durante el 2018. Misma situación es aquella que afecta a académicas titulares, quienes no exceden el 15% del total²¹. Es por esto por lo que la misma facultad ha integrado iniciativas como su Programa de Equidad de Género²² – en el cual se abren 40 cupos, desde el 2014, para que ingresen mujeres que hayan quedado en lista de espera a cualquiera de sus carreras – o a la aprobación de la creación de la Dirección de Diversidad y Género, en la misma institución.

Ahora, al momento de titularse y salir al mundo laboral, uno de cada mil trabajadores en Chile es investigador científico – de acuerdo con la última Encuesta Nacional sobre Gasto y Personal en I+D del Ministerio de Economía (2017)²³ –, pero de ellos sólo el 33% es mujer, según el mismo estudio y de acuerdo con los registros del Instituto de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

²⁰ Contreras, R. (2017). *Gender Summit en Chile: más participación de las mujeres en ciencia y tecnología*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, de FayerWayer. Disponible en el sitio web: <https://www.fayerwayer.com/2017/11/gender-summit-en-chile-mas-participacion-de-las-mujeres-en-ciencia-y-tecnologia/>

²¹ FCFM. (2018). *Más mujeres para la ingeniería y las ciencias*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Disponible en el sitio web: <http://ingenieria.uchile.cl/admision/97009/mas-mujeres-para-la-ingenieria-y-las-ciencias>

²² FCFM. (2014). *Programa de Ingreso Prioritario de Equidad de Género (PEG)*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Disponible en el sitio web: <http://ingenieria.uchile.cl/noticias/96040/jornada-mas-mujeres-para-la-ingenieria-y-las-ciencias>

²³ Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2019). *Boletín Participación Femenina en Actividades de I+D*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, del Ministerio de Economía. Disponible en el sitio web: <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/12/20191213-Bolet%C3%ADn-de-G%C3%A9nero-VF.pdf>

Lo que se termina traduciendo en que, por ejemplo, sólo trabajen 35,7% de mujeres en distintos Centros Regionales del Conicyt entre los años 2000 y 2008²⁴.

Protagonista

Desde que era estudiante de pregrado en la carrera de Bioquímica en la Universidad de Chile, la doctora Valentina Parra ha tenido un interés especial en el estudio de las mitocondrias – “el motorcito de la célula” como les llama ella – y su principal fuente de energía. Durante su carrera, esta doctora en Bioquímica e investigadora del Centro Fondap de Estudios Avanzados de Enfermedades Crónicas (ACCDiS), ha buscado dar respuesta a preguntas como la forma en que las mitocondrias reaccionan a algunas enfermedades cardíacas, y cómo estas funcionan en personas con Síndrome de Down, las cuales son sus principales líneas de investigación dentro de la facultad.

A partir de lo anterior y de llevar una destacada carrera en su doctorado, fue reconocida como Mejor Científica Joven por la Academia Chilena de Ciencias en 2019²⁵, con el premio Adelina Gutiérrez, un reconocimiento al trabajo de excelencia realizado por investigadoras menores de 40 años, el cual funciona también como un incentivo para elevar la participación de mujeres en ciencias.

Sumado a aquello, una de las motivaciones de Valentina es difundir la labor científica y entregar parte de sus conocimientos y experiencia para que todas las niñas y niños, que pueden sentir la misma curiosidad y amor por la ciencia que ella sintió cuando niña, tengan las herramientas y posibilidades de seguir sus sueños y estudiar una carrera afín. Es por esto que, además de su rol como investigadora y docente en la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad de Chile, es parte de Explora, programa de Conicyt (actual ANID) que tiene como misión fomentar el conocimiento y la valoración de la ciencia, la tecnología y la innovación.

²⁴ Conicyt. (2009). *Informe Estadístico variable de género en formación de postgrados a nivel regional 2000 - 2008*. Recuperado el 31 de diciembre de 2019, de Conicyt. Disponible en el sitio web: <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/12/20191213-Bolet%C3%ADn-de-G%C3%A9nero-VF.pdf>

²⁵ Conicyt. (2019). *Investigadora de ACCDiS es reconocida como la mejor científica joven*. Recuperado el 13 de octubre del 2020 de Conicyt. Disponible en el sitio web: <https://www.conicyt.cl/blog/2019/06/27/investigadora-de-accdiS-es-reconocida-como-mejor-cientifica-joven/>

TERCERA HISTORIA: María Eugenia Ogaz (63 años), pescadora artesanal

Contexto

Situación ambiental en la zona de sacrificio Quintero-Puchuncaví:

Desde el año 2000 la comunidad de Quintero y Puchuncaví ha reportado casos de contaminación en el mar, afectando no sólo al medioambiente y la salud de la población, sino también las posibilidades de pescar fauna marina en la zona como una consecuencia económico-laboral directa a los trabajadores vinculados con la pesca artesanal.

Recién en 2018, gracias a las denuncias y graves casos presentados de la zona capturada por empresas vinculadas con la minería de cobre y carbón, gas e hidrocarburos, el Ejecutivo declaró en el lugar la alerta sanitaria, siendo categorizada desde ese entonces el sector de Quintero-Puchuncaví como zona de sacrificio, un concepto acuñado en la guerra fría que ha sido históricamente utilizado para caracterizar a una región geográfica que ha estado permanentemente sujeta a daño medioambiental. Dicha situación, mayoritariamente, afecta a comunidades pequeñas y de bajos ingresos en las cuales se ha soportado por años la contaminación, desechos tóxicos y residuos de la industria pesada con el fin de tener mayor desarrollo socioeconómico en el lugar²⁶.

En la actualidad, existen 13 empresas ubicadas en la zona de Quintero - Puchuncaví, las cuales emiten entre todas diez tipos de gases, siendo los más importantes el material particulado, arsénico, el dióxido de azufre, óxidos de nitrógeno, monóxido y dióxido de carbono e hidrocarburos volátiles, entre otros. Situación que el Estado prometió disminuir y regular en un plazo de 5 años con el objetivo de llegar a las normas de calidad de aire vigentes en el país. No obstante, la Defensoría Ambiental aseguran que aquello no es suficiente debido que las normas actuales de Chile superan ampliamente las recomendadas por la Organización Mundial de Salud, sumado a que varios de los elementos contaminantes como el arsénico o los metales pesados producidos a partir de la fundición del cobre no están regulados dentro de ningún plan, por ende, no estarían contemplados en dicha disminución de contaminantes.

²⁶ Scott, Dayna Nadine; Smith, Adrian A. (2017). «“Sacrifice Zones” in the Green Energy Economy: Toward an Environmental Justice Framework». McGill Law Journal (en inglés) 62 (3): 861. ISSN 0024-9041. doi:10.7202/1042776ar. Recuperado el 30 de agosto de 2018.

Sumado a los contaminantes aéreos, en las bahías del sector Quintero-Puchuncaví, se presentan constantes varamientos de carbón, sobre todo en el sector de Ventanas, donde está ubicada la empresa termoeléctrica AES Gener. Eventos que han incrementado considerablemente de cuatro varamientos en el año 2009 a 185 episodios en el 2019, con un promedio de uno cada dos días, según lo explica Hernán Ramírez de Fundación Terram en “712 varamientos de carbón en Caleta Ventanas desde 2009”²⁷.

En el Diagnóstico Regional de Salud, del año 2016, se puede apreciar como la comuna de Puchuncaví, en comparación con el resto de la región, tiene una tasa superior en tumores malignos, enfermedades del sistema circulatorio, envenenamiento y enfermedades respiratorias como causales de muerte.

Siendo en hombres más común el deceso por infarto agudo al miocardio, tumor a la próstata o tumor al estómago, mientras que en las mujeres la causal de muerte más común es la neumonía²⁸. Un miedo que constantemente aqueja a los pobladores de la zona Quintero-Puchuncaví, quienes viven con peaks de dióxido de carbono y azufre en el aire días tras días, enfrentando la vida con síntomas como: vómitos, dolor de cabeza, mareos, insuficiencia respiratoria y taquicardias, mientras que el reciente informe del Dictuc de la Universidad Católica señala que la intoxicación masiva ocurrida el año 2018 no fueron producidas por ENAP – empresa que los pobladores indican como una de las principales contaminantes de la zona – puesto que las concentraciones máximas habrían sido lo suficientemente bajas para no generar detección por olor y mucho menos para provocar daño a la salud de las personas, dejando nuevamente sin respuesta a la crisis ambiental en la ya conocida zona de sacrificio²⁹.

²⁷ Diario Uchile. (2020). *Un varamiento de carbón cada dos días: promedio de 2019 revela década “negra” en Ventanas*. Recuperado el 16 de octubre del 2020, de Diario Uchile. Disponible en el sitio web: <https://radio.uchile.cl/2020/03/17/un-varamiento-de-carbon-cada-dos-dias-promedio-de-2019-revela-decada-negra-en-ventanas/>

²⁸ Subsecretaría de Salud Pública, SEREMI de Salud Valparaíso. (2016). *Diagnóstico Regional de Salud, con Enfoque de Determinantes Sociales*. Recuperado el 16 de octubre de 2019, del Ministerio de Salud. Disponible en el sitio web: <http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/2305>

²⁹ Dictuc S.A. (2019). *Modelación de la calidad de aire para COV en la zona de Quintero-Puchuncaví*. Recuperado el 13 de octubre de 2019, de la Superintendencia del Medio Ambiente. Disponible en el sitio web: https://es.scribd.com/document/437732951/Informe-Dictuc#from_embed

Participación femenina en la pesca artesanal:

A nivel nacional, se registran un total de 89.577 personas que se encuentran en el Registro Pesquero Artesanal (RPA) de SERNAPESCA, cifra que incluye a más de 21 mil mujeres, lo que equivale a un 24% del sector. Una cifra que sigue siendo menor a la de los hombres que realizan pesca artesanal, un oficio asociado siempre a la figura masculina. De acuerdo con el registro, las regiones que tienen más participación femenina son el Bío Bío y Los Lagos, con 5 mil y 10 mujeres registradas respectivamente. Por eso en la Región del Bío Bío, en 2018, se creó la Red Regional de Mujeres de la Pesca Artesanal, organización que reúne a pescadoras, ahumadoras, recolectoras, asistentes de buzo y algueras del borde costero del Bío Bío, desde Tomé a Tirúa. Lo anterior, con la necesidad de instalar temas de género que no fueron incluidos en la ley de pesca.

Los principales trabajos que desarrollan las mujeres en la pesca artesanal incluyen la recolección extractiva de los recursos, así como buzos, armadoras, recolectoras de orilla, algueras y ahumadoras, entre otras labores.

Entre las principales demandas³⁰ de la Red se encuentra la solicitud para que se abran oficinas de género en las instituciones dedicadas a la pesca – como Subpesca – donde las mujeres puedan instalar sus temas y cuenten con recursos y profesionales que brinden apoyo al desarrollo de las mujeres que se dedican al mar.

Protagonista

En primera instancia, hicimos una amplia búsqueda de mujeres que se dedicaran dentro de las bahías de Quintero-Puchuncaví a alguna de las actividades ya mencionadas, ya sea de recolectora extractiva de los recursos como buzo, armadora, recolectora de orilla, alguera o ahumadora y que participara activamente de la lucha medioambiental de la zona. Con esta misión realizamos una primera visita a terreno y participamos de una Jornada de Educación Socio Ambiental en Quintero, donde cada entrevistado coincidió en que la mujer

³⁰ AQUA. (2019). *Red de Mujeres de la Pesca Artesanal se refiere a la crisis en Chile*. Recuperado el 16 de octubre del 2020, de AQUA. Disponible en el sitio web: <https://www.aqua.cl/2019/10/28/red-de-mujeres-de-la-pesca-artesanal-se-refiere-a-crisis-en-chile/>

que respondía perfecto a nuestra descripción era María Eugenia Ogaz, la última pescadora artesanal de la caleta de Horcón.

Allí descubrimos también que en Quintero no hay pescadoras mujeres, de hecho, es muy difícil encontrar hombres pescadores también. A pesar de ello, grande es la cantidad de mujeres que actualmente lideran las organizaciones que luchan en Quintero y Puchuncaví. Al menos, según lo informado por El Dínamo³¹, en octubre del 2018 pasado había muy pocos hombres por la evidente falta de trabajo que representó la crisis ambiental de la zona, por lo que las mujeres se hacen cargo de, por ejemplo, el grupo ambientalista Mujeres de Zona de Sacrificio Quintero y Puchuncaví en Resistencia.

Es a partir de lo anterior que llegamos a María Eugenia Ogaz quien, con 62 años de edad en el momento en que registramos las imágenes, sigue dedicándose a este oficio que comenzó de niña junto a su padre para poder llevar el sustento a su hogar. Actualmente, es parte del sindicato de pescadores de Horcón y lucha diariamente por mantener viva la pesca tradicional, a pesar de la invasión de los grandes barcos pesqueros, la amenaza de los lobos marinos que han sobrepoblado la zona, la disminución en el turismo por el desprestigio de una zona de sacrificio y la baja en la extracción y venta de productos marinos debido a la contaminación presente en la zona.

Dentro de los aspectos más cautivantes de María Eugenia Ogaz se encuentra su personalidad, la cual está muy marcada por la obligación que tuvo desde niña de abrirse un espacio dentro de un rubro muy machista, convirtiéndose en una mujer con alta capacidad de liderazgo, resiliencia, con un discurso directo y por sobre todo muy combativa, puesto que no ha temido enfrentar a grandes autoridades para exigir sus derechos y los de toda la gente de la caleta, que lucha día a día por poder tener aire, agua y suelo limpio de contaminación. De hecho, ella fue una de las que lideró el inicio de las protestas en 2014³², quemando un

³¹ Albuquerque, S. (2018). *Vivir y morir en Quintero: crónica de la resistencia en una ciudad envenenada*. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de El Dínamo. Disponible en el sitio web: <https://www.eldinamo.cl/ambiente/2018/10/02/vivir-y-morir-en-quintero-cronica-de-la-resistencia-en-una-ciudad-envenenada/>

³² Jazmin Manosalva. (2014). *Lanzando jaibas vivas pescadores protestan contra Codelco Ventanas por daños en bahía de Puchuncaví*. Recuperado el 16 de octubre del 2020, de Radio Bío Bío. Disponible en el sitio web: <https://www.biobiochile.cl/noticias/2014/05/28/pescadores-protestan-contra-codelco-ventanas-por-danos-en-bahia-de-la-region-de-valparaiso.shtml>

bote junto a sus compañeros frente a la empresa Codelco y lanzaron jaibas a las fuerzas especiales que intentaban dispersarlos.

Uno de los grandes problemas a los cuales se enfrenta esta pescadora y su sindicato por estos días es el proyecto de instalación de un terminal multipropósito de la empresa Oxiquim en Quintero. Para poder construir el muelle, se tendrán que dragar más de 800 mil toneladas, y ese dragado se desplazará unos kilómetros mar adentro frente a la caleta de Horcón, sector en donde los pescadores artesanales obtienen sus materias primas.

Es así como, a través de un comunicado público, la comunidad de Quintero Puchuncaví se opuso a esta instalación, pues significa la remoción de toneladas de metales pesados desde el fondo marino, lo que amenazaría la salud de las personas y provocaría un gran impacto en el medioambiente de la zona. Esta oposición de los pobladores logró que el intendente de Valparaíso solicitara una nueva consulta a la Comisión del Uso del Borde Costero, puesto que el 8 de agosto del 2018 este proyecto ya había sido aprobado y posteriormente ratificado; no obstante, actualmente el proyecto se encuentra paralizado, pero no desechado por parte de Oxiquim, puesto que a través Cecilia Pardo, Gerente de división Terminales Marítimos en Oxiquim, anunciaron que buscarían la forma de apelar y continuar con la instalación del terminal multipropósito, puesto que esta prohibición se debería solo a que la gente de Quintero - Puchuncaví se encontraría muy sensible por la contaminación masiva del 2018³³.

1.4 Supuestos

En cuanto a los hallazgos que esperamos encontrar a medida que avanza el proyecto, su producción y puesta en marcha en una página web, consideramos en una primera instancia que todos los conocimientos previos que tengamos en cada una de las plataformas que escogeremos para distribuir los contenidos, serán de especial ayuda al momento de decidir por una plataforma en desmedro de otra al depositar los contenidos en cada una de ellas y también, al momento de querer distribuir y difundir el contenido de la web.

³³ Mundo Marítimo. (2019). *Cecilia Pardo, Oxiquim: Estamos evaluando cómo continuaremos con el proyecto de terminal multipropósito en Quintero*. Recuperado el 13 de diciembre de 2019, de Mundo Marítimo. Disponible en el sitio web: <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/cecilia-pardo-oxiquim-estamos-evaluando-como-continuaremos-con-el-proyecto-de-terminal-multi proposito-en-quintero>

También, suponemos que el uso de WordPress y los conocimientos previos en este administrador de contenidos nos abrirán una fácil puerta de entrada al entendimiento, instalación y mejora del sitio mediante el uso de plugin que nos permitan modificar la interfaz y diseño de todo el sitio. También, tras las últimas actualizaciones de WordPress, consideramos que es una plataforma de fácil uso y muy intuitiva para conectar todos los contenidos del proyecto transmedia que llevamos entre manos, los cuales estarán disponibles en Spotify, SoundCloud y YouTube.

Finalmente, esperamos que tras un difícil proceso de ajuste y distribución de todo el contenido registrado durante los días de rodaje en 2019 y 2020, cada una de las historias y sus formatos encuentre valor en este ecosistema que estamos generando mediante la estrategia propuesta por Mariana Ciancia en “Transmedia building model” (2016), la cual permite distribuir el contenido de tal manera de que tenga un tratamiento periodístico y se pueda acceder y entender la narrativa completa, ordenando los hechos mediante este método.

1.5 Objetivo General

Crear un proyecto comunicacional digital mediante el cual se puedan contar de forma expandida y en distintas plataformas —gracias a una narrativa transmedia— las historias de diversas mujeres en Chile, las que son necesarias de poner en relevancia por medio del valor que adquiere cada uno de sus relatos, cruzados por un conflicto social e histórico que envuelve el ejercicio de sus oficios y profesiones.

1.6 Objetivos Específicos

1. Visibilizar las historias de mujeres que desarrollan sus vidas en nuestro país, poniendo el foco en su rol dentro de la sociedad, sus luchas personales y el compromiso que han adquirido con sus oficios y profesiones.
2. Narrar cada historia mediante una estrategia transmedia, en la que se utilicen distintos formatos – escrito, sonoro y audiovisual – y plataformas en donde estén alojados para su posterior distribución.

3. Publicar una página web que archive estas historias y que dé espacio a una expansión de cada uno de los relatos mediante la publicación de otras entrevistas, reportajes y fotografías relacionadas a los relatos protagónicos.
4. Planificar la validación del producto mínimo viable creador por medio de la distribución en redes sociales del contenido publicado en la página web.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, nos dedicaremos a revisar algunos conceptos que rondarán el desarrollo de esta investigación, separándolos en dos grandes ejes. En primer lugar, trataremos y discutiremos todos aquellos conceptos asociados a la ausencia de mujeres en la historia y qué consideraremos bajo el concepto de mujer a lo largo de la construcción de esta plataforma.

Y en segundo lugar, expondremos las actuales discusiones respecto a cómo el concepto de lo transmedia se está llevando al periodismo y bajo qué estrategias se puede planificar mejor la difusión de este contenido, así como también cómo ha cambiado el concepto de “inmersión” gracias al determinismo tecnológico del periodismo y el por qué un sitio web puede funcionar mejor como parte de la estrategia de posicionamiento de contenidos que haremos en «Históricas», antes de la distribución de estos contenidos en redes sociales.

Mujer: un concepto en discusión

Desde nuestro nacimiento, o incluso previo a eso, se nos asigna un género, el cual por constructo social solía estar asociado a nuestro aparato reproductor. Por ende, desde nuestra infancia sabemos qué responder ante la pregunta: ¿hombre o mujer? El tema es que el común de nosotras/os no nos cuestionamos qué significa ser mujer, qué me hace ser mujer, ¿es realmente mi biología lo que determina cómo me represento? Preguntas complejas, que no tienen una respuesta certera y definitiva para todo el mundo, pero que invita a cuestionar los lineamientos que han definido históricamente nuestra manera de ver la vida y de entender la sociedad.

Judith Butler en “El género en disputa” señala que “en lugar de un significante estable que reclama la aprobación de aquellas a quienes pretende describir y representar, mujeres (incluso en plural) se ha convertido en un término problemático, un lugar de refutación, un motivo de angustia” (p.49, 1999). Esto a raíz de intentar encontrar la verdadera relación entre sexo y género, y comprender así la diversidad que compone el concepto de mujer y la relación, alejada a la biología, que las uniría a todas en una misma categoría.

Para la autora, “el género es una complejidad cuya totalidad se posterga de manera permanente” (p.70, 1999) y no responde a una definición cerrada, es decir, nuestro sexo no define nuestro género. En este sentido, concuerda con Simone de Beauvoir, quien señaló en “El segundo sexo” que “no se nace mujer, se llega a serlo” (p.87, 1949); sin embargo, esto no quiere decir que el género sea libre y que lo podamos escoger, pues este está determinado por un elemento más fuerte que la biología: los contextos sociales, culturales y políticos.

Aquella postura también es mencionada por Marcela Lagarde y de los Ríos en “El feminismo en mi vida”, quien dice que “son las sociedades y las culturas, la historia y no los genes, ni la herencia, responsables de cómo somos mujeres u hombres y de lo que ocurre entre ambos géneros. (p.21, 2012)

En relación a esto, es necesario comprender que la realidad en la que nacemos determina nuestro género y la definición del mismo, lo que quiere decir que no hay solo una forma de ser mujer y que, por más que la sociedad androcentrista quiera enfocar y simplificar todo el concepto en la presencia o no de una vulva, hay muchos más elementos en juego, como los asociados a la identificación del ser humano al momento de su desarrollo.

Judith Butler afirma en “El género en disputa” que:

Si la afirmación de Beauvoir de que no se nace mujer, sino que se llega a serlo es en parte cierta, entonces mujeres de por sí es un término en procedimiento, un convertirse, un construirse del que no se puede afirmar tajantemente que tenga un inicio o un final. Como práctica discursiva que está teniendo lugar, está abierta a la intervención y a la resignificación. (p.98,1999)

En otras palabras, la definición del concepto “mujer” está abierta y en discusión, porque quienes componen la categoría están en constante cambio, se construyen a sí mismas en base a la sociedad en la que viven, rechazando aquello que ya no las representa e identificándose con lo que les hace sentido. No hay una lista de elementos que se deba cumplir para ser mujer, puesto que hay múltiples formas de serlo, y aunque pueda ser confuso, estamos seguras que en esa diversidad radica la riqueza del género. Pues, como menciona Butler, “insistir en la coherencia y la unidad de la categoría de las mujeres ha

negado, en efecto, la multitud de intersecciones culturales, sociales y políticas en que se construye el conjunto concreto de «mujeres»” (p.67, 1999).

Esta visión crítica del género y del concepto de mujer es la que ha tomado fuerza en el movimiento feminista de las últimas décadas, pues no encasilla a las personas en lo que deberían ser, sino que cuestiona la relación que han tenido históricamente los hombres y las mujeres en consecuencia de pertenecer a un determinado grupo. Sobre esto hace referencia Joan W. Scott en “Género: ¿Todavía una categoría útil para el análisis?”:

Con demasiada frecuencia, “género” connota un enfoque programático o metodológico en el cual los significados de “hombre” o “mujer” se toman como fijos; el objetivo parece ser describir roles diferentes, no cuestionarlos. Creo que género sigue siendo útil sólo si va más allá de este enfoque, si se toma como una invitación a pensar de manera crítica sobre cómo los significados de los cuerpos sexuados se producen en relación el uno con el otro, y cómo estos significados se despliegan y cambian (p.98).

Todo esto nos lleva a levantar el proyecto «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» desde una mirada que no está sesgada por la biología, sino que comprendemos que la definición de mujer es amplia, diversa y compleja, que ha estado siempre cargada de estigmas y presiones sociales, pero que se encuentra en un constante fluir, en busca de representar el empoderamiento y la libertad de ser y existir.

La relevancia de dar voz a las mujeres

A lo largo del tiempo las mujeres han quedado en segundo plano, siendo constantemente invisibilizadas por la figura del hombre como forjador de la historia. En relación a esto, Antonia Fernández Valencia en “Las mujeres como sujeto histórico: género y enseñanza de la historia” reflexiona en torno la relevancia de dar voz a un sector que fue mayoritariamente olvidado al momento de analizar la conformación y los procesos de nuestra sociedad.

Una gran parte de la historiografía, cualquiera que sea su objeto de estudio, no parece haber asumido la necesidad de ampliar el sujeto histórico tradicionalmente considerado, es decir, sigue ignorando el protagonismo social de las mujeres a la hora de analizar e interpretar

fuentes documentales, problemas o situaciones históricas (...), el propio devenir de los pueblos (p. 6, 2004).

Aquella invisibilidad encuentra su causa en la visión androcentrista de la sociedad, en la cual solo lo vivido o creado por hombres merecía recibir su correspondiente valoración; puesto que se consideraba que existía una superioridad biológica del género masculino por sobre el femenino. Esto llevó a subestimar y negar los aportes que las mujeres realizaron al desarrollo de la política, cultura y economía actual. Sobre esto, la antropóloga Marcela Lagarde y de los Ríos escribió en “El feminismo en mi vida”:

La invisibilización de las mujeres es producto de un fenómeno cultural masivo: la negación y la anulación de aquello que la cultura patriarcal no incluye cómo atributo de las mujeres o de lo femenino, a pesar de que ellas lo posean y que los hechos negados ocurran. La subjetividad de cada persona está estructurada para ver y no mirar, para oír sin escuchar lo inaceptable, para presenciar y no entender, incluso para tomar los bienes de las mujeres, aprovecharse de sus acciones o beneficiarse de su dominio, y no registrar que así ha ocurrido (p.22, 2012).

En otras palabras, las mujeres han sido injustamente ignoradas en los procesos históricos, restando relevancia a su rol dentro de la sociedad. La historia fue escrita por hombres y eso ha quedado demostrado, asociado la figura femenina a cierto tipo de actividad y no a otra, mostrándola siempre como un sujeto débil que solo debe ocupar su delicadeza para cuidar a otros más indefensos; a pesar que desde hace siglos las mujeres han sacado la voz para demostrar que tienen las mismas capacidades y derechos que cualquier hombre.

Nuestro proyecto busca dar respuesta a esta problemática y por lo mismo nos hemos identificado con la labor del movimiento de historiadoras, quienes buscan hacer visibles a las mujeres del pasado con el fin de revalorizar sus aportes y pensamientos opacados por su contexto. Tal como menciona Karen Offen en “Historia de Mujeres”:

La historia de las mujeres en consonancia con la historia universal incluye a los hombres, pero acercándose desde la perspectiva de género, promocionando actividades, ideas y logros de las mujeres; cuestionando y complejizando sus problemas y argumentaciones que son justamente centrales en el discurso de la historia humana (...) (p.1, 2009).

La autora también señala en su escrito que el contar los logros de las mujeres, con sus historias y narrativas, ayudaría a empoderar a las mujeres del mañana, pero también formaría a las nuevas generaciones de varones (p.13, 2009), quienes podrían ser mucho más críticos respecto a los roles de género erróneamente instaurados en nuestra sociedad.

Aquel empoderamiento que menciona Offen tiene relación con que el retratar a una mujer como alguien importante, valiente, fuerte, capaz, soñadora, etc., invita a otras a querer tomar las riendas de su vida y ser las protagonistas de su propia historia. Marcela Lagarde y de los Ríos también se refiere a esto en su libro: “La voz humana expresa lo que vamos siendo las mujeres en pos de libertad y lo que dejamos de ser, para ser plenamente en la integridad y en la completitud, al ir ocupando como género nuestro lugar en el mundo y al convertirnos cada una en el centro de su vida” (p.28, 2012).

Además, la autora de “El feminismo en mi vida” destaca la relevancia política y social del movimiento, el cual llena de confianza a las mujeres sobre sus propias capacidades:

Vivir la historia de los logros y los avances de las mujeres como un don político, como una herencia, un bagaje y un patrimonio cultural, potencia la conciencia de género y la identificación positiva entre mujeres de regiones y tiempos distantes y cercanos. Se produce así, un aumento de la autoestima de género: crece la noción de nosotras y se elimina el sentimiento de orfandad de género, producto de la naturalización de la historia y del androcentrismo y de la eliminación de la autoría y la creación histórica de las mujeres. Con ello se fortalece la autoestima de las mujeres como creadoras de sociedad y de cultura, cómo creadoras de mundo (p.40, 2012).

Este ideal es el que impulsa y dio nombre a «Históricas: Relatos de mujeres en Chile», pues creemos que cada una de las mujeres que conforman el proyecto tienen una historia digna de ser contada y registrada para la posteridad. Queremos entregar la relevancia y visibilidad que nuestras protagonistas merecen, ya que hoy ellas están marcando su huella y llamando a cambios necesarios para nuestra sociedad; aportando así a una visión igualitaria, cercana, innovadora y contingente de nuestro Chile actual.

Digitalización del periodismo: cambio en el modelo

Para nadie es ajena la realidad en la que está inmerso el periodismo a nivel internacional y por supuesto, a nivel nacional en la actualidad. Siendo un usuario cualquiera, es fácil ingresar a alguna red social y ver cómo se distribuyen distintos tipos de información a través de estas plataformas. Si escuchamos la radio, también se nos invita a revisar las plataformas digitales asociadas a ese medio en específico y pareciera ser que la televisión es el medio que más ajeno se quiere mantener a estas narrativas, pero durante los últimos años no han faltado los espacios en donde, previo a un debate presidencial por ejemplo, se lean las diversas opiniones de la audiencia que se pueden encontrar en Twitter.

Y es que poco a poco, la mayor parte del periodismo nacional ha tenido que adaptarse a estas narrativas que ya están instaladas en nuestra vida diaria y que además, se renuevan constantemente a partir de las actualizaciones y naturaleza propia de aplicaciones como Instagram, Facebook, Twitter, YouTube o Twitch, cambiando su algoritmo y por lo tanto, la forma en que los usuarios interactúan con los contenidos y cómo estos son distribuidos.

Situación que también vino a poner en jaque a algunos medios que son reticentes a cambiar las narrativas con las cuales se comunican con sus usuarios. Es cosa de ver por ejemplo, el sitio web de El Mercurio Online (Emol) y observar en detalle cómo su interfaz todavía guarda inspiración en el diseño de un diario impreso o cómo cesó en 2018 la actividad del medio en Instagram, perdiendo al potencial público que podría revisar las notas y su editorial bajo ese prisma y distribución.

Según la investigadora Eva Domínguez, “el relato periodístico siempre es hijo de su tiempo y está inserto en las formas de narrar su época” (2013, p.27), es decir que desde los tiempos en que el periodismo se comenzó a oficializar como una disciplina importante para el desarrollo en sociedad, ha tenido un determinismo tecnológico importante tomando prestados los recursos narrativos que existen en su contexto y adaptándose a su fin primero: la divulgación de la contingencia que sea de interés público.

En pleno siglo XXI y con Internet permeando en nuestras vidas, era evidente que también estas nuevas formas de comunicación afectarían la forma en que se divulga la información actualmente. Hoy en día los consumidores de información, también son

potencialmente creadores de ella y las fuentes tienen el mismo potencial de difusión que un medio periodístico por sí solo (Domínguez: 2013, p.53).

A partir de lo anterior es que ejemplos como el de The New York Times toman una relevancia al momento de aprender a adaptarse a estos lenguajes e ir observando en detalle qué tipo de estrategia ayudará mejor a la distribución de contenidos que como periodistas podemos generar. En el libro “La reinención de The New York Times” del periodista español Ismael Nafría, se relata en detalle la serie de cambios por los cuales este medio de gran importancia internacional tuvo que pasar para mantenerse en vigencia hasta el día de hoy. Cambios que no sólo afectaron la forma en que se generaban contenidos, sino que también el modelo de negocios que estaban llevando hasta el momento.

Sumado a lo anterior, es que es importante también mirar un ejemplo como el del medio norteamericano, ya que finalmente supieron identificar las necesidades que representaba el desafío de la digitalización y desarrollaron diversas estrategias que daban respuesta a estas necesidades. Sin ir más lejos, en el libro de Nafría se detalla cada uno de los pasos y apertura de departamentos que realizó este medio, en donde se innovó en el desarrollo de podcasts, se presentó un formato de periodismo *longform* popularizado en su reportaje *Snowfall*, se retomó el valor de los boletines y se integraron narrativas como la realidad virtual o la realidad aumentada. Además, tuvieron en este proceso muy presentes a los usuarios móviles – que han marcado los márgenes de acción en la distribución de contenidos – desarrollando un diseño *responsive* “de manera en que se adaptará automáticamente el tamaño de la pantalla de cualquier dispositivo desde el que se acceda” (2017, p.14).

En definitiva, en un contexto como el actual, también existe una herencia de los géneros periodísticos más clásicos y una adaptación a estos nuevos espacios de interacción, los cuales han tenido influencia directa en las plataformas sociales que dan forma al ecosistema periodístico de hoy, el cual también está regido por la curatoría de estos contenidos y el cómo son llevados a estas plataformas tras decisiones editoriales. Como mencionan Emily Bell y Taylor Owen en “The Platform Press: How Silicon Valley reengineered journalism” (2017), “the influence of social platforms shapes the journalism itself. By offering incentives to news organizations for particular types of content, such as live video, or by dictating publisher activity through design standards, the platforms are

explicitly editorial [La influencia de las plataformas sociales da forma al periodismo en sí. Al ofrecer incentivos a las organizaciones de noticias para determinados tipos de contenidos, tales como videos en vivo, o al dictar la actividad del editor a través de estándares de diseño, las plataformas son explícitamente editoriales]”.

Por otro lado, también consideramos relevante evidenciar que en medio de este contexto es que decidimos optar por realizar una página web, atendiendo a la vasta posibilidad y disponibilidad de herramientas que existe en este ecosistema y también, siendo responsables de que cada una de las decisiones que se tomen en cada plataforma anexa estará relacionada con mantener una editorial clara para el proyecto, sin caer en la necesidad de publicar sin un propósito específico y efectivo y solo por tener presencia en determinada plataforma. Lo anterior, también pensando en la necesidad de plantear una propuesta de valor definida que nos permita entregar historias en su plenitud, con relatos de espíritu innovador al utilizar un formato narrativo asociado a lo transmedia.

Además, debemos tener en consideración otra de las ideas de Bell y Owen en “The Platform Press: How Silicon Valley reengineered journalism”, ya que explicitan el por qué ya no se puede confiar en dejar el contenido creado por un equipo periodístico a merced de los algoritmos y la naturaleza propia de las redes sociales, puesto que targetean el contenido dependiendo de los usuarios que tengan, dejando de lado la neutralidad que alguna vez se creyó que tenían estas plataformas y también, eliminando la ingenua idea de que todo el contenido se distribuye de la misma manera en estos canales de comunicación. En sus palabras:

Platforms rely on algorithms to sort and target content. They have not wanted to invest in human editing, to avoid both cost and the perception that humans would be biased. However, the nuances of journalism require editorial judgment, so platforms will need to reconsider their approach [Las plataformas dependen de algoritmos para clasificar y orientar el contenido. No han querido invertir en la edición humana para evitar tanto el costo como la percepción sesgada de los humanos. Sin embargo, los matices del periodismo requieren de un juicio editorial, por lo que las plataformas deberán reconsiderar su aproximación].

Sumado a lo anterior, existe el factor de los contenidos virales, los cuales serán privilegiados en cualquiera de las redes sociales en las que queramos realizar la distribución

de los contenidos que estemos creando, ya que hay un modelo de negocios que se debe ajustar a esas necesidades de visualizaciones y *likes* de por medio.

Nuevamente, en palabras de Bell y Owen: “The platforms’ business models incentivize ‘virality’— material people want to share —which has no correlation with journalistic quality. The architecture that enables news organizations to reach their audiences on social platforms also militates against their sustainability” [Los modelos de negocio de las plataformas incentivan la ‘viralidad’— material que la gente quiere compartir — que no tiene correlación con la calidad periodística. La arquitectura que permite a las organizaciones de noticias llegar a sus audiencias en las plataformas sociales también milita en contra de su sostenibilidad].

Debido a todo lo anterior es que se vuelve a reafirmar la necesidad de utilizar, editar y publicar en una página web todo el contenido que armamos en este proyecto, ya que no estaremos a merced de forma constante de la naturaleza de otras plataformas que pueden perjudicar la forma en que se socialice nuestro contenido.

Finalmente, también apostamos por el desarrollo de una web usable bajo los principios pensados por Jakob Nielsen³⁴, quien definió aquellas leyes básicas que hacen de una web un espacio de interacción fácil, cómoda, segura e inteligente. Dentro de los parámetros bajo los cuales armaremos la arquitectura de la información de la web y las distintas interfaces que serán parte de ella, privilegiamos la brevedad de los textos en las páginas fijas y el uso de elementos que faciliten el barrido visual de la misma, también el uso de hipertextos para dividir y agrupar información, tiempos cortos de espera (los cuales comprobaremos gracias a la herramienta PageSpeed Insight de Google) y la redundancia de pasos para revisar la información.

³⁴ Schade, A. (2015). *The Fold Manifesto: Why the Page Fold Still Matters*. Recuperado el 27 de julio del 2021, de Nielsen Norman Group. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/page-fold-manifesto/>

Narrativas transmedia: el cómo y por qué

Ya situados en este contexto digital, el cual abarca la existencia de distintos canales, nuevas tecnologías, diversas formas de distribución y también una manera nueva de consumo, consideramos atinente definir qué vamos a entender a lo largo de la siguiente investigación por “narrativa transmedia”.

Y es que el encuentro de las formas narrativas con las nuevas tecnologías trajo consigo la concepción de nuevos fenómenos necesarios de análisis. “El estilo periodístico ha de estar en sintonía con su audiencia” (2013, p.38) comenta Eva Domínguez en su tesis de doctorado, llevándonos a discutir también la forma en que vamos a divulgar la actualidad, sin dejar de lado qué hechos de esta contingencia serán llevados hasta a cada uno de los soportes disponibles y sus audiencias relacionadas.

El concepto de “transmedia” surge por primera vez en 1991 a manos de Marsha Kinder, quien lo describe de la siguiente manera: “En el caso del sistema de super esparcimiento, la intertextualidad transmedia hace que los consumidores se posicionen como unos actores poderosos y a la vez, evita la manipulación comercial” (Kinder en Ciancia; 2016, p.54), haciendo énfasis especialmente en los aspectos mercantilizables que traería consigo este cambio de modelo de distribución de contenidos y añadiendo un sufijo al concepto en sí mismo, acuñándolo como “intertextualidad transmedia”.

Años después, aparecería el académico Henry Jenkins con su artículo publicado en la web del MIT Technology Review en 2003, donde expuso el concepto de *transmedia storytelling* (o narrativa transmedia), basado en sus observaciones a franquicias de ficción y sus elementos ligados a la cultura popular, estableciendo desde ese prisma la siguiente definición – que sería profundizada más tarde en su libro “Convergence Culture” de 2006 – y que también daría pie a varios debates alrededor del concepto en los años venideros.

In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption. That is, you don't need to have seen the film to enjoy the game and vice-versa. As *Pokemon* does so well, any given product

is a point of entry into the franchise as a whole [En la forma ideal de narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia pueda estar presentada en una película, desarrollarse a través de la televisión, novelas y cómics, y su mundo pueda explorarse y experimentarse a través del juego. Cada entrada de la franquicia debe ser lo suficientemente completa para permitir el consumo autónomo. O sea, no es necesario haber visto la película para disfrutar el juego y viceversa. Como Pokémon muy bien lo hace, cualquier producto entregado es un punto de entrada a la franquicia en su totalidad]³⁵.

Además de concebir a la narrativa transmedia como un espacio multicanal en donde cada una de estas plataformas funcione como un punto de partida para las audiencias, Jenkins también estipuló que en toda narrativa transmedia deben existir tres elementos que se configuren como las características básicas de cualquier tipo de proyecto con esta intención: en primer lugar, debe existir la presencia de un mundo narrativo que puede explicitarse o no. En segunda instancia, la distribución de los elementos constitutivos del mundo deben hacerse en múltiples canales y en tercer lugar, es importante la participación de las audiencias, las cuales decidirán experimentar en los mundos imaginarios desarrollados y las historias difundidas.

Pasando los años, ya en 2011 el mismo Jenkins en su página web haría una definición más precisa del concepto de narrativa transmedia, añadiéndole una capa más de complejidad, pensando la narrativa como un proceso en donde idealmente cada uno de los canales que se va a utilizar sea una contribución para la historia que se está contando, siempre desde la perspectiva de la cultura popular y del entretenimiento:

Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story [La narración transmedia representa un proceso en donde los elementos integrales de una ficción se propagan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución, con el fin de crear una experiencia de entretenimiento

³⁵ Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. Recuperado el 10 de junio del 2021, de MIT Technology Review. Disponible en el sitio web: <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

unificada y coordinada. Idealmente, cada medio hace su propia contribución especial al desarrollo de la historia]³⁶.

Es decir, la narrativa transmedia puede comenzar en un estudio de Hollywood o en una sala de desarrolladores de videojuegos, no obstante, puede continuar luego en un blog al tener una entrada escrita por otro autor en referencia a ese contenido que se está distribuyendo o en algún video parodia en YouTube, o quizás en un tweet que termine transformándose en un popular “hilo” con diversos datos curiosos de lo que se está estrenando. Es allí donde también cambia la relación de las audiencias con los contenidos que se están entregando, pasando de ser consumidoras de contenido – con una experiencia unidireccional donde sólo recibían los mensajes – a ser prosumidores, siendo parte de este ecosistema sinérgico y proponiendo o movilizándolo otros contenidos.

Cabe destacar también que otros autores como Carlos Scolari, Paolo Bertetti y Matthew Freeman en “Transmedia Archaeology” (2014) siguen profundizando en el concepto de narrativa transmedia, tomando ejemplos desde la cultura popular y observando cómo se han ido moldeando a lo que proponía Jenkins en su análisis de 2003. Al respecto, destacan cómo la narrativa transmedia no sólo es una práctica narrativa, sino que también es una práctica social a través de un momento y contexto histórico, emergiendo como un componente básico de la cultura popular y del desarrollo de grandes franquicias:

The stories extended, the worlds expanded, and in time the practices of world-creation and world-expansion at the heart of pulp fiction materialized and surrounding media, bringing with them new avenues to extend and expand fiction across a whole host of available media [las historias se extendieron, los mundos se expandieron y con el tiempo, las prácticas de la creación y expansión de mundos en el corazón de la ficción central se materializaron los medios circundantes, trayendo consigo nuevas vías para extender y expandir la ficción a través de una gran variedad de medios disponibles] (p.74)

Además, en la actualización del concepto que hacen Scolari y compañía, se pone en valor dos elementos muy relevantes en la construcción de estas narrativas. En una primera instancia, le dan un valor real a la capacidad ilimitada que resignificar, remixear y producir

³⁶ Jenkins, H. (2011). *Transmedia 202: Further reflections*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Henry Jenkins. Disponible en el sitio web: http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

nuevos contenidos que tienen los prosumidores. Todo aquello que los productores originales del contenido no puedan hacer, no quieran hacer o no saben hacer, lo podrán hacer los prosumidores si es que realmente se sienten llamados a realizarlo (p.75).

Asimismo, los autores también destacan que la narrativa transmedia se verá fortalecida al tener personajes que permitan hacer una expansión de sus historias mediante los multicanales que sean parte del ecosistema que se esté generando, dando la posibilidad de generar una serialidad en la entrega y publicación de estos contenidos:

The storytelling is so strong that the characters require more space and time to tell their stories. Seriality has become a conscious part of creating immersive story worlds (..) these properties have a serial storytelling structure, multiple creative forces which author various parts of the story, a sense of long-term continuity, a deep character backlog, and a sense of permanence [La narración es tan fuerte que los personajes requieren de más espacio y tiempo para contar sus historias. La serialidad se ha convertido en una parte consciente de la creación de mundos inmersivos (...) estas propiedades tienen una estructura serial, múltiples fuerzas creativas, un sentido de continuidad a largo plazo, una profunda acumulación de personajes y un sentido de permanencia] (2014, p.10).

Al respecto, Sam Ford en el mismo texto de Scolari y compañía, afirma que la serialidad presente en estas narrativas también aporta con la proyección del universo transmedia y continuidad para el futuro:

Seriality has become a conscious part of creating immersive story worlds [...] these properties have a serial storytelling structure, multiple creative forces which author various parts of the story, a sense of long-term continuity, a deep character backlog, and a sense of permanence [La serialidad se ha convertido en una parte consciente de la creación de mundos de historias inmersivas (...) estas propiedades tienen una estructura narrativas en serie, múltiples fuerzas creativas que escriben varias partes de la historia, un sentido de continuidad a largo plazo, con profunda acumulación de personas y un sentido de permanencia] (p.10)

Una de las razones por las cuales la narrativa transmedia funciona en su enganche con las audiencias se relaciona con lo atractivo de sus personajes dentro de los universos en que se desarrollan y la construcción narrativa y argumental que tiene cada uno de ellos. La mayor parte de los ejemplos de los que nos provee Jenkins en sus textos y página web

proviene de ficciones en donde hay un equipo escribiendo y editando un guion con características y personalidades de cada uno de estos personajes principales y secundarios. La idea anterior la tomamos en consideración al momento en que elegimos a las protagonistas de nuestro proyecto, ya que si bien como periodistas debemos tener un apego al relato, los hechos y fuentes oficiales, seleccionamos a las protagonistas que fueran capaces de mostrarnos – desde esta no ficción – sus vidas y conflictos mediante personalidades brillantes y convincentes.

Finalmente, queremos recordar una de las reflexiones que hace Jenkins en su página web, donde afirma que la narrativa transmedia se basa en una serie de decisiones que se pueden tomar respecto a una historia en particular para una audiencia determinada³⁷, decisiones que también se verán influenciadas por el contexto en el que estén desarrolladas y los recursos que estén disponibles en ese contexto de producción. Es decir, en una primera instancia nos recalca que una narrativa transmedia debe funcionar para un público específico – el cual en nuestro caso, reconocemos mediante las metodologías propias del diseño pensado en el usuario o *design thinking* – y además, a medida que más se vaya expandiendo la narrativa, más opciones se abren a los productores de la historia en cuanto a la toma de decisiones en distintas plataformas y soportes, con las cuales se puede ir experimentando dependiendo del público objetivo que tenga el proyecto.

En cuanto a las discrepancias que tenemos respecto a lo que propone Jenkins, en específico ponemos énfasis en sus palabras al referirse que lo transmedia no necesariamente “debe tener una fórmula” y si bien, puede que no exista una fórmula creada e implementada como una vía para abrir la diversificación del formato dependiendo del tema que se esté tratando, consideramos que sí hay estrategias y metodologías que tomar en cuenta desde la vereda del periodismo, para evitar que los contenidos que se distribuyan se topen entre sí y se siga la línea de relatos propuesta en el núcleo del proyecto.

³⁷ Jenkins, H. (2011). *Transmedia 202: Further reflections*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Henry Jenkins. Disponible en el sitio web: http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

A partir de todo lo anterior, es que en «Históricas» optamos por el desarrollo de un proyecto de estas características. En primer lugar, por el contexto de desarrollo del periodismo digital actual y la posibilidad de llevar estas historias a distintos canales (escritos, de audio y de video) y plataformas. En segundo lugar, por el valor que recae en sus personajes, quienes tienen personalidades fuertes, contextos e historias de vida ricas en detalles en los cuales se puede ir escudriñando a medida que se distribuye el contenido en cada canal y tercero, por el carácter serial que se le dará a cada una de las historias investigadas y reporteadas a lo largo del desarrollo de este proyecto.

¿Funciona una narrativa transmedia en el periodismo?

Tal como se expuso anteriormente, el concepto de narrativa transmedia o *transmedia storytelling* tiene su origen y análisis principalmente desde contenidos que provienen de la cultura popular – como películas y sus franquicias o juegos de video y contenidos relacionados – pero ¿cómo se puede llevar esta narrativa al periodismo? ¿Qué límites presenta la forma en que se distribuye el contenido que se reporta?

En primer lugar, quisiéramos aclarar que el concepto de “transmedia” no es nuevo ni aparece con la digitalización de las narrativas, sólo que hoy toma fuerza renovada con la proliferación de nuevos sistemas multicanales, los cuales entregan mayores opciones para adaptar esta transmedialidad. Es por esto que los equipos que producen estas historias deben ser capaces de responder ante estas modificaciones que propone el escenario mediático contemporáneo, haciendo común la práctica del “aprender haciendo” y actuando sobre el diseño de distribución de contenidos que fue creado en un inicio.

Al no ser un concepto nuevo, tampoco es nueva su aplicación en el periodismo. Si bien se ha tenido un mayor conocimiento de estas narrativas desde la ficción, los periodistas han producido narrativas transmedia por años, incluso antes de la llegada de la World Wide Web. Scolari en “Transmedia Archaeology” nos da algunas luces:

Stories could start on the radio, continued on the television and expanded to journals. The web and the social networks just added powerful environments for user participation. Documentaries are also adopting transmedia strategies (i.e., the multiplatform productions by National Geographic that span from the traditional magazine to television and web).

Transmedia storytelling is a transversal phenomenon that covers any kind of narrative [Las historias podrían comenzar en la radio, continuar en la televisión y expandirse a revistas. la web y las redes sociales acaban de agregar entornos potentes para la participación de los usuarios. Los documentales también están adaptando estrategias transmedia (por ejemplo, las producciones multiplataforma de National Geographic que van desde la revista tradicional hasta la televisión y la web). La narrativa transmedia es un fenómeno transversal que abarca cualquier tipo de narrativa] (2014, p.4)

Teniendo en consideración lo anterior, ya sabemos que se viene realizando un trabajo aplicando narrativas transmedia en el periodismo desde hace años, pero ¿de qué manera Internet modificó el escenario y planificación de este formato para la inclusión de nuevos canales y plataformas que están en constante actualización?

Según Denis Renó y Jesús Flores en “Periodismo Transmedia” (2018), el desarrollo del periodismo transmedia hoy en día permite aprovechar la liquidez de estructuras, la interactividad y la movilidad de los contenidos a favor de la narrativa que estemos creando, es ahí donde se “asumen papeles importantes con el objetivo de involucrar y atraer al receptor para la interpretación participativa del mensaje” (p.12).

Por lo tanto, se hace fundamental pensar este ejercicio transmedial como algo fuera de lo efímero y veloz del periodismo del día a día (propio de los medios de circulación masiva que se ajustan al sistema productivo que solicita estar en constante actualización), donde se deben generar notas informativas acorde a la contingencia de la jornada, sino que más bien este formato se da para narrativas que aporten profundidad a los conflictos que se estén investigando. Es por eso por lo que los mismos autores recomiendan trabajar la narrativa transmedia en base a reportajes, los cuales aportan diversas artistas a la construcción del universo narrativo que se está difundiendo:

La esencia de la narrativa transmedia está en el campo de los reportajes, por su riqueza de contenidos y de construcción narrativa, así como en todo el tiempo de producción de este género, que posibilita una mejor arquitectura textual. Por todo esto, surge la necesidad de estudiar cómo es posible crear, a partir de un método, la construcción de reportajes apoyados en la narrativa transmedia (p.12).

En cuanto a la necesidad de generar una metodología para lograr la ejecución de la narrativa transmedia de la mejor manera, los mismos autores proponen una opción para organizar los contenidos con la información que se haya reportado e investigado. Renó propone al respecto, apearse a los conceptos de rizoma defendido por Deleuze, en una estructura en donde sea posible y viable la relación entre todos los canales (videos, fotos, links y textos) presentes en la estructura hipermedia, partiendo de la base del texto, de esta forma la navegabilidad “es ofrecida para el lector como coautor de la construcción narrativa” (p.13).

En complemento a esta mirada de necesitar una metodología para tratar contenidos en formato transmedia, autoras como Mariana Ciancia en “De la práctica al diseño transmedia” (2017) aporta con un esquema en donde existen dos situaciones en las cuales hay que ir probando el contenido que se va generando, en un primera instancia hay que verlo en un contexto determinado separando el universo narrativo en cuanto a su contenido, medios e implicación y luego, observar y analizar los detalles de producción que pueda exigir el llevar a plataformas ese universo narrativo, también en cuanto a su contenido, medios y eventual implicación de las audiencias.

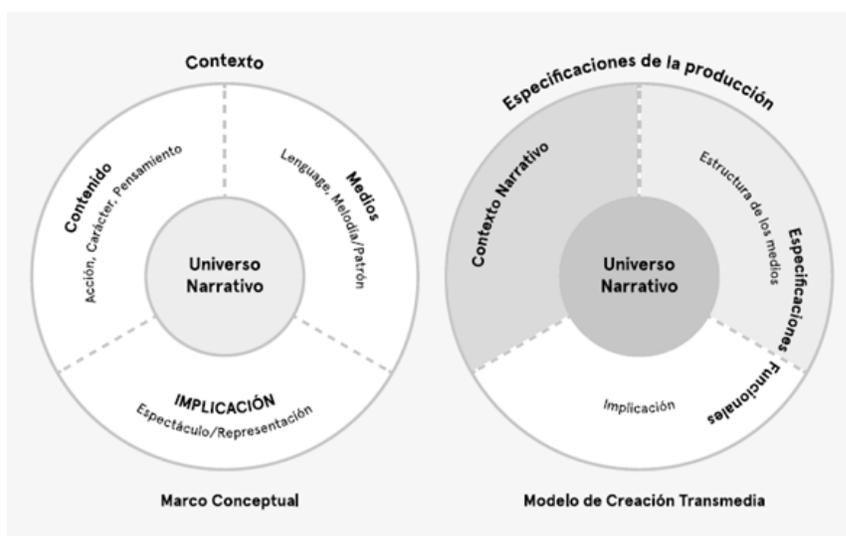


Fig. 1: Estructura recomendada por Mariana Ciancia.

Al existir una forma distinta de hacer contenido transmedia dependiendo del soporte en el que estemos trabajando, Ciancia comenta que hay que afrontar con distinta mirada esa producción, dependiendo si se está trabajando un contenido para una página web o para redes sociales. Hay una necesidad distinta de proyectarse, por lo que se recomienda también que los espacios de trabajo dentro de una redacción también se vean modificados con tareas específicas para cada uno de los profesionales que componen un equipo.

Además, Ciancia propone un instrumento especialmente diseñado desde su texto “Transmedia Building Model” (2016) en donde sugiere lineamientos, herramientas y plataformas online que permitan trabajar de forma multidisciplinaria y colaborativa. El modelo está dividido en cuatro secciones: *storyworld*, *narrative context*, *functional specification* y *production specification*, lo que traduciremos en nuestro modelo adaptado como desarrollo argumental, contexto de la narrativa, especificaciones funcionales y especificaciones de producción. Cada una de estas secciones necesita del desarrollo de una habilidad en específico.

En “Exploring transmedia journalism in the digital age” – compilado de textos realizado por Alzamora y Gambarato en 2017 – en su capítulo 7 dedicado especialmente a la investigación “Tell me a story, but it should be real!” de la misma Mariana Ciancia, la autora explica que la aplicación de este método de trabajo ayudará a que los editores en jefe puedan decidir qué contar, cómo contarlo, cómo enganchar a las audiencias y cómo organizar el trabajo de la redacción:

The application of this framework to the journalism field led the researchers to propose the *Transmedia News Building Model*: a list of questions related to these four main sections, with the aim of helping the chief editors to define what to tell, how to tell it, how to engage the audience, and how to organize the workflow. Each stage produces a visual artifact, a diagram that allows the understanding of the content in terms of storyline structure, and the specific roles of the people involved during the production phase [La aplicación de este marco al campo del periodismo llevó a los investigadores a proponer *El modelo de Construcción de Noticias Transmedia*: una lista de preguntas relacionadas a estos cuatro apartados principales, con el objetivo de ayudar a los directores de redacción a definir qué contar, cómo contarlo, cómo involucrar a la audiencia y cómo organizar el flujo de trabajo. Cada escena produce un artefacto visual, un diagrama que permite la comprensión del contenido en términos de

estructura de la historia y los roles específicos de las personas involucradas durante la fase de producción] (p.134).

De esta manera es que tomamos el modelo propuesto por Ciancia (Figura 2) para el desarrollo de nuestro propio proyecto, adaptado a nuestra situación en el que el único equipo de redacción con el que contamos somos nosotras mismas. Así, aseguramos una buena distribución de los contenidos registrados al momento de hacer las entrevistas e investigaciones correspondientes alrededor de cada historia de las protagonistas que serán parte de esta primera etapa de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

(Fig. 2)

TRANSMEDIA NEWS BUILDING MODEL		
WORKFLOW STAGES		STAGE DESCRIPTION
WHAT I HAVE TO TELL?	WHAT IS THE MAIN THEME?	<p>I HAVE TO WRITE THE PLOT, THE NEWS BACKGROUND AND THE SKILL OF THE CHARACTERS.</p> <p>I HAVE TO FIND ALL THE STORY-LINES AND ORDER THEM BY PRIORITY.</p>
	WHO IS THE MAIN CHARACTER? AND THE OTHERS?	
	WHAT IS THE MAIN STORY-LINE?	
	ARE THERE SECONDARY STORY-LINES?	
TOOL:	PLOT POINT CHART	A CHART TO VISUALIZE ALL THE STORY-LINES AND THE PLOT POINTS.
HOW CAN I EXPLAIN THIS?	WHAT ARE THE CHANNELS?	I HAVE TO UNDERSTAND THE BEST CHANNELS AND THE RIGHT DEVICES.
	WHAT'S THE MAIN FUNCTION ABOUT EACH CHANNEL?	
	WHAT KIND OF CONTENT?	
	WHAT DEVICES ARE USED?	
HOW CAN I ENGAGE THE AUDIENCE?	WHAT IS THE RABBIT HOLE?	I'VE TO THINK ABOUT THE WAY TO INTERACT AND TO ENGAGE THE AUDIENCE.
	WHAT ARE THE POINTS OF ENTRY?	
	WHAT IS THE ENGAGEMENT STRATEGY?	
	HOW TO MANAGE THE AUDIENCE CONTENTS?	

HOW CAN I ORGANIZE THE WORKFLOW?	WHAT CONTENTS TO PRODUCE?	I'VE TO FIND THE BEST SKILLS INSIDE (OR OUTSIDE) THE NEWSROOM.
	WHAT CONTENTS ARE READY TO PUBLISH?	
	WHAT ABOUT THE VISUAL GUIDELINES?	
	WHAT KIND OF COMPETENCE I NEED?	
	WHAT IS THE DEADLINE?	
TOOL:	TRANSMEDIA ROLL OUT + TIME TABLE SCHEDULE	A TIMELINE THAT SHOW HOW DIFFERENT CONTENTS ARE PUBLISHED ON DIFFERENT CHANNELS AND A TIME SCHEDULE WITH THE PRODUCTION DEADLINES.

Fig.2: “Transmedia News building model” por Mariana Ciancia.

A partir de la metodología propuesta por Mariana Ciania, queremos destacar el papel que juegan también otras disciplina en la construcción de mejores metodologías disponibles para trabajar en narrativas transmedia en un contexto periodístico, sobre todo desde el Diseño Transmedia, disciplina desde la cual Ciancia aporta con el método revisado anteriormente. Las narrativas transmedia nos enseñan que el futuro del periodismo es colaborativo y transdisciplinario.

En resumen, reafirmamos la elección de esta narrativa para tratar las historias de Luciana Miranda, Valentina Parra y María Eugenia Ogaz – nuestras tres protagonistas – bajo la metodología propuesta por Ciancia, de tal manera de hacer que todas las entrevistas, fotografías, videos, audios e investigación realizada, tenga un cauce en medio de todo este universo narrativo que estamos construyendo en «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

Inmersión del relato: ¿cómo ha cambiado el concepto?

Las narrativas transmedia prometen en su propuesta llegar a una profundidad en las historias a las que no se puede llegar necesariamente mediante otros formatos. Es por esto por lo que Renó y Flores afirman que los reportajes son el género periodístico que mejor se puede trabajar en este formato, ya que en él se pretenden hacer descubrimientos a medida que se realizan las investigaciones, las cuales también requieren hacer un recorrido pertinente al hecho que se esté investigando, se debe revisar material de archivo y, además, consultar a las fuentes de forma directa.

Esa profundidad también lleva el nombre de inmersión, una de las siete características que propone Jenkins, citado en el capítulo 10 de “Exploring Transmedia Journalism in the digital age”, en donde afirma que los relatos transmedia pueden ser descritos mediante cualidades específicas: capacidad de expansión (*spreadability*), capacidad de los usuarios de seguir investigando (*drillability*), inmersión (*immersion*), capacidad de extracción (*extractability*), construcción de universo narrativo (*worldbuilding*), serialidad (*seriality*), subjetividad (*subjectivity*), continuidad (*continuity*), multiplicidad (*multiplicity*) y rendimiento (*performance*) (Alzamora & Gambarato; 2017, p.185).

En detalle, para Jenkins la inmersión se logra mediante la integración de diferentes recursos que permiten a los usuarios vivir la exploración de estas historias en primera persona, olvidándose el mundo real alrededor de ellos:

Known especially from games or movies, immersion describes the state of letting fans dive deeply into the storyworld, forgetting about the real world around them. By integrating different media into a transmedia story journalism also has the chance to create immersive transmedia projects that allow first-person exploration of certain events or allow to see stories through different eyes [Conocida especialmente por los juegos o las películas, la inmersión describe el estado en el que los fanáticos se sumergen profundamente en el mundo de la historia, olvidándose del mundo real que los rodea. Al integrar diferentes medios en una historia transmedia, el periodismo también tiene la oportunidad de crear proyectos transmedia inmersivos que permiten la exploración en primera persona de ciertos eventos o permiten ver historias con otros ojos] (p.185).

En contraste al concepto de inmersión presentado por Jenkins, hay una sutileza necesaria de mencionar, ya que los orígenes de la palabra *inmersión* fueron aplicados en una primera instancia desde el periodismo más tradicional ligado al ejercicio etnográfico de observar por mucho tiempo algún contexto y luego transmitir todas estas emociones y sensaciones en un relato. En esos tiempos se esperaba que el periodista conviviera durante un gran lapsus de tiempo con la realidad social que quería registrar, para luego exponer mediante esta experiencia antropológica, sus publicaciones. “Para el reporterismo la inmersión en la realidad que se quiere narrar es una técnica de investigación imprescindible” (Domínguez; 2013, p.86).

Al mismo tiempo, las entrevistas son parte fundamental del buen reporteo que se esperaba (y se sigue esperando) para generar la inmersión del relato. De esta forma, mediante los testimonios y voces de diversas fuentes, se pueden comparar las distintas versiones de un mismo hecho, el reportero se puede compenetrar en la intimidad presente en el mundo en donde viven los personajes que entrevista y se pueden captar las sutilezas presentes en el conflicto que se está investigando.

Independiente si la inmersión antes proponía un concepto que difiere en detalles del que se tiene hoy en día, es fácil llevar el concepto a la actualidad, ya que requiere de las mismas herramientas y el mismo compromiso del periodista, quien necesita vivir la situación para aproximarla al lector, para situarlo en ella. Sin embargo, en la actualidad hay tecnologías y formatos que permiten facilitar este proceso de asimilación y comprensión de la realidad.

Para la ejecución de nuestro proyecto «Históricas: Relatos de mujeres en Chile», optamos por tres herramientas/canales para llevar a las audiencias a que acompañen a nuestras protagonistas en sus historias. En primer lugar, están los textos en tres géneros: entrevistas, crónicas y reportajes. En las entrevistas se podrán encontrar dos de estos textos para cada una de las historias, siendo la primera entrevista un perfil a las protagonistas y la segunda, una entrevista a una voz experta que ayuda a la comprensión total de la lucha que vive nuestra protagonista. En segundo lugar, están las crónicas, relatos en tono de bitácoras en donde narramos a la audiencia cómo fue el proceso de entrevistas y rodaje de las imágenes de cada historia y finalmente, están los reportajes, textos en profundidad en donde se explica en detalle el conflicto en el cual están envueltas las protagonistas.

El segundo canal/herramienta que escogimos para profundizar en esta inmersión de nuestra audiencia es el podcast. Durante el último año – sobre todo en 2020 – el crecimiento en la producción y escucha de podcasts fue exponencial. Según el informe elaborado por Voxnest “The State of the podcast universe” (2020)³⁸, en Chile la escucha de podcast creció en un 85%, siendo uno de los países en donde más escucha se realizó durante ese año. Además de su popularidad, en los siguientes apartados comentaremos cómo esperamos que este canal de audio nos ayude más en la comunicación de estas historias e invite a las

³⁸ Voxnest. (2020). *The State of the Podcast Universe*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Voxnest. Disponible en el sitio web: <https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/>

audiencias a abstraerse de sus realidades para entrar en las de Luciana, Valentina y María Eugenia.

Y finalmente, escogimos una tecnología que ha ayudado a modificar las concepciones y parámetros de la inmersión. Estamos hablando de los videos en realidad virtual (VR) o 360 grados, los cuales permiten generar la percepción de estar en un lugar determinado, aumentando la experiencia sensorial del escenario al que se quiere transportar a la audiencia (Domínguez; 2013, p.96).

Relato inmersivo mediante el audio

El desarrollo de podcasts a nivel internacional no es un fenómeno reciente como sí parece serlo para nuestro país y el cono sur. Desde el 2014 – año en el que Apple lanza la aplicación Apple Podcast en iPhone y también se estrena el podcast “Serial” con grandes niveles de audiencia en Estados Unidos – es que muchos medios del anglosajón comienzan a ver aquí un potencial formato al que se le puede sacar provecho e incluir dentro de las estrategias de difusión de contenido.

Por ejemplo, The New York Times inaugura desde el 2016 un equipo de audio dedicado solamente a desarrollar podcasts, teniendo gran éxito con programas como “The Daily”, donde al comienzo de la jornada comentan las noticias más relevantes de la jornada que marcarán pauta durante el día o “Modern Love”, parte de la columna del Times donde actores populares leen los ensayos publicados en esta sección, la cual, a la fecha, se convirtió en una serie de Amazon Prime. Actualmente, muchos medios apuestan por los podcasts como una forma de hacer llegar al público – a través de innovadores formatos – el periodismo que practican en cada uno de ellos.

Antes de seguir, nos gustaría hacer una aclaratoria respecto a qué vamos a entender por podcast, puesto que debido a la proliferación que ha tenido el formato en el último año en nuestro país, hay muchos programas con la etiqueta, pero que finalmente no cumplen con algunas especificaciones básicas. Para ello, nos basaremos en la definición de Lance Dann y Martin Spinelli en “Podcasting: The audio media revolution” (2019) en donde definen a los podcasts mediante una serie de condiciones que deben cumplir. Entre ellas, que es necesario su consumo con audífonos, que funcionan bajo los parámetros de audiencias atomizadas, que

está entramado en las redes sociales, que no obedece a las leyes de la radio (ni en formato ni en tiempos de producción), que sus tiempos de duración son diversos dependiendo de la narración y el estilo que se haya adoptado y en especial, que su escucha demanda atención: implica elegir un capítulo, suscribirse, colocar play y abstraerse en la narración de lo que se está escuchando.

En ese sentido, apeándose a la definición de Dann y Spinelli, una de las razones por las cuales optamos por desarrollar para el canal de audio un capítulo de podcast – por cada una de las historias que registramos – está relacionado a la libertad que nos da el formato de poder experimentar para dejar presentada de la mejor manera a las otras voces que son parte de la vida de cada una de las protagonistas (y que quedaron fuera de la parte escrita y audiovisual del proyecto). Por otro lado, la idea de tener un público atomizado calza con nuestra construcción de usuario arquetípico y una escucha activa es el escenario ideal de consumo para lograr la inmersión de las historias en nuestra audiencia.

La inmersión que se puede lograr a partir de los canales de audio – y en específico de los podcasts – está definida por McMahan dentro de la publicación “Immersion in Hear: A practitioners perspective on immersive podcasts” (2019) de Sneha Gore, de dos maneras. En primer lugar, se refiere a un concepto asociado a la inmersión perceptiva y también, a una inmersión psicológica.

McMahan further works on the concept of presence ‘, theoretically more to do with sensory immersion, and proposes two further types of immersions. She calls it perceptual level immersion, which is achieved by blocking out the real world to the most possible extent by the use of goggles, headphones etc. The second is psychological immersion, which is achieved with the user ‘s mental absorption in the world [McMahan trabaja más a fondo el concepto de “presencia”, teóricamente más relacionado con la inmersión sensorial y propone otros dos tipos de inmersiones. Ella la llama inmersión a nivel perceptivo, la cual se logra bloqueando el mundo real en la mayor medida posible mediante el uso de gafas, audífonos, etc. La segunda es la inmersión psicológica, la cual se logra con la absorción mental del usuario en el mundo] (p.69).

Y en el caso de los podcasts, ambos tipos de inmersión se ven aplicados a los usuarios una vez que seleccionan en qué aplicación escuchar cada uno de los relatos disponibles en este tipo de canal. Mediante el uso de audífonos, pueden sentir una inmersión perceptiva, atendiendo a una escucha activa que los aísla de otros distractores y si la historia es lo suficientemente atrayente para el auditor o auditora, se podrá lograr también la inmersión psicológica de la que habla McMahan.

Para poder llegar a la inmersión psicológica, Gore nos entrega una serie de consejos que son aplicables a las narrativas que se pueden estar produciendo. Siempre se debe estar contando una historia que sea fuerte en su narrativa, esto permitirá que en cualquier soporte se logre esa inmersión, pero que, en el canal de audio, sea más sencillo entrar al punto de identificación de los personajes que allí aparecen mediante el uso de sus voces. Además, una buena producción técnica y el uso de silencios y pausas lograrán aportar a esta narrativa sonora que se está produciendo. Al respecto, comenta lo siguiente:

The role of having a strong or powerful storytelling is essential for any immersive content'. If the immersive content is only audio in nature, the quality of storytelling becomes even more important. Because the medium does not have any ready visual cue, the burden of creating an altogether separate world to let the audience 's imagination sink into, has to be borne by the narrative. This is not difficult to understand. After all, the great stories of all time proved to be quite immersive, without any audio-visual aid [La labor de tener una narración fuerte o poderosa es esencial para cualquier tipo de contenido inmersivo. Si el contenido inmersivo es por naturaleza sólo de audio, la calidad de la narración se vuelve aún más importante. Debido a que el medio no tiene ninguna pista visual lista, la carga de crear un mundo completamente separado para dejar que la imaginación de la audiencia se sumerja, debe ser llevada por la narrativa. Esto no es difícil de comprender, después de todo, las grandes historias de todos los tiempos demostraron ser bastante inmersivas, sin ningún recurso audiovisual] (p.72).

En resumen, la importancia del uso de este formato también radica en la forma en que las voces dentro de cada uno de los capítulos de esta primera etapa de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» puede llegar a conectar con los y las auditoras. Al respecto, Richards y Rees en “Autoethnographic journalism: Subjectivity and emotion in audio storytelling”

(2017) de Mia Lindgreen afirman que la experiencia en audio abre el acceso a una experiencia y emociones únicas que sólo se transmiten gracias al uso de la voz:

Stories are mostly told using the voices of the people involved, opening up access to authentic lived experience and emotions. This aligns with broader societal trends towards an “emotional public sphere” and what is often called the “affective turn” in social science research [Las historias se cuentan en su mayoría utilizando las voces de personas involucradas permitiendo el acceso a experiencias y emociones auténticas. Esto se alinea con las tendencias sociales más amplias hacia una esfera pública emocional y lo que a menudo se llama el “giro afectivo” en la investigación de las ciencias sociales] (p.6).

Relato inmersivo mediante la realidad virtual

A nivel mundial, es conocida la propuesta realizada por The New York Times con su primera película periodística en realidad virtual llamada “The Displaced”³⁹ lanzada en 2015 – un documental de diez minutos de duración, que presentaba la historia de tres niños refugiados que habían sido desplazados de sus lugares de origen por la culpa de la guerra y las persecuciones políticas – para luego desarrollar una aplicación llamada “NYT VR”⁴⁰ y una serie de videos con contenido periodístico en ese formato, ya sea en un trabajo conjunto con marcas o desarrollando pequeñas cápsulas lanzadas a través de su aplicación y canal de YouTube. El ejemplo marcado por el Times fue seguido de cerca por medios como The Guardian en 2016 con “6x9: A virtual experience of solitary confinement” o Vice el mismo año, lanzando “Enter the 360° world of vodou healing in Haiti”.

Sin embargo, a nivel nacional, son pocos los ejemplos que se encuentran de productos periodísticos en videos en 360°/VR. Uno de los casos encontrados consta de la aplicación realizada por Imagen Chile en “Chile 360”⁴¹, donde se difunden una variedad de paisajes naturales y destinos culturales de nuestro país. Sumado a lo anterior, existe una serie de

³⁹ Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times*. Marzo 18, 2019, de Knight Center for Journalism in the Americas. Sitio web: <https://knightcenter.utexas.edu/books/Lareinveni%C3%B3ndeTheNewYorkTimesIsmaelNaf%C3%ADa.pdf>

⁴⁰ Aplicación también transformada en una sección de su página web disponible en el siguiente link: <https://www.nytimes.com/spotlight/augmented-reality>

⁴¹ Imagen Chile. (2018). *Chile 360°*. Recuperado el 21 de julio del 2021, de Imagen Chile. Disponible en el sitio web: <https://www.appchile360.cl/>

empresas o *start-ups* diseñadas para la generación de contenido en 360 grados o realidad virtual. Una de esas empresas es “[Immersive News](#)”, quien ha estado encargada de realizar los primeros trabajos de carácter periodístico en realidad virtual del país. Trabajos como la recreación del arresto de [Augusto Pinochet en Londres](#) o el desarrollo de una aplicación mostrando el valor cultural de la carpa de Violeta Parra, los que funcionan como ejemplos que nos han permitido realizar esta tecnología actualmente. Además, otras empresas como “[Inmersivo](#)” han desarrollado diversos contenidos para marcas como Red Bull, VTR o el canal de televisión Mega, generando experiencias en 360° para episodios de teleseries o programas de televisión.

En términos de la aplicación de estas nuevas tecnologías a medios nacionales, según la investigación desarrollada por Juan Cantero y Pavel Bautista en “Realidad Virtual, contenidos 360° y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual” (2016), se registra que en Emol, Upsocl y el Diario Financiero se intentó levantar un área dedicada a la creación y difusión de videos en realidad virtual desde el 2016, pero sin tener mayor éxito ni impacto al crear contenido periodístico – como entrevistas o crónicas – durante los siguientes años hasta la publicación de esa investigación.

A partir de lo anterior es que una de nuestras inquietudes y motivaciones para trabajar en producir un capítulo piloto en 360 grados recae en lo atractivo de esta nueva tecnología para nuestro contexto y la forma en que se presenta como una posibilidad de actualizar formatos y plataformas utilizadas por el periodismo tradicional de nuestro país, de tal manera de dar a conocer historias y personas, y darle un carácter de interactividad a los capítulos de esta futura webserie, en la que los usuarios pueden estar activos constantemente mientras consumen cada uno de estos capítulos.

En palabras de Domínguez, el formato en 360 grados, la realidad virtual y la realidad aumentada facilitan estos escenarios envolventes y la inmersión en los dos sentidos que mencionaba McMahan: la inmersión perceptiva y también psicológica:

El escenario envolvente, la percepción de estar en el lugar, la reducción del espacio que separa la realidad del sujeto de la realidad que se quiere transmitir son objetivos de estas tecnologías. En resumen, aumenta la experiencia sensorial del escenario al que se quiere transportar a la

audiencia. Las imágenes en 360 grados, la realidad virtual y la realidad aumentada son algunas de las tecnologías y formatos que persiguen este objetivo (p.96).

A raíz de lo anterior y de esta nueva sensación de inmersión, aparece un nuevo concepto en el mundo del periodismo. Lo que antes se conocía como *storytelling* (narrar historias) dio un paso más allá y comenzó a llamarse también *storyliving* (vivir las historias), ya que las tecnologías como las mencionadas anteriormente nos permiten situarnos dentro del universo que se registra mediante las cámaras 360 (como la Samsung Gear 360 que utilizamos en el rodaje de este proyecto) y darle la posibilidad a las audiencias de poder interactuar con los hechos que están siendo narrados en este universo en el cual están ingresando.

Cabe destacar que al trabajar con la realidad virtual hay dos formas de tratar el material que se quiere exponer. Según Nonny de la Peña – quien vendría a ser la madrina de la realidad virtual aplicada en el periodismo – una forma de tratar los relatos es a través de la Realidad Virtual Real (RVR) en donde se registra con una cámara de 360 grados una historia y luego se hace un montaje audiovisual que ayude a entender ese relato. Y, en segundo lugar, está la Realidad Virtual Virtual (VR2) en donde se recrean, mediante la animación en 3D, los personajes dentro de la narrativa que se está creando. Para efectos de este proyecto, utilizaremos la narrativa tras la Realidad Virtual Real, registrando cada escena del capítulo piloto con una cámara Samsung Gear 360.

En resumen, el valor fundamental de la realidad virtual para el periodismo se traduce en esta posibilidad de presenciar los hechos que se están relatando, la cual puede llegar a crear una conexión emocional más rápida con las audiencias mediante lo que están observando e interactuando. En palabras de Taylor Owen, Fergus Pitt, Raney Aronson y James Milward en “Periodismo de realidad virtual”:

La presencia puede cambiar y crear una conexión emocional con una historia y un lugar. También puede hacer que el público comprenda, mejor cuando los elementos espaciales de una noticia son clave para entenderlas. Incluso cuando la tecnología no es de gran sofisticación y fidelidad, los usuarios reaccionan a la experiencia de inmersión en formas muy reales (2018; p.9).

Frente a toda la variedad de elementos, herramientas y contenidos que estarán dentro de esta narrativa transmedia, es que seguimos firmes en la convicción de trabajar las entrevistas, testimonios e imágenes registradas desde el 2019. Apostamos por la inmersión en cada uno de los canales y soportes que tendrá nuestro proyecto desplegado en una página web, el cual funcionará como nuestro universo de acción y distribución de los textos, imágenes, audios y videos que generamos en la producción de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

III. METODOLOGÍA

El desarrollo de nuestro proyecto de título se dividió en numerosas etapas en las que pudimos aplicar los distintos conocimientos adquiridos durante nuestros años de estudiantes de periodismo, los cuales van desde el desarrollo del área digital del proyecto, hasta el rodaje, producción audiovisual, sonora y escrita de cada uno de los elementos que serán parte de este proyecto transmedia.

De esta manera y considerando que existió un trabajo previo realizado en 2019, que luego se vio reformulado para evolucionar en este proyecto, detallamos todo el proceso y metodología asociada desde las etapas de rodaje y grabación hasta la actual edición y curatoría de contenidos en la web.

1. Investigación

Cuando recién comenzamos este proyecto, necesitábamos realizar una investigación acabada tanto de las temáticas que queríamos registrar, así como también de los equipos que íbamos a utilizar para sacarle provecho al formato en realidad virtual/360° que queríamos aplicar. Por lo que en una primera instancia necesitábamos investigar teóricamente el concepto de narración transmedia y el tratamiento periodístico que se le podía dar, para así planificar nuestros rodajes en función de los contenidos que queríamos registrar.

En segundo lugar, fue necesario investigar cada temática y protagonista dentro de las áreas que definimos en un comienzo. Así fue como llegamos a las historias de Luciana, Valentina y María Eugenia. Para ello, realizamos una revisión del material audiovisual y escrito que existía en la web, de tal forma de hacernos una idea de las luchas sociales y personales que podía llevar acaba una de ellas, lo que nos daría pie para plantear una nueva forma de registrar cada una de sus historias y armar la pauta de preguntas de las entrevistas.

En tercer lugar y luego de haber realizado la investigación mediante archivos, correspondió investigar en terreno para conocer a cada protagonista y su entorno, adentrándonos así a cada conflicto y realidad, como por ejemplo, la lucha medioambiental en Quintero-Puchuncaví; las dificultades de ser patinadora artística sobre hielo en Chile y los conflictos que enfrentan las científicas ante el machismo presente en esta disciplina y la academia.

Por último y antes de empezar a planificar el rodaje, correspondía investigar y estudiar cómo funcionaban las cámaras Samsung Gear 360 para poder hacer el registro en realidad virtual que esperábamos.

2. Producción del rodaje

Luego de todo el proceso de investigación, correspondía producir el rodaje de cada uno de los capítulos. Con la decisión tomada de registrar tres capítulos y con las protagonistas definidas para cada uno de ellos, armamos un cronograma de registro que se acoplara a los tiempos de Luciana, Valentina y María Eugenia.

3. Registro y rodaje

Luego de la planificación, fuimos registrando en diversas jornadas y viajes cada uno de los capítulos. La mayor parte del rodaje tuvo su registro tanto audiovisual como sonoro en 2019.

Sumado a la logística anterior, realizamos un registro de todas las entrevistas que serían necesarias por capítulo, detalladas a continuación:

Historia 1 → Luciana Miranda (19), Patinadora sobre hielo

- Luciana Miranda (protagonista), patinadora sobre hielo y actual estudiante de diseño gráfico.
- Katherine Kauffman, Presidenta Honoraria de la Federación Nacional Chilena de Patinaje sobre Hielo y jueza invitada al Tercer Campeonato Nacional Federado de Patinaje Artístico sobre Hielo, realizado en septiembre de 2019
- Germaine Pérez, Terapeuta Ocupacional y entrenadora del Club de Patinaje Artístico Maipú, al cual pertenece Luciana.
- Martina Espinoza, Matilde Vargas, Sindy Espinoza, Sofía Norambuena, Damaris Vargas, Fernanda Canales son compañeras de club de Luciana, menores de edad, quienes fueron entrevistadas con preguntas breves y con la autorización de sus tutores legales.
- Constanza Norambuena, Gabriel Muñoz, Damian Stuardo, Luna Zúñiga, Valentina Valenzuela, compañeras y compañeros de club de Luciana, quienes sí fueron

consultados de forma más extensa respecto a su participación en competencias y motivaciones.

Historia 2 → Valentina Parra (32), Bioquímica

- Valentina Parra (protagonista), licenciada en Bioquímica Universidad de Chile y actual docente de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas de la UCH.
- Marcela Oñate, encargada del Departamento de Estudios y Gestión Estratégica de CONICYT, en donde desarrolla investigaciones en temas ligados a la equidad de género en áreas científicas.
- Mónica Villa, Coordinadora Ejecutiva del PAR Región Metropolitana Norte, quien ha trabajado con Valentina en actividades de extensión y divulgación de las ciencias en esta zona de la capital
- Francisco Bravo Acuña, estudiante de pregrado de Bioquímica en la Universidad de Chile, quien realiza investigaciones en el laboratorio liderado por Valentina.
- Sebastián Leiva, estudiante de pregrado de Bioquímica en la Universidad de Chile, quien realiza investigaciones en el laboratorio liderado por Valentina.
- Mayarling Troncoso, estudiante de posgrado de la Universidad de Chile, quien realiza su práctica en el laboratorio liderado por Valentina.
- Ximena Elena, estudiante de pregrado de Bioquímica en la Universidad de Chile, quien realiza investigaciones en el laboratorio liderado por Valentina.
- Carolina Hernández, estudiante de posgrado y encargada de llevar una de las líneas de investigación en el laboratorio liderado por Valentina.
- Felipe Muñoz, estudiante de posgrado y *lab manager* del laboratorio que lidera Valentina.

Historia 3 → María Eugenia Ogaz (62), Pescadora Artesanal

- María Eugenia Ogaz (protagonista), pescadora artesanal de la caleta de Horcón.
- Pescadores compañeros de María Eugenia en la caleta, participando con entrevistas breves dentro del registro.
- Asistentes a la marcha que conmemoraba un año desde la masiva intoxicación que afectó a las comunas de Quintero y Puchuncaví en 2018.

Realizadores en VR

- Leonardo Medel, realizador formado en la Escuela de Cine de Chile, director de películas en VR como “Hotel Zentai” (2018) y “Constitución” (2016) y fundador de la productora Merced.
- Daniel Ferreira, post productor de imagen y sonido formado en la Escuela de Cine de Chile quien trabaja junto a Leonardo Medel en la productora Merced.
- Catalina Alarcón, directora del proyecto multiplataforma “Volver a Casa”, que incluye un largometraje documental, una experiencia en realidad virtual y talleres de cine y realidad virtual en cárceles chilenas.
- Natalia Cabrera, cineasta especializada en VR/XR/AR, directora del proyecto “Hypha”, el cual explora de manera inmersiva el inexplorado Reino Fungi.

Además de las técnicas de registro propias del 360°, utilizamos técnicas del fotoperiodismo, con el fin de realizar un fotorreportaje de la vida de cada protagonista y sus entornos, además de incluir parte de nuestro *making off*; el cual se relaciona con el lado educativo de nuestro proyecto transmedia.

Para cada uno de los capítulos, armamos un guión técnico – siguiendo el modelo adjunto a continuación – con las escenas, planos y sonidos que esperábamos registrar en cada uno de ellos. Los cuales fuimos modificando acorde a las jornadas de rodaje y el material que fuimos registrando durante todas las jornadas en las que nos tocó grabar a las protagonistas, sus entornos y contextos.

N° de Plano	Imagen Visual (planos)	Imagen Auditiva	Duración	D.A	Comentarios u observaciones
1	Luciana patinando. Cámara subjetiva.	Audio ambiente + extracto de la entrevista en donde nos cuenta de su motivación por el patinaje, ya es un deporte muy artístico. (62)	1' (min)	1' (min)	*Carta de cesión de derechos de imagen de Luciana <input checked="" type="checkbox"/>
2	Opening (time lapse): patinadores durante su entrenamiento frente a la cámara.	Audio ambiente con sonidos propios de la pista de patinaje.	30"	1'30"	*Grabación real de 10' del time lapse.

	Se añade logo original del proyecto				
3	Protagonista entrena off ice (cámara fija fuera del espacio de entrenamiento), hasta ponerse los patines	Audio ambiente + voz en off que comienza a sonar cuando Luciana se pone sus patines. En el extracto de entrevista nos cuenta sus inicios, sus logros y motivaciones. La protagonista relata sus motivaciones e inicios en el deporte. (64)	1'30"	3'	*Carta de cesión de uso de espacio <input checked="" type="checkbox"/>
4	Protagonista entra a la pista (cámara fija dentro de la pista) practicando su rutina.	Audio ambiente + voz en off con extracto de la entrevista en donde nos cuenta su presente, cómo se está preparando para la competencia nacional y su objetivo de ser una patinadora completa. (75) (66)	1'	4'	*Revisar la imagen ya registrada, stitcheada con headset. *Carta de cesión de uso de espacio <input checked="" type="checkbox"/>
5	Protagonista se encuentra en su casa para comenzar su jornada. Entrevista con cámara fija en su pieza. Se ven medallas y fotografías de sus competencias.	Audio ambiente + extracto de la entrevista en imagen en donde nos cuenta el significado de ser patinadora en Chile, las dificultades y lo que ha significado ser parte de la ISU. (71)	1'30"	5'30"	*Espacio llenado con medallas y fotos de la protagonista (dirección de arte) *Carta de cesión de uso de espacio (gestionar)
6	Protagonista se traslada hasta la pista de patinaje desde su casa. Cámara en movimiento (dentro de la micro + metro)	Audio ambiente + voz en off contándonos el difícil y largo de camino de llegada hasta la sede de Cerrogrado que queda en Maipú y el cambio de sede por las pocas posibilidades que hay debido a las pocas sedes en Santiago. (66)	1'	6'30"	*Seleccionar y revisar escenas grabadas con casco, selfie y cámara fija. Evaluar con headset posteriormente. *Grabar audio ambiente del metro + micro de nuevo en enero 2020.
7	Protagonista entrenando junto a su club en la mitad de la	Audio ambiente + voz en off contándonos la relevancia de tener un	1'	7'30"	*Revisar escenas grabadas en pista compartida.

	pista (cámara fija). Al otro extremo se observa público ocasional de Cerograd.	buen ambiente junto a sus compañeros, y su entrenadora, y qué tan importante es la sana competencia para el Club en el que se encuentra.			*Carta de cesión de derechos de imagen de compañeros de club y entrenadora <input checked="" type="checkbox"/>
8	Protagonista entrena junto a sus compañeros off ice en la sede de la Gran Logia cercana al Mall Arauco Maipú. - Cámara fija	Audio ambiente + continuación de la cuña anterior, en la cual la protagonista cuenta el buen liderazgo y apoyo de su entrenadora, quien cuida mucho de la salud física y mental de las y los patinadores. (77)	1'	8'30"	*Revisar imágenes del entrenamiento y distancias con headset.
9	Protagonista se ve en cámara probándose sus vestuarios nuevos previo a la competencia Nacional en "Mallas Rivas". - Cámara fija	Audio Ambiente en el cual se escuchan las apreciaciones de la protagonista sobre su nueva malla de competencia.	1'	9'30"	
10	Protagonista patina en el hielo junto a sus compañeros de equipo previo a la competencia Nacional.	Sonido ambiente + coro de voces de patinadores y entrenadora contando las dificultades que han tenido que pasar para llegar a la competencia.	2'	11'30"	
11	Cámara fija en el sector de competidores, ubicado al costado de la pista. Allí se ve a los patinadores de Cerograd, junto a los de otros clubes, esperando salir a competir.	Audio ambiente grabado desde la perspectiva de la entrenadora. Se incluyen consejos y frases motivacionales a las y los patinadores.	1'	12'30"	
12	Cámara fija de la pista Cero Grados en Rancagua, con todo listo para la	Audio ambiente + música de fondo de la coreografía. Se incluye además voz en off de la	1'	13'30"	*Canción de rutina: "Les Passants" de Zaz. https://www.youtube

	competencia Nacional con Luciana lista para estrenarse en la pista. La cámara comienza a grabar desde que la nombran hasta unos segundos luego de que comience su rutina.	protagonista donde narra la disciplina necesaria para ser patinadora. (83)			.com/watch?v=69BSOvqJ0_s
13	Luciana en el podio de la competencia nacional, finalizando el largo trayecto de este documental. -Cámara fija.	Audio ambiente + voz en off de la protagonista donde habla de que ya se está visibilizando de a poco el deporte, que esperan más apoyo, para que así algún día llegue una patinadora chilena a los Juegos Olímpicos.	1'	14'30"	
14	Créditos de cierre	Música original suena de fondo, mientras se presentan los créditos.	30"	15'	

4. Revisión de material

Una vez realizado el registro del primer capítulo debíamos revisar el material y ver si se ajustaba al guion técnico diseñado en un comienzo.

Con la revisión del material, pudimos redactar el guion definitivo del capítulo piloto de la webserie documental, en el que empleamos los conocimientos sobre dramaturgia y narrativa audiovisual obtenidos a lo largo de nuestra carrera.

Sumado a lo anterior, la revisión de material nos aportó la posibilidad de analizar si era necesario registrar algo nuevamente, ya sea en video o en sonido.

5. Reformulación del proyecto

Todo el registro que realizamos durante el 2019 se vio reformulado al tener el proyecto esta nueva proyección de ser un proyecto transmedia, por lo que volvimos a revisar

el material, la identidad gráfica, el nombre y las posibilidades que nos daba nuevamente la transmedialidad de lo que habíamos registrado.

6. Orden del contenido

Una vez con la reformulación de la identidad gráfica, el nombre y la identidad del proyecto, tuvimos que ordenar todo el contenido siguiendo el método propuesto por Mariana Ciancia, de tal forma de distribuir el registro realizado en sus canales audiovisuales, sonoros y escritos, y ver si hacía falta realizar nuestras entrevistas para seguir complementando y aumentando el ecosistema del relato y del proyecto.

En esta etapa también realizamos algunas entrevistas faltantes en formato remoto, debido a las condiciones sanitarias que nos impidieron registrarlas de forma presencial. A saber, nos contactamos con las siguientes personas:

Historia 1 → Historia 1 → Luciana Miranda (19), Patinadora sobre hielo

- Elizabeth González, concejala de Maipú presidenta Comisión de Cultura y Deporte.
- Marco Oneto, exjugador profesional de handball chileno, fundador de la Fundación Marco Oneto.

Historia 2 → Valentina Parra (32), Bioquímica

- Sergio Lavandero, Investigador chileno, doctor en bioquímica y docente titular de la Facultad de Ciencias Químicas y de la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile.
- Valeria Navarro Roseblatt, parte de la Comisión de género de Redes Chilenas, Licenciada en Historia de la Universidad Católica, Magíster en Estudios Internacionales de la USACH y Doctora de la Universidad de Wisconsin-Madison.
- Daniela Seelenfreund Hirsch, bioquímica egresada de la U de Chile, Doctora en ciencias biológicas de la Universidad Católica, académica de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas de la U Chile en retiro, luego de 30 años de labor.
- Dra. Marcela Mandiola, miembro de la Red de Investigadoras. Doctora en Management Learning por la Universidad de Lancaster, Inglaterra. Académica de la

Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile. Áreas de interés: género y organizaciones, educación en negocios y estudios organizacionales.

Historia 3 → María Eugenia Ogaz (62), Pescadora Artesanal

- Hugo Poblete, biólogo marino, pescador artesanal y Presidente del Sindicato de Pescadores Artesanales S24.
- Katta Alonso Raggio, fundadora y vocera de la agrupación Mujeres en Zona de Sacrificio Quintero - Puchuncaví en Resistencia.
- Cristina Lux, Coordinadora Justicia Ambiental de ONG Defensoría Ambiental
- Yuri Carvajal, Doctor en Salud Pública de la Universidad de Chile y coordinador del Grupo de tarea salud y contaminantes Ventanas-Quintero-Puchuncaví

7. Elaboración de la página web

A medida que fuimos ordenando el material disponible registrado, comenzamos el desarrollo de nuestra página web, generando un usuario arquetípico, elaborando un *benchmark*, organizando el contenido en la web proponiendo una arquitectura de la información y diseño de *wireframes*. Para, posteriormente, trasladar el trabajo realizado a la web habilitada. Todo lo anterior, pensando en las herramientas propuestas por el *design thinking* o diseño centrado en el usuario.

Además, se hizo necesario investigar y manejar cada canal que se abrió para difundir y enlazar hacia nuestra página web, como YouTube y SoundCloud, además de la distribución en otros canales como Spotify o Google Podcast. Por supuesto que también fue necesario reafirmar la decisión de utilizar a WordPress como principal gestor de contenidos de la página web, así como también investigar y revisar opciones de *hosting*, como Siteground.

Luego de planificar la realización de la web, hay que comenzar con la redacción del contenido web, mediante un equilibrio entre el uso de la escritura optimizada para motores de búsqueda (SEO).

8. Montaje y posproducción

Luego de revisar el material y tenerlo organizado en este ecosistema transmedial, correspondió postproducir los registros en 360°/VR, lo cual incluyó la selección de material, edición y montaje para el tráiler y capítulo piloto del proyecto; trabajo que se ejecutó principalmente a través del programa Power Director de Samsung y Adobe Premiere Pro.

También, en esta etapa de postproducción, desarrollamos y ordenamos el contenido sonoro, desarrollando capítulos de podcast de tipo investigativo y testimonial, para los cuales llevamos a cabo la escritura de guiones, búsqueda de sonidos ambientales y postproducción de cada capítulo y teaser, contemplando diversas técnicas narrativas de audio y utilizando el programa Adobe Audition.

9. Publicación

Luego de editar y postproducir el material, llega el momento de ordenarlo y publicarlo en la web siguiendo nuestros lineamientos editoriales y de extensión de cada uno de los textos, así como también de los videos y audios planificados dentro de la estrategia de contenidos propuesta por Mariana Ciancia.

10. Proyección

Con el sitio web ya publicado, armamos una estrategia de redes sociales que eventualmente puede ser útil al momento de difundir la web y el proyecto, instancia en la que utilizaremos los conocimientos propios del marketing digital, armando una estrategia determinada y acorde a nuestros usuarios, con el objetivo de darle la mayor visibilidad posible al proyecto.

También como parte de la proyección del proyecto, imaginamos y planificamos una estrategia que nos permita autosustentar el proyecto económicamente, de tal manera de poder seguir sumando historias de mujeres a esta narrativa.

IV. DESARROLLO DEL PROYECTO

Antes de desarrollar el benchmark y la identidad gráfica de todo el proyecto, tuvimos que tomar algunas decisiones que afectarían tanto el nombre como el dominio que eventualmente tendría nuestro sitio en la etapa de reformulación de todo lo que veníamos haciendo.

Es por ello que al momento de replantearnos el desarrollo de este trabajo, ahora en un formato transmedia con página web incluida, decidimos hacer un barrido por diversas posibilidades, ya que “Alrededor de tu vida” no era un nombre que diera a conocer parte del contenido del proyecto, sino que se quedaba en una etapa anterior, en donde hacía sentido que fuera el nombre sólo de una webserie documental.

Pero al momento de considerar factores como la posibilidad de que nos encuentren en motores de búsqueda y darle un sentido que unifique todo el proyecto y los relatos que tiene y que vendrán, decidimos hacer un barrido por distintos nombres llegando finalmente al concepto de «Históricas», tomándonos de un referente gráfico que quedó plasmada en la retina de la marcha del 8 de marzo de 2020.

Pero aún así considerábamos que solo el nombre de «Históricas» no era suficiente, ya que al ingresarlo en el principal motor de búsqueda (Google), la mayor cantidad de resultados relacionaban este nombre a mujeres de la historia pasada o antigua, por lo que decidimos darle una bajada que además funcionara como un link para desarrollar el dominio de nuestra web.

Es así que luego de probar distintas fórmulas en Google Trends – como mujeres de Chile, mujeres en Chile, historias de mujeres, historias de mujeres de Chile o memorias de mujeres en Chile – decantamos en el nombre «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» ya que la palabra relatos nos ayuda a darle un entendimiento fuera del mundo periodístico de las entrevistas y perfiles que hay dentro de la web y además, aporta el entendimiento de que existen estas historias de la web, de mujeres de carácter histórico no sólo relacionado a su aporte en la historia no contemporánea, si no que en la actualidad de nuestro país.

Es así como también tomamos la decisión estratégica de que nuestro dominio se armara a raíz de estos conceptos y terminara siendo: www.relatosdemujeresenchile.com, decidiendo que también nuestro dominio tuviera un “.com” para no ponerle límites a las eventuales búsquedas que puedan hacer usuarios alrededor del mundo.

Búsquedas en Google Trends:

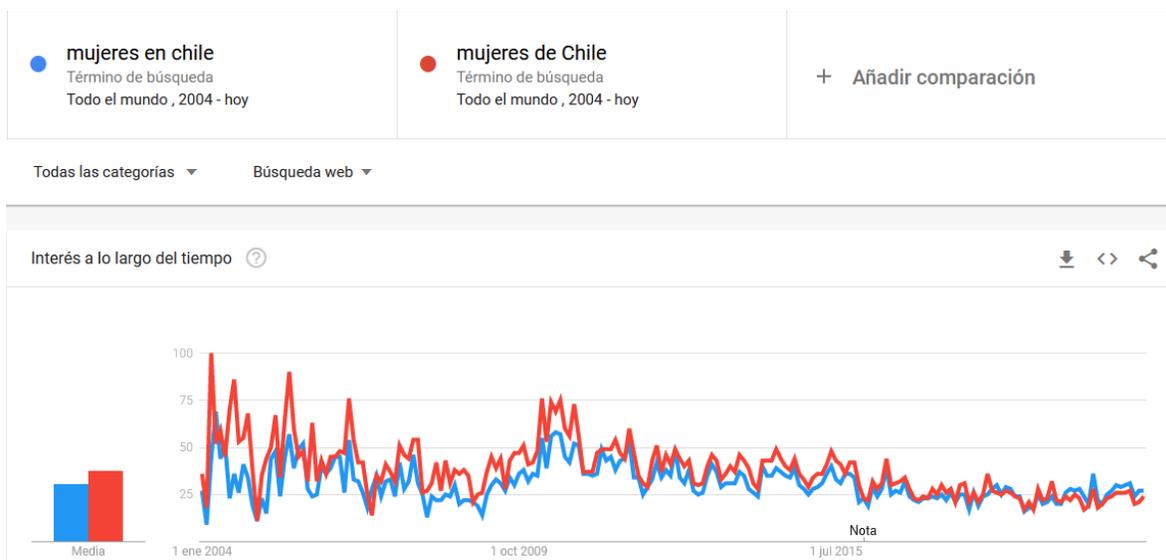


Fig. 3: Captura de pantalla de la búsqueda realizada en Google Trends.

Al momento de ingresar búsquedas como “mujeres en Chile” o “mujeres de Chile”, las búsquedas estaban relacionadas a conceptos de citas o búsqueda de mujeres en la zona, así que quisimos evitar tener alguna relación con ese tipo de contenido cuando los usuarios puedan buscarnos en motores de búsqueda:

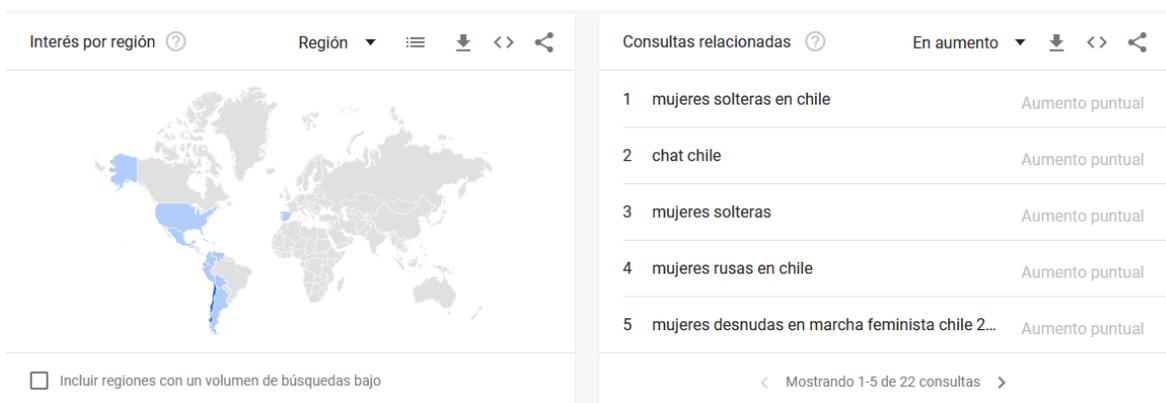


Fig. 4: Captura de pantalla de la búsqueda relacionadas en Google Trends.

Al ingresar búsquedas en Google Trends ligadas a “historias de mujeres”, los conceptos relacionados que nos aparecían siempre estaban ligados a una narrativa distinta a la que queríamos entregar en nuestro proyecto, por lo que decidimos también darle una vuelta a ese factor.

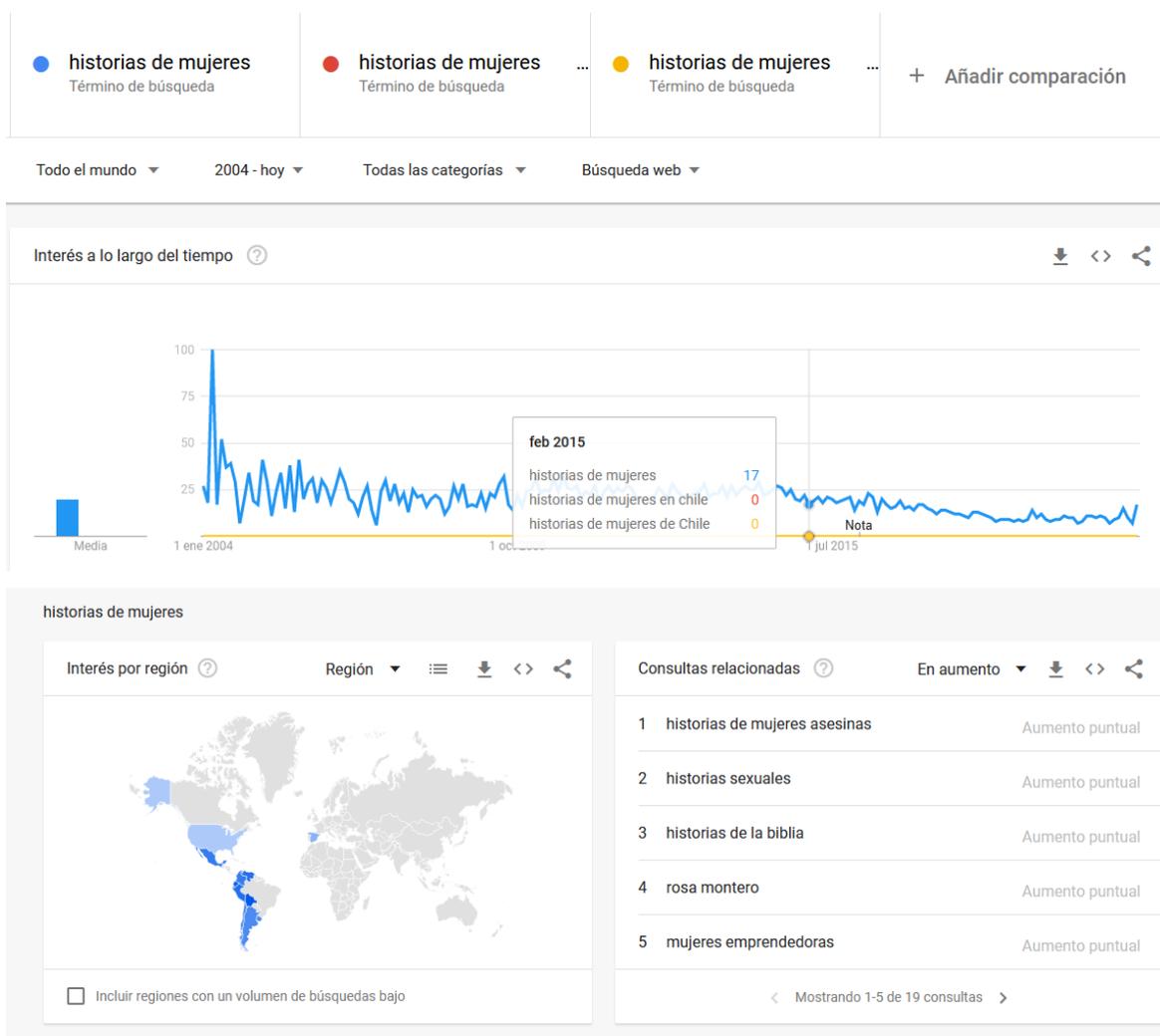


Fig. 5: Captura de pantalla de otra búsqueda realizada en Google Trends.

4.1 Benchmarking

Para realizar nuestro *benchmark* revisamos un total de 11 sitios web, los cuales tienen cierta relación con nuestro proyecto, ya sea por contenido o estilo de difusión. En dicho proceso pusimos atención en la estructura y organización de los menús, el tratamiento de las imágenes, la presentación del equipo y su línea editorial, la disposición del contenido multimedia y la experiencia de navegación del usuario.

Los proyectos analizados responden a cinco categorías distintas. En primer lugar analizamos sitios de podcast, donde navegamos por la web de Copadas, Relato Nacional y Las Raras Podcast. Por otro lado, revisamos reportajes web de estilo longform en Humans of New York, Carre.re y Animal Político.

Además, investigamos la presentación de reportajes en los sitios web de medios de comunicación más tradicionales, como Revista Anfibia y el clásico The New York Times. Luego de aquello, viajamos hacia el lado más experimental de nuestro proyecto, buscando inspiración en webseries transmedia, donde encontramos Pregoneros de Medellín y Do Not Track; sumado al sitio web del proyecto chileno de realidad virtual Volver a Casa.

A continuación, detallaremos las conclusiones obtenidas en cinco proyectos, uno de cada categoría, con el fin de abarcar la amplitud y diversidad de contenido presente en «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

Humans of New York⁴²

Humans of New York es un proyecto de reportajes fotográficos que busca narrar historias de las calles de Nueva York. Inició el año 2010 de la mano del fotógrafo Brandon Stanton, consiguiendo rápidamente un gran número de seguidores en redes sociales. El 2015 se lanzó un libro que recopila el trabajo del fotoblog, el cual pasó 31 semanas en la lista de los libros más vendidos del New York Times.

Actualmente el proyecto continúa en expansión, pues Stanton ha conseguido inspirar a personas a lo largo de todo el mundo y hacer que el reportaje fotográfico crezca a escala internacional. Hoy hay retratos de 20 países distintos, incluidos Bangladesh, Irán, Irak y Pakistán.

⁴² Sitio disponible en: www.humansofnewyork.com

> Lo que nos gustó:

- En la interfaz presente en el home al momento de entrar a la página se pueden observar las secciones de la página divididas en tres categorías: historias, países y series; con fondos distintos al acercar el cursor a cada una de ellas y con un descriptor que devela el contenido que habrá al entrar a cada sección.



Fig. 6: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Hay un menú inferior que se mantiene al interactuar dentro del sitio. Está presente a medida que vamos avanzando en la navegación y tiene rótulos similares a los que encontramos en el home, por lo que facilita la identificación de los contenidos que vamos revisando a lo largo de la web. También está el plus de que en el costado derecho aparece en forma de imagen con hipervínculo un link para acceder a la compra de su libro. Sumado a esto, si vamos a otras de las páginas fijas, podemos ver el menú en un estilo muy sobrio que aparece al entrar, pero que posteriormente desaparece dejando el inferior.

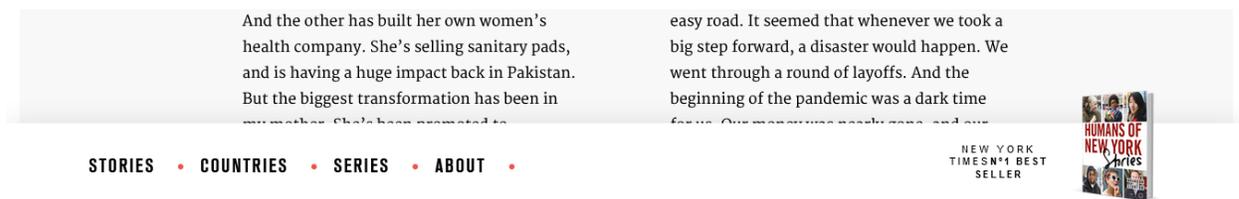


Fig. 7: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- En el footer se encuentra la reiteración de la marca de Humans of New York y las redes sociales del proyecto, a las cuales podemos acceder si es que queremos ampliar nuestro conocimiento del mismo. Además, con el mensaje “More Humans of New York” nos invitan a seguir revisando las otras plataformas en donde desarrollan su trabajo.



Fig. 8: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Valoramos el orden presente al dividir las secciones dentro de una de las páginas fijas, como lo es la de “Countries”. Al entrar podemos ver, en una primera instancia, una animación que ya nos sitúa por los países y los rostros que registró Brandon Stanton y luego, al bajar, aparecen todos los países con una foto determinada y, además, una pequeña animación al pasar el cursor por cada uno de los países.

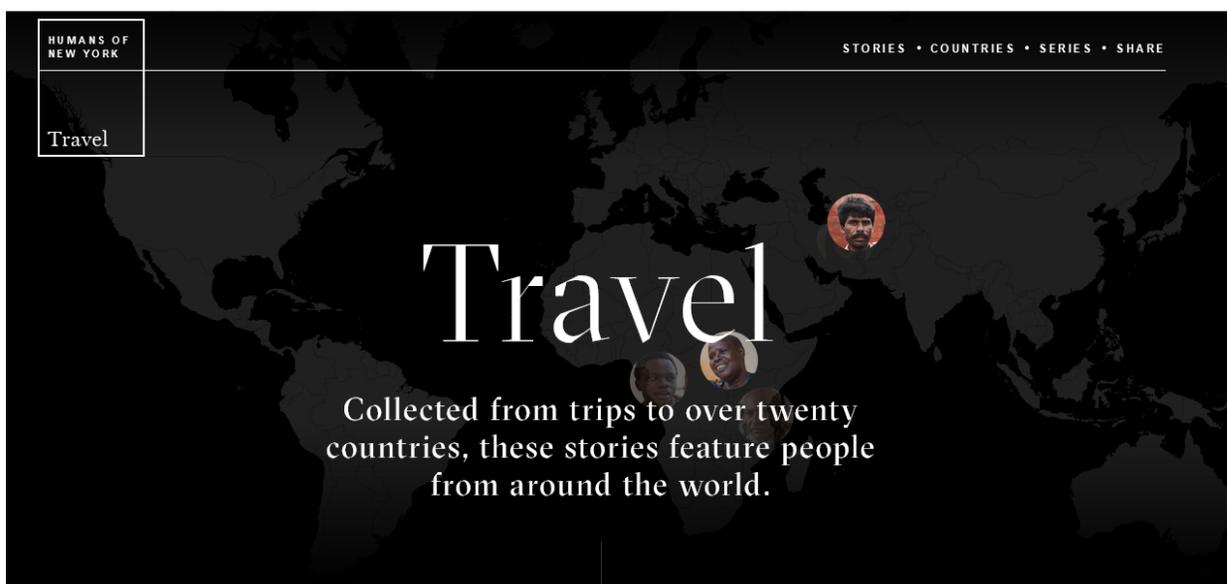


Fig. 9: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

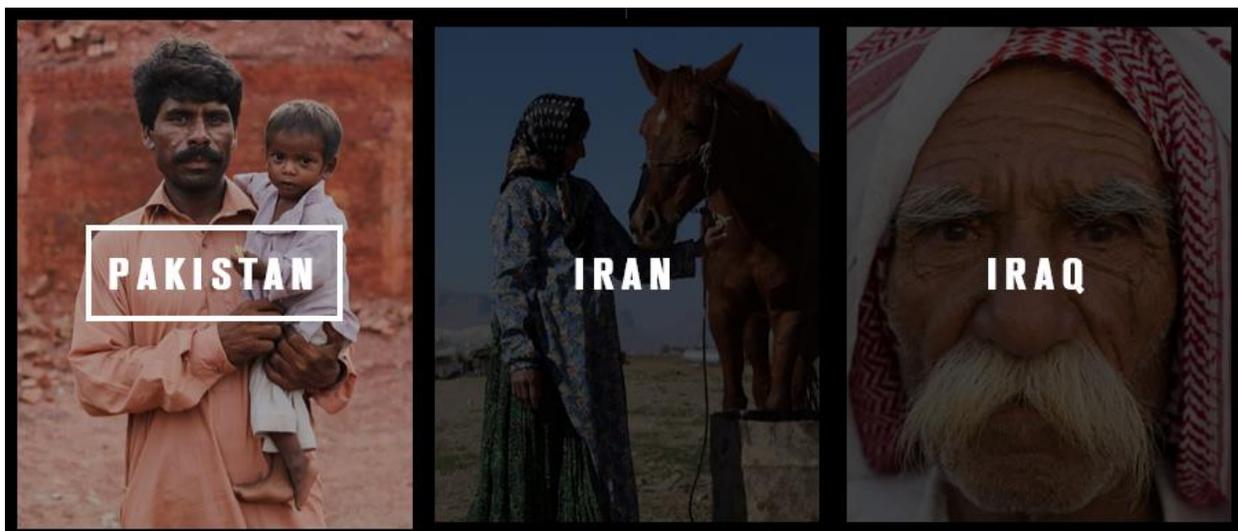


Fig. 10: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Al entrar a la página fija que describe las series que ha registrado Brandon Stanton hay una organización de historias según temáticas, la cual tiene una lógica muy visual. Además, hay una invitación a entrar a cada una de ellas y revisar de qué se tratan apretando “Leer las series”.

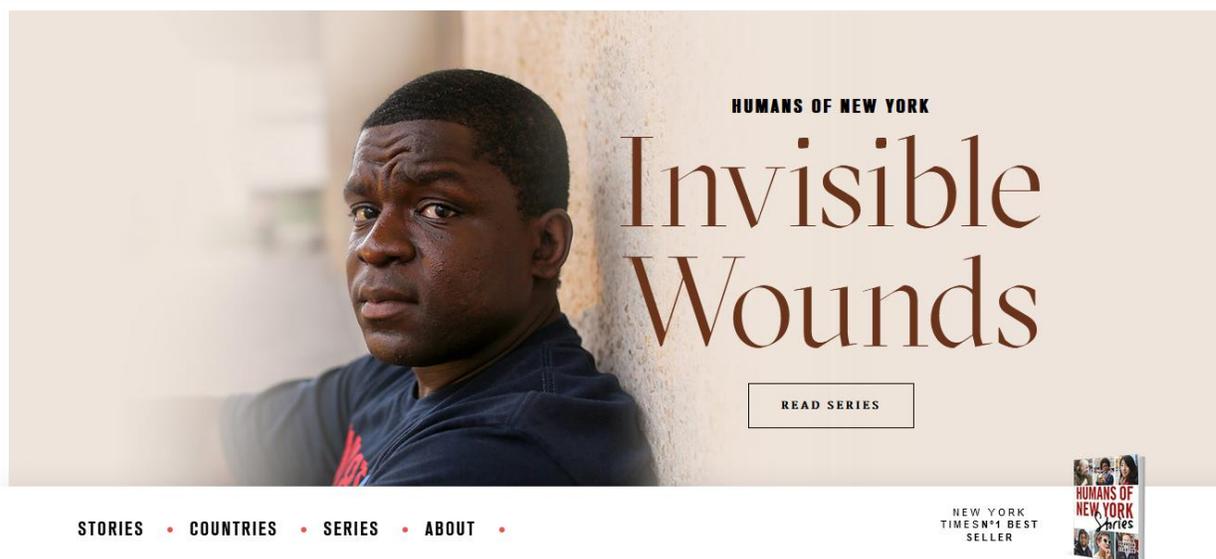


Fig. 11: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Al momento de entrar a cada una de las series se reitera la fotografía que nos hizo ingresar a la sección y aparece un pequeño descriptor que contextualiza a los lectores, contando algunos detalles sobre la temática de las historias que se presentarán a continuación.



Fig. 12: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

> Lo que mejoraríamos:

- Luego de la primera interfaz, en el home comienzan a mostrarse las últimas historias, allí aparecen textos muy largos, sin negritas, separaciones o algo que marque alguna distinción; solo están acompañados de una pequeña galería de fotos. Se ve desordenado, aburrido y no concuerda con la base del proyecto, ya que aunque es un proyecto fotográfico, en su home entregan demasiada relevancia a un texto plano y con pocas imágenes.

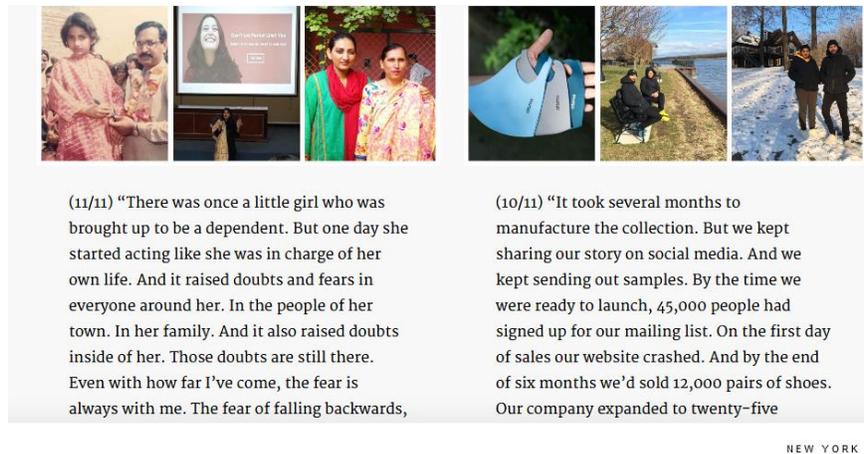


Fig. 13: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

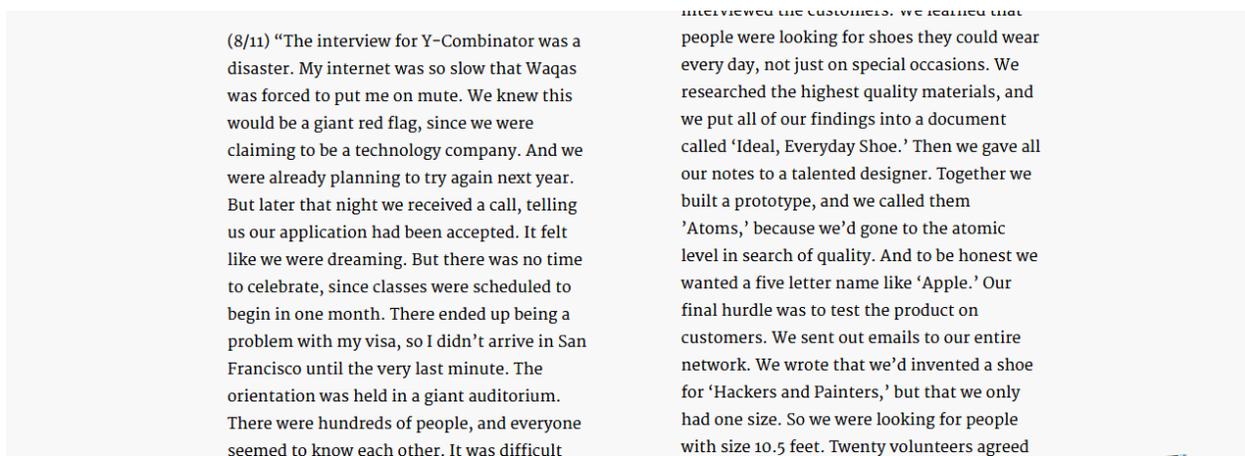


Fig. 14: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Al final de su página fija "About" se muestra que había un video, posiblemente algún making off o presentación, pero ya no está disponible para ver, lo cual demuestra despreocupación y falta de mantención del sitio web.

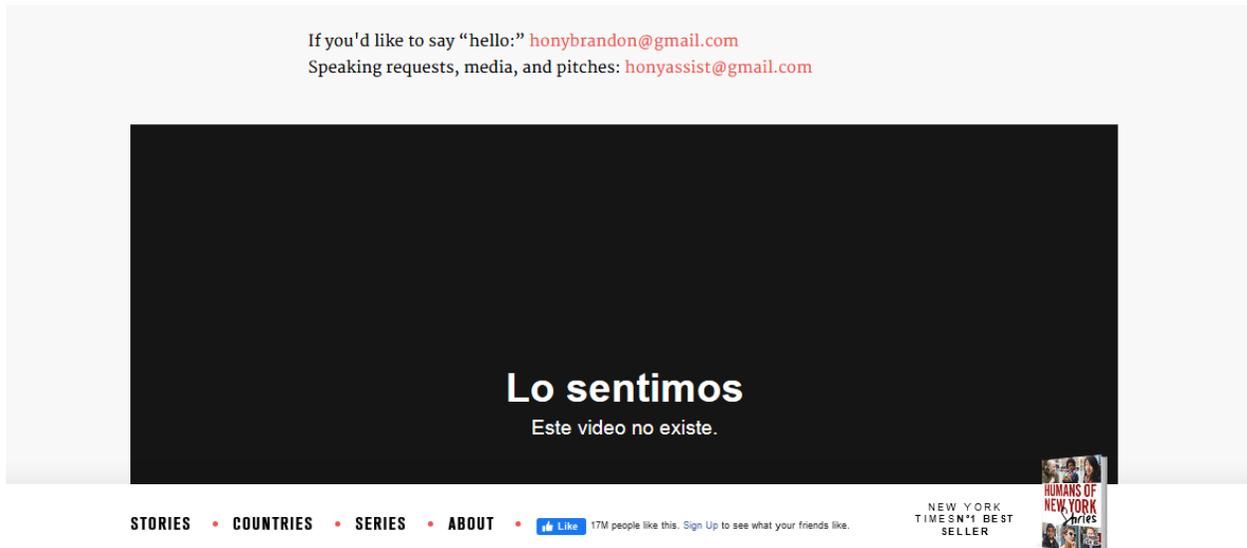


Fig. 15: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Al entrar a una ciudad o a las series se abre una página que muestra una selección de fotografías, cada una con una cita en su parte inferior. El problema es que aquellas no respetan ningún tipo de orden o alineación, por ende se ve desordenado. Tal vez hubiese sido mejor que todas las frases tuvieran el mismo espacio y que aquellas que no alcanzaran allí se terminaran de leer al apretar un botón de “ver más”.

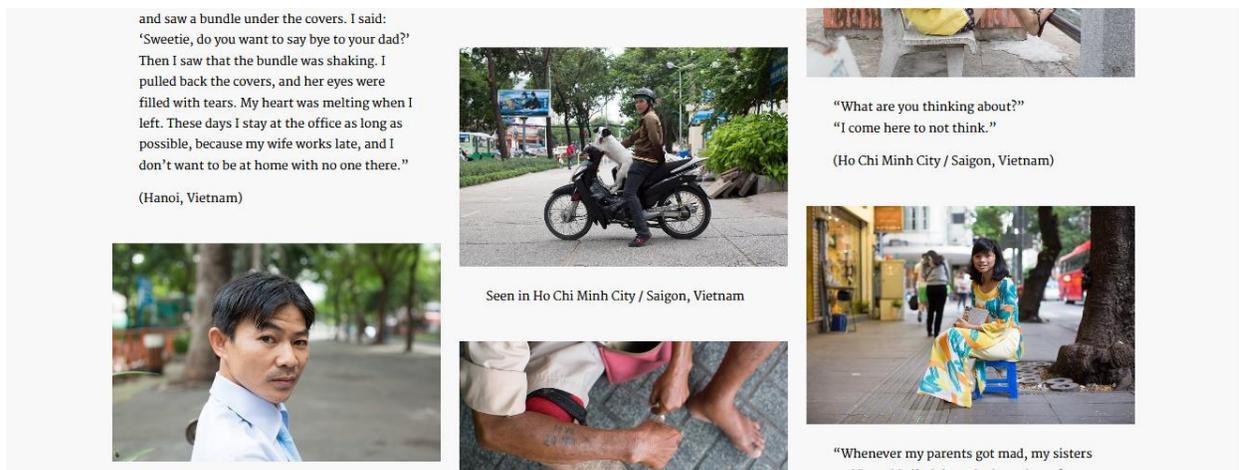


Fig. 16: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

- Aparte, los textos incluyen enlaces, los cuales están escritos tal cual, cuyo hipervínculo no se destaca en otro color. Un detalle en el cual faltó más prolijidad.

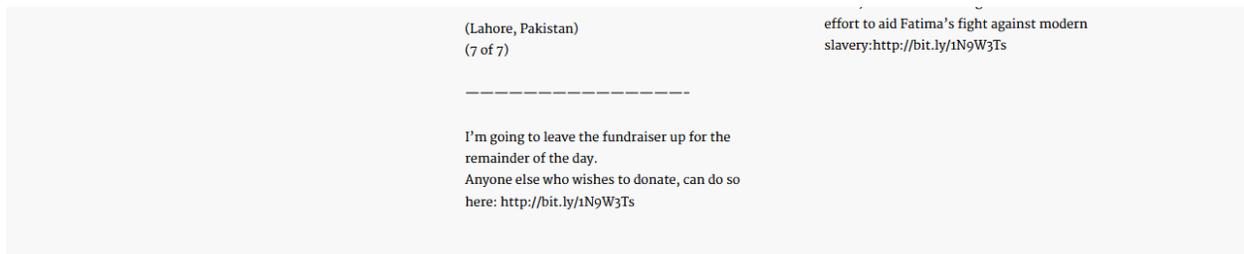


Fig. 17: Captura de pantalla del sitio Humans of New York.

Las Raras Podcast⁴³

Este proyecto se autodefine como un podcast documental que cuenta relatos de personas que rompen las normas y luchan por un cambio social. El equipo de Las Raras Podcast está compuesto por la periodista Catalina May y el ingeniero en sonido Martín Cruz. La principal característica de sus cápsulas, de aproximadamente 30 minutos cada una, es el tratamiento sonoro que busca rescatar la música presente en las calles de la ciudad; ambientando de la forma más realista posible las historias que presentan en cada temporada.

En la actualidad cuentan con cinco temporadas disponibles en su sitio web y en plataformas de difusión como Spotify y Google Podcast.

> Lo que nos gustó:

- Hay un buen uso del carrusel presente en el home, puesto que allí se despliegan algunos capítulos destacados y la invitación a conocer más del proyecto en el “Nosotros”. Sumado a aquello, hay un excelente cuidado gráfico, desde la marca del proyecto hasta las ilustraciones que acompañan cada historia que se busca resaltar.

⁴³ Sitio disponible en: www.lasraraspodcast.com.

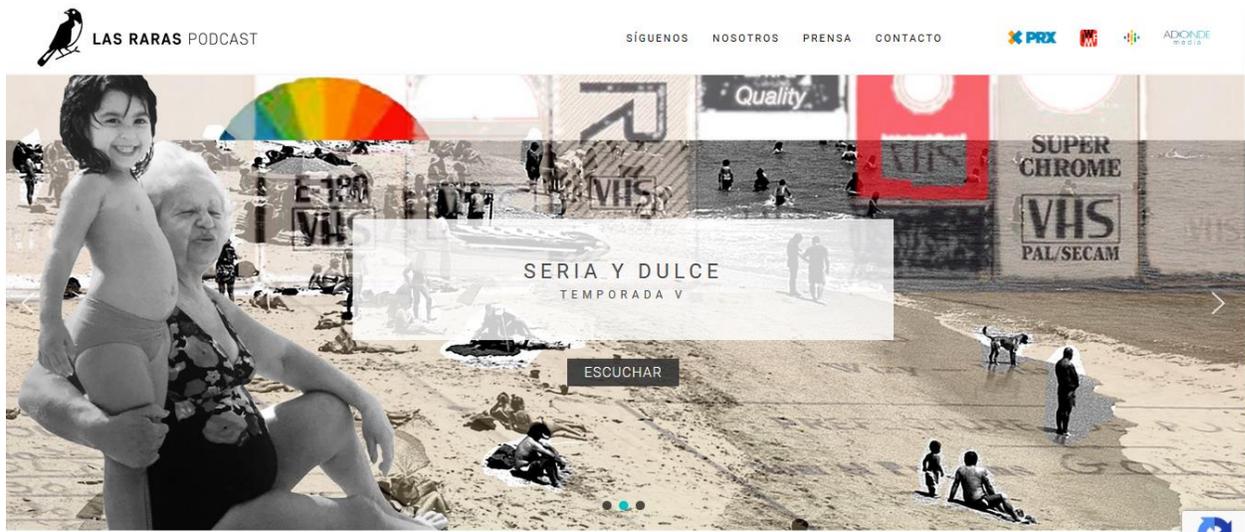


Fig. 18: Captura de pantalla del sitio Las Raras Podcast.

- En el home, todos los capítulos están ordenados y desplegados hacia abajo. Si se navega para buscarlos, cada una de las temporadas tiene una identidad gráfica determinada, lo que facilita la búsqueda por temporada de cada capítulo. Además, todas las imágenes están organizadas en forma de cuadrícula, lo cual estéticamente demuestra un alto nivel de organización.



Fig. 19: Captura de pantalla del sitio Las Raras Podcast.

> **Lo que mejoraríamos:**

- En el menú no aparece disponible la posibilidad de ver dónde están alojados los otros capítulos de la temporada. Un problema que se repite en todas las páginas fijas del sitio web.
- Al entrar a la página de un capítulo no aparecen los otros capítulos relacionados de la temporada; es decir, no hay una intención de invitar a los usuarios y usuarias a seguir explorando el otro contenido disponible.
- Las transcripciones están en un archivo en pdf, lo cual dificulta la navegación. Podrían perfectamente estar alojadas en otra página de la web o en la misma página en donde están los capítulos, como en los sitios de Radio Ambulante o de las Ted Talks.
- En el home, al acercar el cursor a cada capítulo aparece una “interfaz” en donde solo se puede ver el nombre del capítulo y a qué temporada corresponde. Podría aprovecharse dicho espacio añadiendo una sinopsis del capítulo.



Fig. 20: Captura de pantalla del sitio Las Raras Podcast.

- No están disponibles en el home las redes asociadas a las plataformas de distribución del podcast, tales como: Spotify, Google Podcast o Apple Podcast. Solo aparecen en el menú superior los logos de los programas de apoyo en donde han grabado.
- En la página de “Síguenos” están disponibles los enlaces para escuchar el podcast en otras plataformas; sin embargo, podrían estar perfectamente en el home o footer de la web.

- Los banners de las páginas fijas podrían verse mucho mejor, con imágenes apropiadas a cada una de las categorías allí dispuestas. Incluso podrían utilizar el mismo tipo de ilustraciones que caracterizan sus capítulos de podcast.



Fig. 21: Captura de pantalla del sitio Las Raras Podcast.

- Los textos dentro de la descripción de cada uno de los capítulos tiene *hashtags* con conceptos; no obstante, aquellos no se pueden clickear y tampoco funcionan como etiquetas dentro de la web. Da la sensación de que copiaron y pegaron la bajada de la publicación de un capítulo desde Instagram a la web.

Esta historia ganó la categoría Mejor Documental en un idioma que no es Inglés en el Third Coast International Audio Festival 2020

#Migración #MuertedeMigrantes #AyudaHumanitaria
 #CrisisHumanitaria #LaFrontera #DesiertodeSonora #Arizona
 #México #EstadosUnidos

⌵ TRANSCRIPCIÓN DEL EPISODIO

Fig. 22: Captura de pantalla del sitio Las Raras Podcast.

The New York Times⁴⁴

The New York Times es un medio de comunicación que nació en el año 1851 como un periódico para la ciudad de Nueva York. Hoy su cobertura llega a escala mundial, ampliando su difusión a diversos tipos de plataformas web. Su editor en jefe es Arthur Gregg Sulzberger y es parte de The New York Times Company, donde encontramos otras 40 tipo de publicaciones entre ellas el “International New York Times”.

La Dama Gris, como se conoce coloquialmente al medio, ha obtenido en 130 ocasiones el Premio Pulitzer, debido a la calidad de sus investigaciones.

Para esta ocasión se analizó el reportaje “Los registros ocultos durante mucho tiempo muestran las pérdidas crónicas y los años de evasión fiscal de Trump”.

> Lo que nos gustó:

- Gran trabajo gráfico realizado por The New York Times, desde las imágenes que se utilizan como portada para el reportaje, así como también los íconos que separan cada uno de los subtítulos del reportaje. El único detalle sería mejorar el uso de la tipografía en el título de presentación, ya que al estar todas las letras en mayúscula se ven muy pegadas entre sí; sin embargo, se demuestra buena elaboración de la presentación gráfica total del reportaje.



Fig. 23: Captura de pantalla del sitio del The New York Times.

⁴⁴ Sitio disponible en: <https://www.nytimes.com/>



UN MAPA DEL IMPERIO

El contenido de miles de registros de impuestos personales y comerciales completa los detalles financieros que se han retenido durante años.



Fig. 24: Captura de pantalla del sitio del The New York Times.

- Al bajar por el artículo aparece un menú, al cual podemos recurrir mientras vamos leyendo, con contenido asociado al reportaje principal que complementa la narración. Además, los links a estos otros artículos también aparecen durante se lee el reportaje y hacia el final del mismo, para reiterar que existen más publicaciones, entre columnas de opinión y noticias, que están disponibles para ser leídas.

LOS IMPUESTOS DEL PRESIDENTE

Cómo la fama de los reality shows le dio a Trump un salvavidas de \$ 427 millones

Trump diseñó una ganancia inesperada repentina en 2016 a medida que se reducían los fondos de la campaña

Trazando un imperio: una cronología de las finanzas de Trump

Nota del editor sobre la investigación fiscal de Trump

El pantano que construyó Trump

Trump Records arroja nueva luz sobre las actividades comerciales chinas



Fig. 25: Captura de pantalla del sitio del The New York Times.

- Valoramos la personalización de los autores de los artículos, ya que una vez que ingresamos a cada uno de sus perfiles podemos ver una pequeña descripción de su trabajo y links asociados a otras publicaciones que ya han realizado dentro del medio.



Susanne Craig

Susanne Craig es una reportera de investigación que escribe sobre la intersección de la política, el dinero y el gobierno. La Sra. Craig ha ganado numerosos premios durante su carrera, incluido un Premio Pulitzer en 2019 por el trabajo que hizo añicos el mito de Donald Trump de que es un multimillonario hecho a sí mismo. Más -

Último

Q Buscar

2 de noviembre de 2020 LOS IMPUESTOS DEL PRESIDENTE

Verificación de hechos de la afirmación de Trump de que 'pagó por adelantado millones' en impuestos sobre la renta

La afirmación del presidente, en el mejor de los casos engañosa, distrae la atención de la realidad de que ha pagado poco o ningún impuesto sobre la renta la mayoría de los años, en gran parte porque sus pérdidas



Fig. 26: Captura de pantalla del sitio del The New York Times.

> Lo que mejoraríamos:

- Existe la posibilidad de poder escuchar el artículo con un audio insertado, el cual aparece abajo de unos cuantos párrafos de texto. Consideramos que se podría optimizar mucho mejor este tipo de recursos apareciendo al comienzo del reportaje, para que el usuario o usuaria puede decidir si quiere ir leyendo mientras escucha. O, por otro lado, usando los elementos de audio como complemento a la narración, insertando entrevistas o extractos de declaraciones de Trump en la prensa.

La mayoría de las empresas principales de Trump, desde su constelación de campos de golf hasta su hotel imán conservador en Washington, informan que pierden millones, si no decenas de millones, de dólares año tras año.

Escuche este artículo



Fig. 27: Captura de pantalla del sitio del The New York Times.

- Además de las imágenes icónicas que se utilizan y algunas fotos insertadas dentro del artículo, echamos de menos el uso gráficas o visualizaciones de información, pues sería una gran herramienta para mostrar, de una forma más sencilla, el desfaldo fiscal de Trump expuesto a lo largo del reportaje.
- Aunque consideramos que un medio como The New York Times no es un medio que necesita posicionarse en las búsquedas de Google —menos con un reportaje que fue buscado por muchísima gente tras los hechos que se revelaban—, consideramos, de todas maneras, que es importante optimizar algunos textos poniendo negritas, por ejemplo para resaltar cifras o conceptos claves dentro del texto. Sumado a añadir hipervínculos, debido a que se utilizaron muy pocos dentro del reportaje.

Las declaraciones de impuestos que Trump ha luchado durante mucho tiempo por mantener en privado cuentan una historia fundamentalmente diferente a la que le ha vendido al público estadounidense. Sus informes al IRS retratan a un hombre de negocios que recibe cientos de millones de dólares al año y, sin embargo, acumula pérdidas crónicas que emplea agresivamente para evitar pagar impuestos. Ahora, con sus desafíos financieros en aumento, los registros muestran que depende cada vez más de ganar dinero con negocios que lo ponen en un conflicto de intereses potencial y, a menudo, directo con su trabajo como presidente.



Fig. 28: Captura de pantalla del sitio del The New York Times.

Volver a casa⁴⁵

Volver a casa es un proyecto transmedia enfocado principalmente en el trabajo con la tecnología de realidad virtual. Nació el año 2017 de la mano de un equipo femenino, liderado por la cineasta Catalina Alarcón. Su objetivo es democratizar el acceso al séptimo

⁴⁵ Sitio disponible en: www.volveracasavr.org

arte y la tecnología, utilizándolo estas herramientas para unir a través del arte a quienes están privados de libertad con sus familias.

El proyecto funciona mediante tres etapas: cortometraje en VR, largometraje documental y los talleres de cine y realidad virtual en cárceles.

> Lo que nos gustó:

- Es interesante que se utilice un teaser como presentación del proyecto, en el cual se da a conocer cuál es la misión y cómo se ha ido desarrollando a través de los años. Además, hay registros de los talleres que han organizado y testimonios de los participantes.



Fig. 29: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Valoramos de igual manera que en el home esté una presentación del proyecto, en donde en pocas palabras se cuente qué es lo que hacen.
- Al bajar en el home hay una imagen que muestra comentarios en forma de carrusel, el cual incluye testimonios de periodistas o realizadores que han valorado el proyecto. Los testimonios se mueven mientras la imagen funciona como un marco que está detrás de estas palabras.



Fig. 30: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Es bueno que en el footer del home se encuentre toda la información de quiénes financian, producen y apoyan el proyecto.
- La plantilla que utilizan para presentar al equipo deja ordenada la información dentro de esa página fija, lo cual es un aporte a la estética del sitio web.



Fig. 31: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Al entrar a la página de “Contacto” nos encontramos con un archivo descargable que presenta un *press book* con toda la información del proyecto, disponible para descargar y enviar en caso de que alguien busque más información de la que ya está disponible en el sitio, además de apariciones en la prensa y contactos. Esto debe

facilitar el contacto de festivales o congresos a los cuales “Volver a casa” puede ser invitado.

> **Lo que mejoraríamos:**

- En el menú, consideramos que el rótulo de “Nosotras” debería ir luego de “Blog”, con el objetivo de darle más relevancia a las entradas publicadas en esa sección, más que conocer al equipo. Sumado a eso, el menú podría quedar mucho más claro si se pusiera un color fijo detrás, ya que cuando el video de presentación toma las mismas tonalidades que el menú, este se pierde. También sería bueno que estén disponibles las redes sociales del proyecto.



Fig. 32: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Al entrar a la página nos encontramos con un video de presentación del proyecto que se demora mucho en cargar. Lo ideal sería optimizar ese video para que funcione bien en la web de escritorio. Lo malo es que al cambiar la visualización a otros dispositivos, como al móvil, no se le saca provecho al video al estar optimizado en un formato horizontal de escritorio y no vertical para el celular.
- En el home, las imágenes que muestran los colaboradores y festivales/congresos en los que han participado no están con hipervínculos que nos redirigieran hacia estos sitios.
- En la página de “Proyectos” hay un problema de optimización de las fotos. La información está bien dispuesta y las imágenes igual corresponden para dar una muestra de los proyectos que se describen, pero al clicar sobre la sinopsis y ficha técnica de cada proyecto, la imagen que se encuentra a un costado de la narración aumenta de tamaño, dejándola desenfocada. Sería recomendable optimizar la visualización de esas imágenes.



VOLVER A CASA VR

CORTOMETRAJE VR

SINOPSIS



FICHA TÉCNICA



VOLVER A CASA VR

CORTOMETRAJE VR

SINOPSIS



Alicia crió a sus hijos Pedro (1) y Sofía (4) en el módulo maternal de la cárcel de Valparaíso, Chile. Cuenta los días para cumplir su sentencia que le permitirá regresar a casa. Una experiencia de realidad virtual que permite que Camila se reúna con sus hijos, y a nosotros, ser parte de este reencuentro.

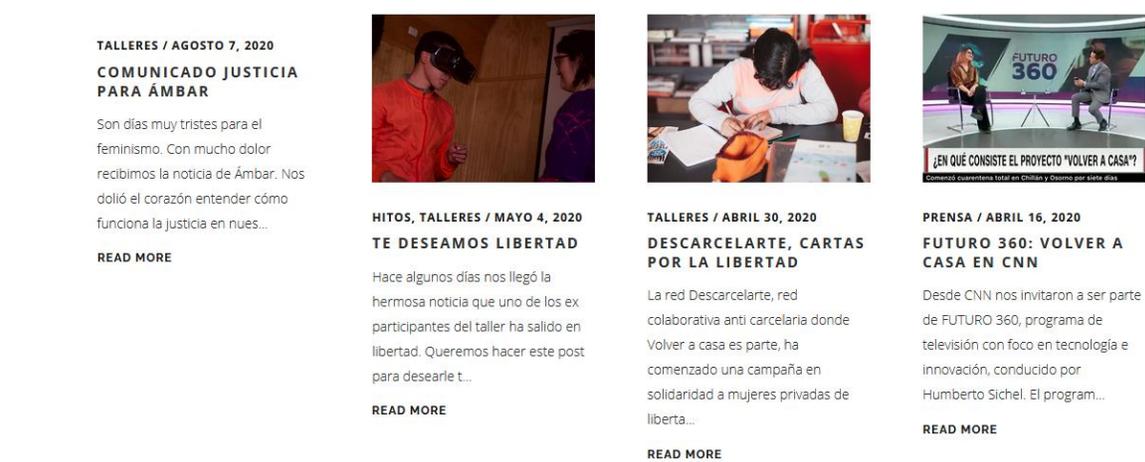
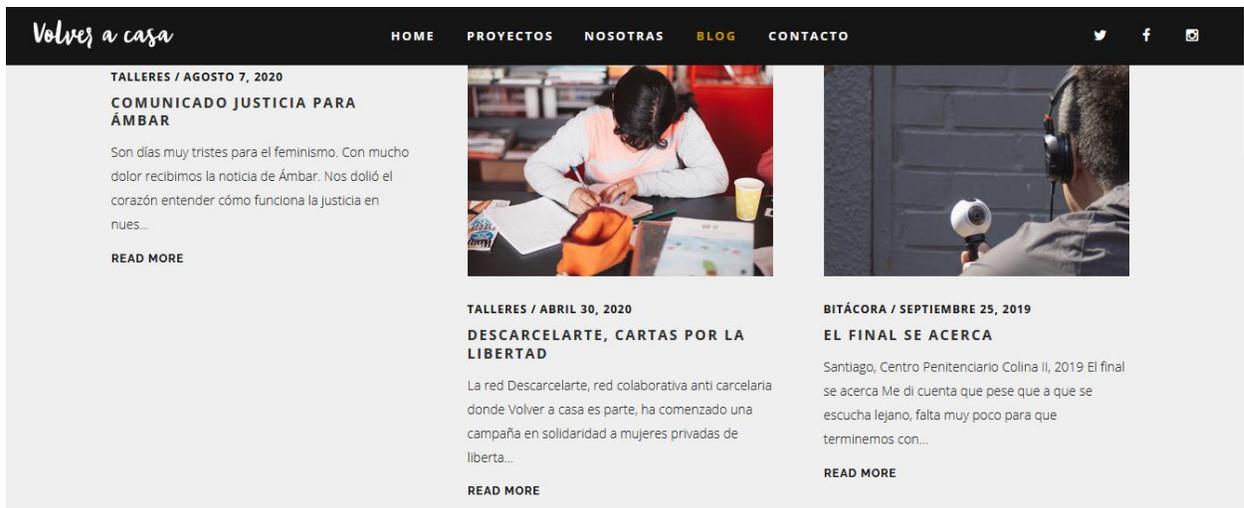
FICHA TÉCNICA



Ficha Técnica

Figs. 33 y 34: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Los textos dentro del sitio web no están optimizados para una mejor indexación en Google, de hecho no incluyen negritas ni hipervínculos.
- Falta concordancia entre la tipografía del logo. Se le podría sacar más provecho a la marca del proyecto dentro del sitio web, por ejemplo, utilizando la misma fuente para escribir los títulos de cada texto.
- En la sección de “Blog” nos encontramos con una serie de entradas, las cuales podrían diferenciarse con algún tipo de categorías. Hay una uniformidad que solo varía respecto al fondo de la página entre una sección y otra (de gris claro a blanco), pero podría distinguirse mucho más, por ejemplo, con la inclusión de algunos subtítulos.



Figs. 35 y 36: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Al inspeccionar una entrada nos dimos cuenta que el texto no aparece como tal dentro de la entrada, ya que no tiene una etiqueta que lo identifique como “párrafo” y las únicas etiquetas que encontramos que están optimizadas para escritura web son los títulos como “H1”.



Fig. 37: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

- Al entrar a la página de “Contacto” esperábamos ver un poco más de dedicación. Tal vez un orden por jerarquía para contactar a las integrantes del proyecto y la posibilidad de tener la misma información de los tres contactos que aparecen en la página, es decir, que estén disponibles los correos, teléfonos y redes sociales de cada una; además de una fotografía individual o de equipo. También consideramos que tener un correo de contacto asociado al proyecto, es decir con el nombre de cada una y el @volveracasa.org, se vería mucho más profesional; puesto que actualmente están los correos personales de cada una.



Fig. 38: Captura de pantalla del sitio Volver a Casa.

Pregoneros de Medellín⁴⁶

Pregoneros de Medellín es una webserie interactiva, de origen colombiano, que tiene como fin relatar la vida de quienes venden de forma ambulante en las calles de Medellín y ofrecen sus productos cantando. El proyecto presenta una oportunidad virtual de recorrer icónicas calles y conocer a icónicos personajes de la cultura de Colombia.

Creado por Juliana Carabalí, Ángela Carabalí, Esaú Carabalí y Thibault Durand, Pregoneros de Medellín cuenta con el documental interactivo disponible para todas y todos en su sitio web; además de exposiciones interactivas y fotográficas que presentan en diversos espacios, y cápsulas breves que difunden a través de los canales de televisión de su país.

> Lo que nos gustó:

- A nivel general, el proyecto funciona como una web muy interesante, atractiva e interactiva para los usuarios y usuarias que ingresan. En el home aparece la presentación del proyecto y funciona como una ventana de ingreso al sitio interactivo. Además, en el menú, ubicado en la parte superior de la página, podemos ver otras opciones con contenido ligado al proyecto central.



Fig. 39: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

⁴⁶ Sitio disponible en: www.pregonerosdemedellin.com

- Al ingresar al proyecto interactivo no hay problemas al cargar las imágenes ni los mapas o historias asociadas en formato audiovisual. Depende solo de una buena conexión a internet que nos permita viajar por cada una de las historias.
- El proyecto, en su intento por atraer a los usuarios y usuarias, hace que uno descubra cada una de las historias disponibles mediante el recorrido de calles de Medellín. No podemos acceder a todas las historias de forma automática, sino que se nos obliga a pasar tiempo en la plataforma y poder entrar dentro del contexto de desarrollo de cada uno de los pregoneros. Además, hay etapas de desbloqueo de las historias, en las que se nos presenta al protagonista, luego hay una profundización en su historia con un lado más íntimo y luego un desenlace en donde se le da un cierre a la historia que se está contando. No obstante, como el recorrido requiere tiempo, la web está diseñada para guardar el registro de tu visita asociado a tu correo electrónico; permitiendo retomar el camino en donde quedaste la última vez.



Fig. 40: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

- Los elementos visuales y sonoros tienen una gran construcción alrededor de la historia que se quiere contar, tanto a nivel general, con todos los pregoneros, como a nivel particular de cada protagonista. Sumado a esto, en otras páginas fijas dentro de la web podemos encontrar más información asociada, por ejemplo, a la música original que escuchamos a lo largo del recorrido.

Música

La dimensión expresiva de la música es incontestable, así como su riqueza y capacidad comunicativa. En este proyecto que se inspira del paisaje sonoro de la ciudad, la música no solo es concepto narrativo, sino también goce, acompañamiento, y detonadora de sentidos e identidad.

Los músicos que nos acompañaron a contar la ciudad que canta son:

Música Original



Fig. 41: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

- Valoramos el hecho de que los videos disponibles están con subtítulos, lo cual nos indica que hay una preocupación por la accesibilidad en una primera instancia y, además, es una forma de facilitar el entendimiento del español con acento y modismos colombianos para otros usuarios de Latinoamérica que pueden no entender todo el discurso presente en las cápsulas.



Fig. 42: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

- El menú se despliega solamente si lo clickeamos mientras estamos en la interfaz de “juego” dentro de la web. Consideramos que no molesta la interacción en general del

juego y que se puede desplegar en cualquier momento mientras estamos en la página, si es que queremos saber más información del proyecto.

- La disponibilidad de un mapa dentro del proyecto facilita la búsqueda de las historias, pues nos permite ir reconociendo los lugares específicos de Medellín en donde están ubicados los pregoneros. Lo mismo sucede con la parte inferior de la página, en donde están disponibles cada una de las fotos de los pregoneros de manera muy clara e identificable.



Fig. 43: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

- También consideramos positivo que el proyecto esté disponible en diferentes idiomas (francés, inglés y español), lo cual abre las posibilidades de que personas de países conozcan el proyecto y un poco de la cultura de las calles colombianas
- Otro detalle digno de ser imitado es el hecho de que, a pesar de ser un proyecto que lleva años en la web, sigue en actualización. Aquello se demostró posterior al estallido social de Colombia, pues al ingresar al sitio aparecía un mensaje referente a la contingencia de dicho país. Además, el hecho de que los realizadores den su opinión sobre la situación sociopolítica demuestra un compromiso real con el pueblo que buscaban retratar en la webserie.

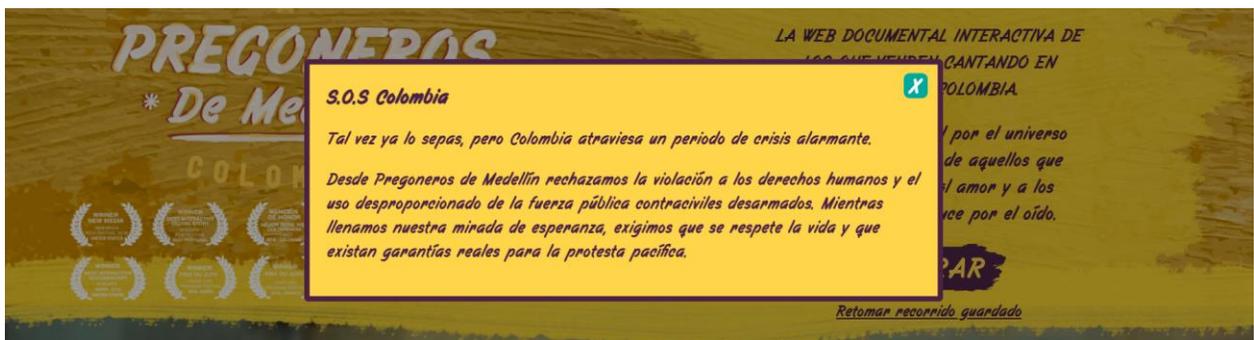


Fig. 44: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

> Lo que mejoraríamos:

- En la imagen gráfica de la web consideramos que podría realizarse una mejora; sobre todo en la elección de los dos colores que predominantes en la web (verde agua y amarillo) y la tipografía seleccionada. Pensamos que quizás aquello sea un elemento identitario de Colombia y que como usuarias chilenas no entendemos del todo, pero sí creemos que hay un intento por armar un aspecto urbano dentro de toda la gráfica del proyecto; sin embargo, aún faltaría pulir algunos detalles para que el sitio web tome un aspecto más profesional.
- En general, el trabajo en las páginas fijas es deficiente, pensando en el desarrollo realizado a lo largo de toda la parte interactiva del proyecto, el cual es maravilloso. No obstante, no hay optimización de los textos, e incluso se cometen errores con los H 's e hipervínculos. Por otro lado, las imágenes se ven descuadradas en algunas de las páginas y en otras faltan simplemente no hay imágenes, como por ejemplo en la página fija para conocer al equipo detrás de Pregoneros de Medellín.

Detrás de cámara

Bien pueda siga, por aquí encontrarás la parte de atrás de la casa Pregoneros!

Puedes leer un artículo en inglés sobre el making of del proyecto: [How we created an immersive Street Walk Experience with a GoPro and Javascript](#)



Equipo

Detrás (y alrededor) de Pregoneros de Medellín, hay un equipo de profesionales comprometidos. Cada uno ha aportado mucho para construir este sueño desde su disciplina, su visión y sus capacidades. Un grupo diverso, complementario, y sobretodo ¡competente! Gente dispuesta que acudió al llamado del pregón y le regalaron no solo su tiempo, sino también su amor y su talento.

Este proyecto fue creado por:

Juliana Carabalí, Ángela Carabalí, Esaú Carabalí y Thibault Durand.

Dirección

Ángela Carabalí y Thibault Durand.

Realización Audiovisual

Ángela Carabalí

Figs. 45 y 46: Captura de pantalla del sitio Pregoneros de Medellín.

- Sería útil añadir un footer en las páginas fijas, pues se podría aprovechar dicho espacio para incrustar enlaces a redes sociales o información de contacto.

Conclusiones del *benchmarking*

En primer lugar, notamos la gran importancia que tiene para nosotras el trabajo visual en un proyecto, por lo mismo, y en base a los ejemplos analizados, buscamos una plantilla para nuestro sitio que le entregue el espacio y realce necesario a las fotografías e ilustraciones de cada capítulo de «Históricas».

Sumado a aquello, consideramos relevante cautivar a los usuarios y usuarias con buenas bajadas, sinópsis y cuñas que los/as inviten a consumir cada sección de nuestro proyecto. Además, de brindarles una buena experiencia de navegación, lo cual cuidamos en nuestro sitio web a partir, por ejemplo, de la optimización de imágenes y videos.

Por otro lado, tomaremos en cuenta lo fundamental que es en la experiencia de usuario/a la buena distribución del contenido dentro del sitio web y la organización de este dentro del menú. Y, también, la inclusión de los enlaces a las distintas plataformas y redes sociales en las que el proyecto o medio de comunicación tiene presencia.

Asimismo, concluimos que es importante que los proyectos cuenten con una buena presentación, pues es allí donde queda clara la identidad, visión y línea editorial macro, y también de cada uno de los/las profesionales que conforman el equipo creativo.

Finalmente, consideramos esencial llevar a cabo un buen trabajo SEO, como por ejemplo con el uso de negritas, material multimedia, hipervínculos y subtítulos, tanto para el posicionamiento en los buscadores como para evitar la monotonía en la navegación y consumo del público objetivo.

4.2 Público Objetivo

Para llegar a definir el público objetivo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» diseñamos una encuesta en Google Form y la difundimos a través de nuestras redes sociales personales. Dicha encuesta estaba dividida en tres secciones, la primera era para obtener información personal que nos indicara, principalmente, sus hábitos con la tecnología e internet. El segundo ítem nos permitió saber qué nociones tenía nuestro posible público acerca de la realidad virtual, un aspecto que nos importaba debido a que la webserie documental en 360°/VR es el elemento más ajeno a lo consumido por los usuarios y usuarias chilenas. Finalmente, la tercera sección hacía referencia a sus preferencias al momento de consumir información y navegar en un sitio web.

El formulario de Google fue respondido por un total de 160 personas y estuvo aproximadamente un mes en rotación a finales del año 2020. En relación a aquello, es importante aclarar que probablemente los datos obtenidos allí fueron influenciados por el contexto provocado por la pandemia del Covid-19 y los hábitos que nacieron a consecuencia de una gran cantidad de tiempo en cuarentena, sumado a la educación y trabajo a distancia.

Estadísticas obtenidas a partir de la encuesta:

Primera parte: Conociendo al usuario/a

Edad

- 37.5% (60/160) → 22 y 25 años
- 19.4% (31/160) → 26 y 29 años
- 16.9% (27/160) → 30 y 35 años
- 15.6% (25/160) → 18 y 21 años

Dispositivos

- 84.4% (135/160) → Teléfono (smartphone)
- 15% (24/160) → Computador

Motivo de conexión a internet

- 78.8% (126/160) → Entretenimiento
- 68.8% (110/160) → Sociales
- 55% (88/160) → Laborales

Horario de conexión:

- 34.4% (55/160) → 18 a 22 hrs
- 28.7% (46/160) → 22 a 02 hrs
- 15.6% (25/160) → 12 a 16 hrs

Segundo parte: Qué saben de realidad virtual

Nociones sobre la Realidad Virtual

- 39.4% (63/160) → Tengo algunas nociones
- 36.3% (58/160) → Sí
- 24.4% (39/160) → No

¿Qué entiendes por realidad virtual?

72 respuestas de 160 personas encuestadas. Podemos inferir que todas las personas que respondieron que tenían “algunas nociones” no fueron capaces de responder esta pregunta. Dentro de las respuestas se repite la mención del lente/visor y una noción básica sobre la experiencia de inmersión; destacando, sobre todo, la sensación de estar en otro lugar.

¿Qué has visto en realidad virtual? (Total: 91)

- 54.9% (50/91) → Videos de animación
- 47.3% (43/91) → Videos de turismo
- 46.2% (42/91) → Videos musicales

¿En qué dispositivos has visto ese contenido? (Total 107)

- 74.8% (80/107) → Teléfono móvil
- 46.7% (50/107) → Gafas de realidad virtual
- 28% (30/107) → Computador

¿A través de qué plataformas? (Total 109)

- 65.1% (71/109) → YouTube
- 53.2% (58/109) → Facebook
- 29.4% (32/109) → Páginas web

Usos del VR (Total 115)

- 90.4% (104/115) → Entretenimiento
- 40% (46/115) → Educación
- 33% (38/115) → Información

Tercera parte: Sitio web

¿En qué formato prefieres acceder al contenido? (total 160)

- 70% (112/160) → Todas las anteriores (escrito, audiovisual y sonoro)
- 27.5% (44/160) → Audiovisual

¿A qué contenidos te gustaría acceder? (160)

- 84.4% (135/160) → Capítulos de la webserie 360° / VR
- 53.8% (86/160) → Entrevistas a las protagonistas de cada historia
- 48.8% (78/160) → Making of de la webserie
- 40.6% (65/160) → Fotos con contenidos asociados a cada historia
- 39.4% (63/160) → Entrevistas a distintas expertas

¿Qué historias de mujeres te gustaría que consideráramos dentro del proyecto?

159 personas respondieron a esta pregunta abierta, en ellas se repetía el interés por ver a mujeres en sus espacios cotidianos, en donde se retrata la realidad de su vida; sobre todo, si esta incluye elementos que se encuentran fuera de lo común. Algunas ocupaciones que se repitieron son: científicas, artistas, estudiantes, temporeras, emprendedoras, deportistas, activistas, dueñas de casa, trabajadoras comunitarias, artesanas, trabajadoras sexuales, cuidadoras y profesoras.

¿Visitarías el sitio web?

- 94.4% (151/160) → Sí

Perfil de usuario

A partir de las respuestas obtenidas en la encuesta realizada el año 2020, desarrollamos el siguiente perfil de usuario:

Diana acaba de cumplir 25 años, es estudiante de pedagogía a punto de titularse y se mueve en la Región Metropolitana, específicamente entre Puente Alto y la comuna de Santiago. Sale del trabajo a las 18:00 horas y camina rápidamente a Plaza de Armas a tomar el metro. Una vez que logra acomodarse dentro del vagón toma siempre su celular y prende sus datos móviles, responde algunos mensajes de WhatsApp, navega por las historias de Instagram de sus cuentas favoritas y busca algo entretenido, idealmente un video, que la ayude a hacer más tolerable su largo camino a casa.

Dentro de sus temáticas favoritas se encuentran los videos de viaje, pues la transporta por un par de minutos fuera de la capital. Recuerda haber visto algunos videos turísticos con movimiento en 360° y, a pesar de no entender o conocer bien el formato, lo encontró muy interesante e innovador, por lo que suele detenerse si encuentra uno de aquellos en sus redes sociales. De hecho, tiempo atrás tuvo la oportunidad de probar unas gafas de realidad virtual junto a su sobrino, con las cuales disfrutaron de la adrenalínica experiencia de una montaña rusa animada, instancia en la que se preguntó si alguna vez todos y todas tendríamos acceso a esa tecnología y sí incluso existirá algún día la posibilidad de que la información y el contenido educativo se nos pueda entregar de esa forma, pues cree que sería un gran complemento a los formatos clásicos.

Además de transportarse virtualmente a otros lugares, Diana disfruta mucho conocer la vida de otras personas; sobre todo, mujeres. Le gusta sentirse identificada, entender sus luchas personales y sociales, y ver cómo se desenvuelven en diversos tipos de ocupaciones. Ella se declara feminista y siente que una característica importante de este movimiento es la sororidad, para la cual considera esencial conocer las realidades de distintas mujeres y así formar una comunidad unida y fuerte, por lo cual siempre se detendrá si en sus redes sociales aparece un relato sincero, crítico y con una mujer de protagonista.

Es por esto que estaría interesada en ver un sitio web que contemple historias de mujeres de distintas edades y ocupaciones, y más aún si está narrado a través de distintos formatos, incluyendo una webserie en realidad virtual/360°. Le gustaría que el contenido se dividiera entre escrito, sonoro y audiovisual, y principalmente le interesaría acceder a los

capítulos de la webserie, el *making of* de la misma, entrevistas con las protagonistas y fotografías que acompañen dichos relatos, logrando así una experiencia completa a través de la historia de estas importantes mujeres.

- **Motivaciones y objetivos**

Le encantaría conocer historias de otras mujeres y experimentar nuevos formatos de narración.

- **Frenos y frustraciones**

No conoce bien el concepto de realidad virtual y mucho menos ha podido acceder por su cuenta a algún contenido en ese tipo de formato, pues aquel principalmente se encuentra disponible en eventos de nicho.

Por otro lado, a pesar de su interés por la diversidad de tipos de narración en historias documentales, no ha encontrado aún un sitio web que contemple la totalidad de dicha diversidad, viéndose obligada a navegar en distintos lugares.

- **Habilidades, contextos de uso, herramientas**

Ha tenido contacto con la tecnología toda su vida, tiene acceso a internet y a un dispositivo móvil para conectarse en cualquier lugar. Es una usuaria activa de redes sociales (Youtube, Facebook, IG y WhatsApp). Prefiere el contenido audiovisual en una primera instancia, pero también está abierta a recibir contenido escrito y sonoro, sobre todo si es con fines de entretención e información. Eventualmente, visitaría un sitio web que presente historias de mujeres a través de distintos formatos de narración, más aún si contempla una webserie en realidad virtual/360°, puesto que sería un uso novedoso de dicha tecnología dentro del contexto en el cual ella se desenvuelve.

4.3 Estrategia de contenidos

● **Contenido**

El contenido del proyecto transmedia «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» está compuesto por una parte escrita, una sonora y una audiovisual. Aquellas estarán dispuestas en el menú de nuestro sitio web como: leer, escuchar y ver; con el sentido de acercar las historias a los y las usuarias a través del formato de su preferencia.

En específico, el contenido escrito incluye una entrevista central que presenta a cada una de las protagonistas, un reportaje sobre el conflicto social presente en cada historia, entrevistas complementarias a expertas en cada temática, y crónicas que narran el proceso de realización de la investigación y de la parte documental. Sumado a aquello, tenemos los podcast de cada capítulo, los cuales dan voces a otros/as protagonistas de la misma historia, además del tráiler de nuestra webserie documental en 360°/VR, el *making off* y el capítulo piloto de la misma.

La intención es abarcar todas las aristas de cada una de las historias de nuestras protagonistas con relatos complementarios que generen una experiencia dinámica e interesante para quienes visiten nuestro proyecto. Y para ello, utilizamos el modelo propuesto por Mariana Ciancia en “Tell me a story, but it should be real!” adaptado a nuestra situación y considerando los canales que vamos a abrir como parte de nuestro proyecto.

Modelo de construcción: Luciana Miranda

Modelo de construcción de narrativa transmedia		
Etapas de trabajo		Descripción de la etapa
¿Qué tengo que contar?	¿Cuál es el tema principal?	Desarrollo y dificultades del patinaje artístico sobre hielo en Chile.
	¿Quién es el personaje principal?	Luciana Miranda, patinadora artística sobre hielo en Chile.
	¿Cuál es el argumento principal?	El patinaje artístico sobre hielo está invisibilizado en Chile y no recibe el apoyo estatal correspondiente.
	¿Hay líneas argumentales secundarias?	Las motivaciones y disciplina de los patinadores y patinadoras, lo cual desencadena en el gran sueño de representar al país en los Juegos Olímpicos de Invierno.

¿Cómo puedo explicarlo?	¿Qué canales vamos a ocupar?	Audiovisual, sonoro y narrativo.
	¿Cuál es su principal función?	<p>Audiovisual: Entregar una experiencia inmersiva sobre practicar patinaje artístico sobre hielo en Chile.</p> <p>Sonoro: Complementar la historia principal con voces de protagonistas secundarias/os y expertas/os en el tema, aportando un relato testimonial sobre el conflicto central.</p> <p>Narrativo: Describir, informar y relatar las experiencias, opiniones y sentir de las protagonistas, contrastando con fuentes expertas y testimoniales.</p>
	¿Qué dispositivos se ocupan?	Sitio web, Youtube, Spotify, Anchor y Google Podcast.
¿Cómo puedo enganchar a la audiencia?	¿Cuáles son los puntos de entrada?	Se puede comenzar la narración transmedia desde cualquiera de los contenidos disponibles.
	¿Cuál es la estrategia de enganche de audiencia?	Redes sociales, específicamente Instagram, Facebook, Tik Tok y Youtube.
	¿Cómo vamos a manejar los contenidos que vengan desde la audiencia?	La interacción será de una manera cercana, coloquial, respetando la esencia del proyecto.

Modelo de construcción: Valentina Parra

Modelo de construcción de narrativa transmedia		
Etapas de trabajo		Descripción de la etapa
¿Qué tengo que contar?	¿Cuál es el tema principal?	La experiencia de ser científica en Chile, relacionada a la brecha de género existente en el área.
	¿Quién es el personaje principal?	Valentina Parra, bioquímica.
	¿Cuál es el argumento principal?	Existe una notoria brecha de género en el área científica del país, lo cual se refleja en la entrega de puestos de poder, salarios, reconocimientos, entre otros.
	¿Hay líneas argumentales secundarias?	La presencia de estereotipos relacionados al “ser científico/a”. La relevancia de la divulgación científica.
¿Cómo puedo explicarlo?	¿Qué canales vamos a ocupar?	Audiovisual, sonoro y narrativo.
	¿Cuál es su principal función?	Audiovisual: Entregar una experiencia inmersiva sobre la brecha de género existente en el área científica en Chile. Sonoro: Complementar la historia principal con voces de protagonistas secundarias/os y expertas/os en el tema, aportando un relato testimonial sobre el conflicto central. Narrativo: Describir, informar y relatar las experiencias, opiniones y sentir de las protagonistas,

		contrastando con fuentes expertas y testimoniales.
	¿Qué dispositivos se ocupan?	Sitio web, Youtube, Spotify, Anchor y Google Podcast.
¿Cómo puedo enganchar a la audiencia?	¿Cuáles son los puntos de entrada?	Se puede comenzar la narración transmedia desde cualquiera de los contenidos disponibles.
	¿Cuál es la estrategia de enganche de audiencia?	Redes sociales, específicamente Instagram, Facebook, Tik Tok y Youtube.
	¿Cómo vamos a manejar los contenidos que vengan desde la audiencia?	La interacción será de una manera cercana, coloquial, respetando la esencia del proyecto.

Modelo de construcción: María Eugenia Ogaz

Modelo de construcción de narrativa transmedia		
Etapas de trabajo		Descripción de la etapa
¿Qué tengo que contar?	¿Cuál es el tema principal?	La contaminación del parque industrial presente en la zona de Quintero-Puchuncaví y cómo afecta la vida de los y las residentes del sector.
		María Eugenia Ogaz, pescadora artesanal de Horcón.
	¿Cuál es el argumento principal?	Existe un alto nivel de contaminación por metales pesados en la zona de Quintero-Puchuncaví.

	¿Hay líneas argumentales secundarias?	La lucha por mantener la tradición del oficio y el respeto de los recursos por parte de los pescadores y pescadoras artesanales versus la práctica de las grandes empresas pesqueras de la zona.
¿Cómo puedo explicarlo?	¿Qué canales vamos a ocupar?	Audiovisual, sonoro y narrativo.
	¿Cuál es su principal función?	<p>Audiovisual: Entregar una experiencia inmersiva sobre el conflicto medioambiental en la zona de Quintero-Puchuncaví.</p> <p>Sonoro: Complementar la historia principal con voces de protagonistas secundarias/os y expertas/os en el tema, aportando un relato testimonial sobre el conflicto central.</p> <p>Narrativo: Describir, informar y relatar las experiencias, opiniones y sentir de las protagonistas, contrastando con fuentes expertas y testimoniales.</p>
	¿Qué dispositivos se ocupan?	Sitio web, Youtube, Spotify, Anchor y Google Podcast.
¿Cómo puedo enganchar a la audiencia?	¿Cuáles son los puntos de entrada?	Se puede comenzar la narración transmedia desde cualquiera de los contenidos disponibles.
	¿Cuál es la estrategia de enganche de audiencia?	Redes sociales, específicamente Instagram, Facebook, Tik Tok y Youtube.
	¿Cómo vamos a manejar los contenidos que vengan desde la audiencia?	La interacción será de una manera cercana, coloquial, respetando la esencia del proyecto.

- **Línea editorial**

Lo principal en nuestra línea editorial es que nuestro proyecto periodístico tiene una base feminista. «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» es creado por dos estudiantes que se identifican con el género femenino; hablamos, documentamos y escribimos la vida de mujeres líderes que están dejando huella en nuestro país, y tenemos como público objetivo a mujeres jóvenes que quieren informarse, entretenerse y sentirse inspiradas con historias llenas de fortaleza.

Como señala la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres en “Nunca más mujeres sin historia: Conversaciones feministas”: “Si construimos un catastro, creamos un sitio y fundamos centros de estudio de historia de las mujeres en cada región, desde la autonomía, tendremos insumos para narrar la historia con los ojos con que nosotras estamos viendo la vida, con las experiencias que están pasando por nuestros cuerpos” (p.150, 2018)⁴⁷. Es por esto que consideramos fundamental respetar la equidad de género y analizar desde una mirada crítica la sociedad patriarcal en la cual vivimos, lo que se verá reflejado en nuestras decisiones al momento de comunicar, pues nuestra principal misión es dejar un registro de la visión e historias de las mujeres de hoy para las futuras generaciones.

Por otro lado, a pesar de que es un proyecto que inicia desde lo digital, decidimos combinar las reglas de escritura SEO con el estilo de redacción periodística clásico. Aquello nos permitirá conseguir un buen posicionamiento en Google, pero también tener la riqueza que entrega la pluma libre, profesional y crítica.

Además de lo anterior, queremos que nuestro contenido sea claro para todas las personas, por lo que procuraremos usar un lenguaje cercano y explicar en detalle cada tecnicismo o artículo legal que utilicemos dentro de nuestras publicaciones.

Finalmente, nuestro proyecto contiene desde su esencia elementos de accesibilidad, debido a su carácter transmedia que permite llegar al contenido a través de diversos formatos. Sumado a lo anterior, incluimos la transcripción de los podcasts y subtítulos dentro de nuestro

⁴⁷ Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. *Nunca más mujeres sin historia: Conversaciones feministas* (Santiago: Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres, 2018)

tráiler. Esto con el objetivo de que todas las personas puedan conocer estas historias y sentirse parte de nuestro proyecto.

- **Manual de estilo**

Nuestra intención con el presente apartado es unificar el estilo de los contenidos que se publicarán en el sitio web, con el objetivo de clarificar nuestra línea editorial y mantener una misma organización y estética en cada una de las publicaciones.

Lineamientos generales

1. «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» es proyecto transmedia, por ende cada una de las publicaciones se subirá siempre y cuando esté diseñada como la parte complementaria de una de las historias.
2. Habrá sumo cuidado en cuanto a seleccionar la categoría correspondiente en cada publicación, ya que la organización del sitio web es fundamental para la comprensión y experiencia que tenga la usuaria/o del proyecto.
3. Se usará un lenguaje explícitamente subjetivo solo en los formatos periodísticos que por tradición lo utilizan, por ejemplo, las crónicas. No obstante, a pesar de que siempre estará nuestra línea editorial detrás, en el resto del contenido solo estarán presentes los juicios de valor a través de la voz de nuestras protagonistas y entrevistados/as.
4. Los tecnicismos en cada uno de los formatos serán explicados de la forma más simple posible, dado que el interés de nuestro proyecto es que cualquier persona, independiente su nivel sociocultural, pueda comprender la historia narrada y el conflicto allí presente.
5. Finalmente, las publicaciones en el sitio web no serán firmadas en particular por ninguna periodista, pues estarán enmarcadas dentro de un mismo proyecto transmedia, por lo cual responderán al estilo y la línea editorial que sustenta a «Históricas: Relatos de mujeres en Chile». Solo se podrán realizar excepciones en caso de que se publique algún archivo o texto creado por una persona externa al equipo.

Formato general

1. Los títulos de las publicaciones tendrán relación con su formato periodístico. Por ejemplo, el titular de los reportajes mantendrá un estilo clásico e informativo, mientras que las crónicas tendrán un estilo libre y literario.
2. Se privilegiará el uso de un lenguaje neutro, pero, en caso de ser necesario, se realizarán menciones a ambos géneros (ej.: pescadores/as). Esta decisión fue tomada para facilitar la lectura de la totalidad del público, pues aún no existe gran familiaridad con el lenguaje inclusivo; sin embargo, se pueden hacer excepciones en caso de referirse a una persona no binaria, con el fin de respetar completamente su identidad.
3. Al menos una mención a los nombres de las protagonistas en cada texto se pondrá en negrita, al igual que las palabras claves dentro de cada párrafo, siempre y cuando no se excedan más de 5 palabras seguidas.
4. Los nombres de productos culturales, informes o documentos mencionados y/o citados en las publicaciones serán escritos entre comillas para mayor claridad de los lectores/as.
5. Las palabras que la Real Academia Española aún considera como extranjeras serán escritas en cursiva, pues así lo indica dicha institución.

Metodología

1. Redactar textos y/o crear contenidos multimedia.
2. Revisar que estén acordes a los lineamientos generales y aplicar formato.
3. Esperar edición por otro miembro del equipo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».
4. Subir a WordPress en la categoría correspondiente.
5. Añadir hipervínculos internos, enlazando con el resto del contenido complementario de dicha historia, e hipervínculos externos, según corresponda, revisando que el sitio web o cuenta de red social a la que se derive tenga la credibilidad necesaria. Recordar marcar siempre la opción de abrir en una nueva pestaña.
6. Elegir la fotografía que será parte de la portada o los interiores del contenido que se quiera subir. Optimizarla en un tamaño de 1920x1080 px, con un peso menor a 300 kilobytes, renombrarla y exportarla para web en Adobe Photoshop. Todo lo anterior

según los parámetros definidos en la línea gráfica del sitio. Al subir, no olvidar escribir el texto alternativo de las imágenes con su respectiva licencia.

7. Verificar la legibilidad y el SEO de la entrada, con especial cuidado en utilizar la frase clave más indicada, según el contenido y la posible búsqueda del usuario/a en Google. Utilizar el plugin de Yoast SEO para optimizar esta tarea.
8. Publicar y sumar a la programación de las redes sociales de «Históricas».

- **Estrategia de distribución**

Esta etapa de desarrollo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» se trabajó en base a un producto mínimo viable (MVP), por lo que no existió una publicación en redes sociales ni interacción con diversos usuarios al momento de la realización.

De todas maneras, contemplamos una eventual estrategia de distribución de los contenidos en redes sociales, ya que gran parte de nuestra audiencia utiliza estas plataformas, complementado la socialización de estos contenidos con el trabajo realizado en «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

Redes Sociales

Ya que parte de nuestra audiencia tiene una interacción constante con redes sociales como Instagram y Facebook, priorizamos nuestra estrategia de redes sociales en base a estas dos plataformas, las cuales nos ayudarán como un trampolín para direccionar las audiencias a visitar el sitio web que creamos y la forma en que están dispuestos los contenidos en este soporte.

Nuestra experiencia en el trabajo en redes sociales también nos ha demostrado que las interacciones con la audiencia cambian a medida que se modifiquen los algoritmos en cada uno de estos canales de distribución, por lo mismo consideramos a nuestra página web como centro de operaciones de todo nuestro contenido, desde el cual se irán distribuyendo los contenidos creados con el objetivo de crear una audiencia y eventualmente, fidelizar y llegar a un nuevo público.

En este escenario en donde haremos distribución de nuestro trabajo en redes sociales, también tomaremos en cuenta el trabajo visual que realizamos en la página web, aplicando la misma paleta de colores y curatoría visual de la web en estas plataformas.

A continuación, detallamos un plan pensado para el trabajo de distribución de cada una de las historias en un periodo de tres semanas para cada una de ellas, pensando la estrategia en cuanto a cómo funciona ahora el algoritmo de cada una de estas plataformas y teniendo presente que este plan se deberá actualizar al momento de querer realizar esta distribución, considerando los cambios y la naturaleza de cada una de estas aplicaciones en el futuro.

Calendario de publicaciones:

Parte de la proyección de nuestro trabajo compete la planificación de ciertas fechas para el lanzamiento del tráiler de la webserie documental y los distintos capítulos que socializaremos a través de redes sociales, permitiéndonos generar contacto con las audiencias.

- Febrero del 2022 → Domingo 13 de febrero, publicación del tráiler de la webserie documental.
- Marzo del 2022 → Domingo 06 de marzo, publicación de la página a través de redes sociales y su contenido. Martes 08 de marzo, publicación del primer capítulo del proyecto.
- Abril del 2022 → Domingo 03 de abril, publicación del segundo capítulo del proyecto.
- Mayo del 2022 → Domingo 01 de mayo, publicación del tercer capítulo del proyecto.

Estrategia de distribución específica:

Para cada una de las historias, las cuales se estrenarán de forma mensual, se planea la siguiente distribución:

Primera semana

- Lunes (Instagram y Facebook): Fotografía donde se presenta a la protagonista de la historia que se presentará en el mes.
- Miércoles (Instagram y Facebook). *Reel* de 60 segundos en donde muestra un extracto de entrevista de la protagonista, acompañado de música original en el montaje.
- Domingo (YouTube): Se publica el capítulo de la webserie documental a las 21 horas.

- Domingo (Instagram y web): A las 21 horas se publica un carrusel con información y cuñas de la historia que se estará mostrando, además de dejar todo el contenido disponible en la web.

Segunda semana:

- Lunes (boletín): A las 8 am se envía un *newsletter* con toda la información del capítulo publicado, más material gráfico de libre distribución para medios colaboradores interesados en difundir nuestro trabajo.
- Martes (Instagram y Facebook): *Storie* o *reel* de 15 segundos con extracto del capítulo de la webserie documental.
- Jueves (Instagram, Facebook): Post con información de la entrevista realizada a la voz experta de cada capítulo, con link directo a la web.
- Domingo (Instagram, Facebook): Post con información asociada a la crónica de realización del capítulo de la webserie documental recién publicado.

Tercera semana:

- Lunes (Instagram y Facebook): Video con un extracto del capítulo del podcast que complementa la narrativa del capítulo de la webserie documental recién estrenado. También se compartirá en *stories* con las plataformas en que estará disponible cada capítulo.
- Miércoles (Instagram y Facebook): *Repost* en *stories* del capítulo de podcast recién estrenado.
- Viernes (Instagram y Facebook): Post con una selección de fotografías del rodaje de la historia recién estrenada.

Contacto con la comunidad

Dentro de las proyecciones de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» encontramos el contacto con la comunidad. Lamentablemente, debido a la crisis sanitaria actual, no podemos poner fecha a ninguno de estos planes; no obstante, queremos plasmar aquí la intención de llevar a cabo tres tipos de acercamientos del proyecto a la comunidad, los cuales se llevarían a cabo una vez que el contexto nacional lo permita.

En “Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación” se señala que “la comunicación participativa se encamina a generar pensamiento (no sólo a difundir conocimiento); no basta describir la realidad, hay que modificarla y ese es el indicador de éxito de los procesos: la transformación de la realidad comunicacional”. (p. 32, 2002)⁴⁸. De esta forma se pone énfasis en la capacidad que tienen los comunicadores de influenciar cambios en la sociedad, siempre y cuando se considere a los y las usuarias como entes activos, capaces de reflexionar y reaccionar en torno al contenido entregado.

En esta lógica, queremos buscar los métodos adecuados para presentar nuestro proyecto en distintos núcleos de nuestra sociedad y lograr de esta manera impactar en sus vidas, a través de estos relatos en profundidad de mujeres que día a día hacen historia en su área.

En primer lugar, consideramos fundamental realizar una presentación de nuestro proyecto a cada una de las comunidades que formaron parte de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile». De esta manera, planeamos retribuir su tiempo y agradecerles por permitirnos acceder a su intimidad; sumado a seguir educando sobre distintas formas de narración y tecnología.

Además, les permitiremos el uso del material para la difusión de sus luchas y proyectos, con el fin de colaborar con cada una de nuestras protagonistas en la conquista de sus objetivos.

En segundo lugar, queremos participar en diversos eventos socioculturales presentando nuestro proyecto. De esta manera aumentaremos la cantidad de personas que conozcan nuestra investigación y las motivaciones que lo sustentan; logrando así impactar y educar a la comunidad sobre las distintas temáticas presentes allí de una forma más directa y de paso dejar la invitación abierta para que conozcan y consuman narraciones transmedia.

Y, finalmente, planeamos unirnos con docentes y agrupaciones feministas para diseñar una forma de presentar nuestro proyecto en instancias escolares. Aquello tendría como objetivo incentivar a las próximas generaciones a alcanzar sus sueños, logrando

⁴⁸ León, Salas, Salazar & Cruz. *Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación*. (Costa Rica; Centro de Comunicación Voces Nuestras, 2002)

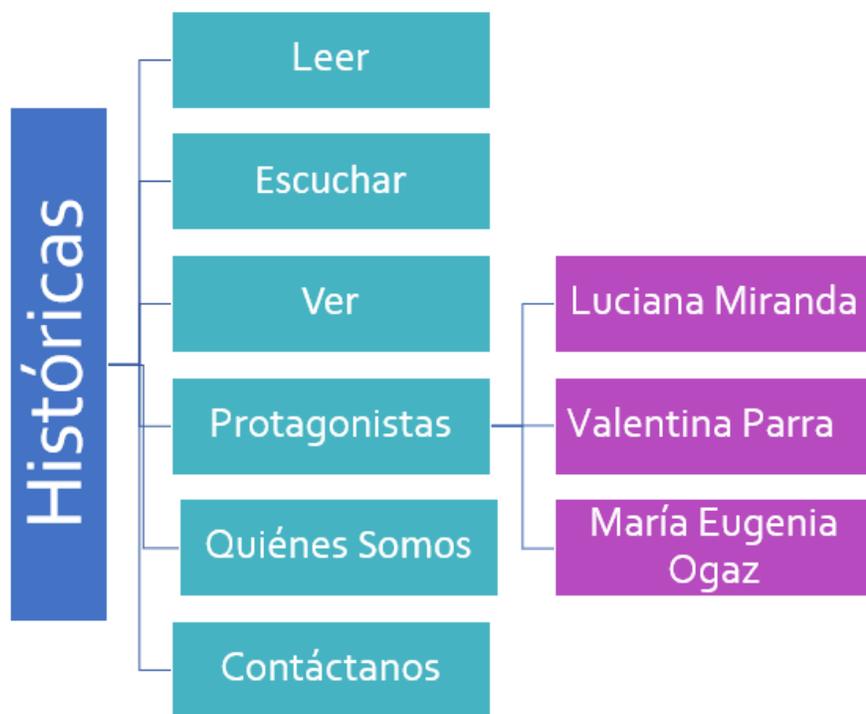
identificación a través de estas mujeres líderes y luchadoras, y mostrar cómo las mujeres también pueden hacer historia.

Asimismo, acercaremos nuevos tipos de narración y tecnologías a los establecimientos educacionales, cambiando el concepto que tienen de comunicación y periodismo. Sumado a aportar a través de cada relato una gran cantidad de información sobre el contexto social, político, económico y cultural de nuestro país.

4.4 Arquitectura de la Información

Teniendo en cuenta la cantidad de contenido generado a partir del reporte de cada una de las historias investigadas, tuvimos que tomar decisiones relevantes al momento de organizar la información dentro de la página web.

En una primera instancia y a partir del *benchmark* realizado anteriormente, decidimos que el menú de nuestra página estaría en forma horizontal y al comienzo del sitio web, de tal manera de situar a los usuarios al contexto y material que pudieran encontrar en la web en su formato para escritorio. También confiando en generar un orden intuitivo de revisar dentro de la página. A continuación, el mapa de contenidos del sitio:



De esta forma, creamos los siguientes rótulos, a los cuales le corresponden los siguientes contenidos:

Rótulo	Descripción
Inicio	Con el rótulo de inicio se podrá acceder nuevamente al home de la página desde cualquier lugar de navegación de la web. La idea es facilitar el regreso al inicio de la web a aquellos usuarios que no estén familiarizados con el click en el logo para volver a este punto de la página.
Leer	Este rótulo reúne todos aquellos textos escritos para web, los cuales están a su vez clasificados en categorías dentro de la página. Al entrar al rótulo se puede observar las crónicas periodísticas (clasificadas como bitácoras para que sean de más fácil entendimiento de aquellos usuarios que no están familiarizados con términos periodísticos), luego los reportajes escritos (clasificados en la categoría de investigación) y finalmente, las entrevistas que tienen este mismo rótulo.
Escuchar	Este rótulo alberga aquellos contenidos en formato de audio realizados en el proyecto. En específico, se podrán encontrar cada uno de los capítulos del podcast y su correspondiente tráiler al inicio de la página. Además, estarán desplegadas las formas de escucha en plataformas de distribución y la transcripción de cada capítulo.

Ver	Este rótulo alberga aquellos contenidos en formato audiovisual del proyecto. Al entrar a esta sección, estará desplegado el tráiler de la webserie documental y además, el capítulo piloto en realidad virtual.
Protagonistas	En este rótulo y apelando al concepto de redundancia dentro de un sitio web, se podrán encontrar cada una de las historias de las protagonistas desplegadas en esta página. Al entrar, también se podrá ingresar a todo el contenido que despliega cada una de las historias.
Quiénes Somos	En este rótulo dejamos la descripción del proyecto, su historia y su equipo de realización.
Contáctanos	Finalmente, en este rótulo de navegación los usuarios podrán ingresar en caso de querer contactar al equipo de trabajo o proponer ideas para futuros registros.

Una vez que organizamos el contenido que tendría la página en cada uno de sus rótulos y el contenido que queríamos que existiera dentro de cada una de las páginas fijas dentro de la web, llegó el momento de armar un *wireframe* en donde quedarán ordenadas todas las ideas y contenidos que creamos y registramos antes de armar la web.

Debido al trabajo remoto al cual nos obligó la pandemia, nos reunimos mediante Zoom para desarrollar el primer prototipo de *wireframe*, teniendo siempre en mente la idea de generar un diseño limpio y ordenado, en donde fuera fácil disponer tanto cada una de las historias como los formatos en que estuvieran desplegadas, tomando en específico ejemplos como el de Humans of New York, en donde además se agrupaban las historias en partes específicas de la web.

A continuación, dejamos los primeros prototipos de *wireframes* para la página en su formato de escritorio que realizamos en trabajo remoto.

Para el Home de la web, desarrollamos la siguiente propuesta con un banner en donde se pudiera tener el nombre del proyecto al centro y de fondo alguna imagen representativa del proyecto, el menú siempre en la cabecera del sitio y un despliegue hacia abajo de las protagonistas en una primera instancia, luego de los formatos en que también están disponibles cada una de las historias, fotografías del rodaje en 360° para dar una muestra del trabajo registrado y luego, una descripción del proyecto. Además del *footer*, que estará presente en todas las páginas prototipadas en esta etapa de diseño de la web.

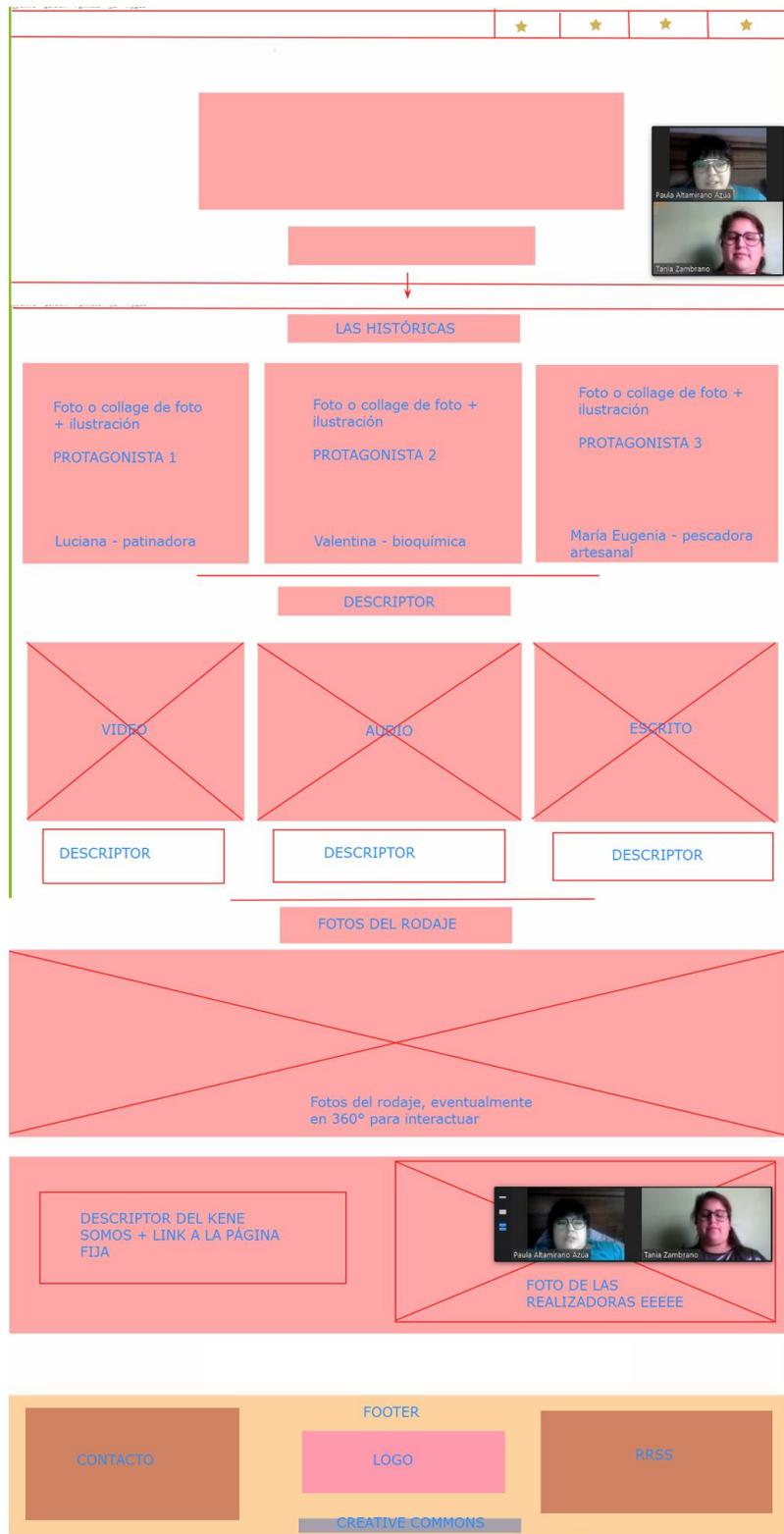


Fig. 46: Captura de pantalla del prototipo de home realizando a través de Zoom.

Otro prototipo diseñado dentro de los *wireframe* fue para una de las páginas interiores, en donde se encontrarían las historias de las protagonistas, con un diseño muy inspirado en Humans of New York, en donde se encontraban las historias con un banner horizontal, ordenadas de arriba hacia abajo.

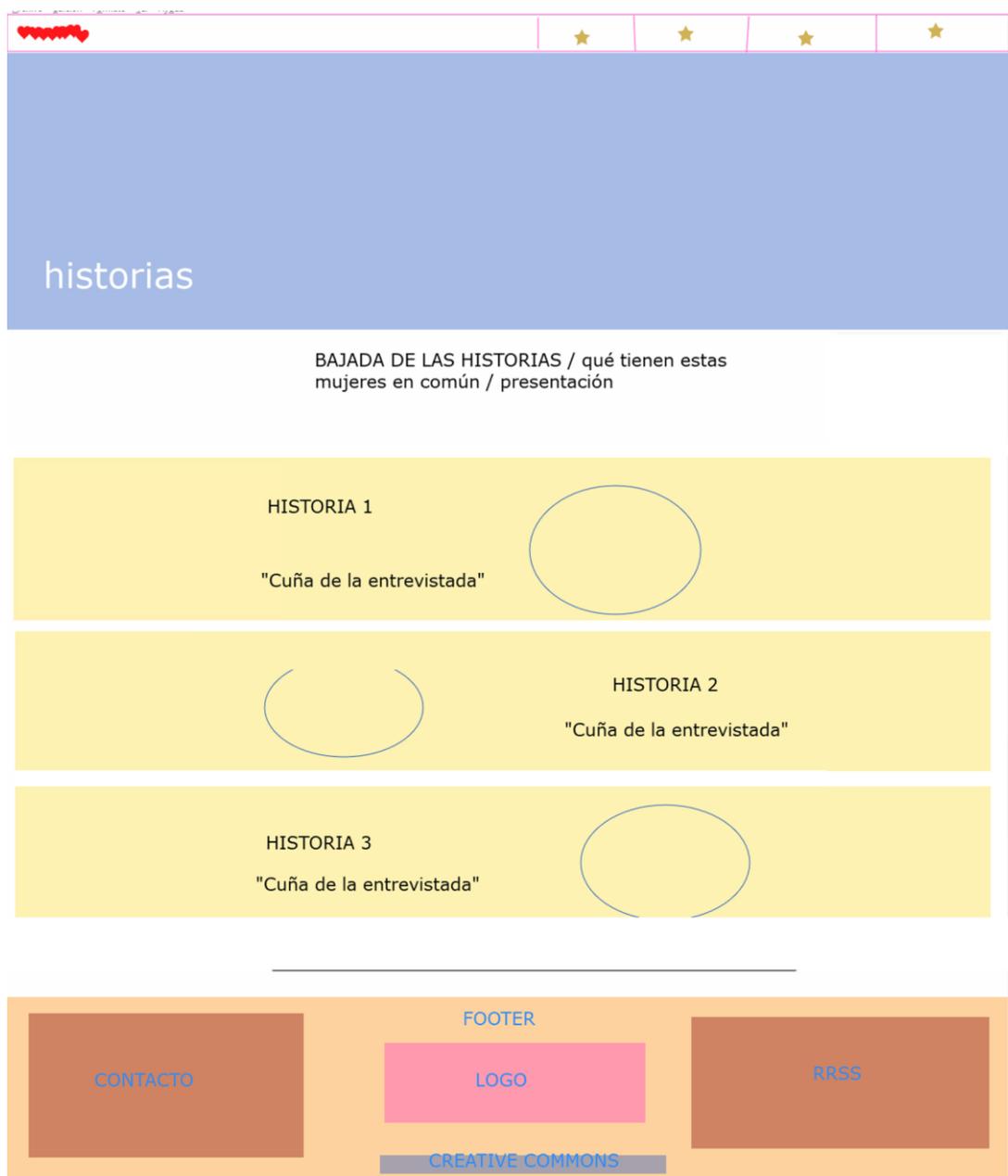


Fig. 47: Captura de pantalla del prototipo de home realizando a través de Zoom.

También desarrollamos el prototipo de las páginas interiores de cada una de las historias, en donde se desplegara a lo largo de la página los formatos disponibles de cada una

de las historias y una descripción general de la protagonista que era retratada allí. Además, teníamos la intención en un inicio de adjuntar fotografías en forma de galería para cada una de las historias desplegadas en las páginas fijas y que estuviera disponible una sección con la crónica de realización y el making of de la webserie.

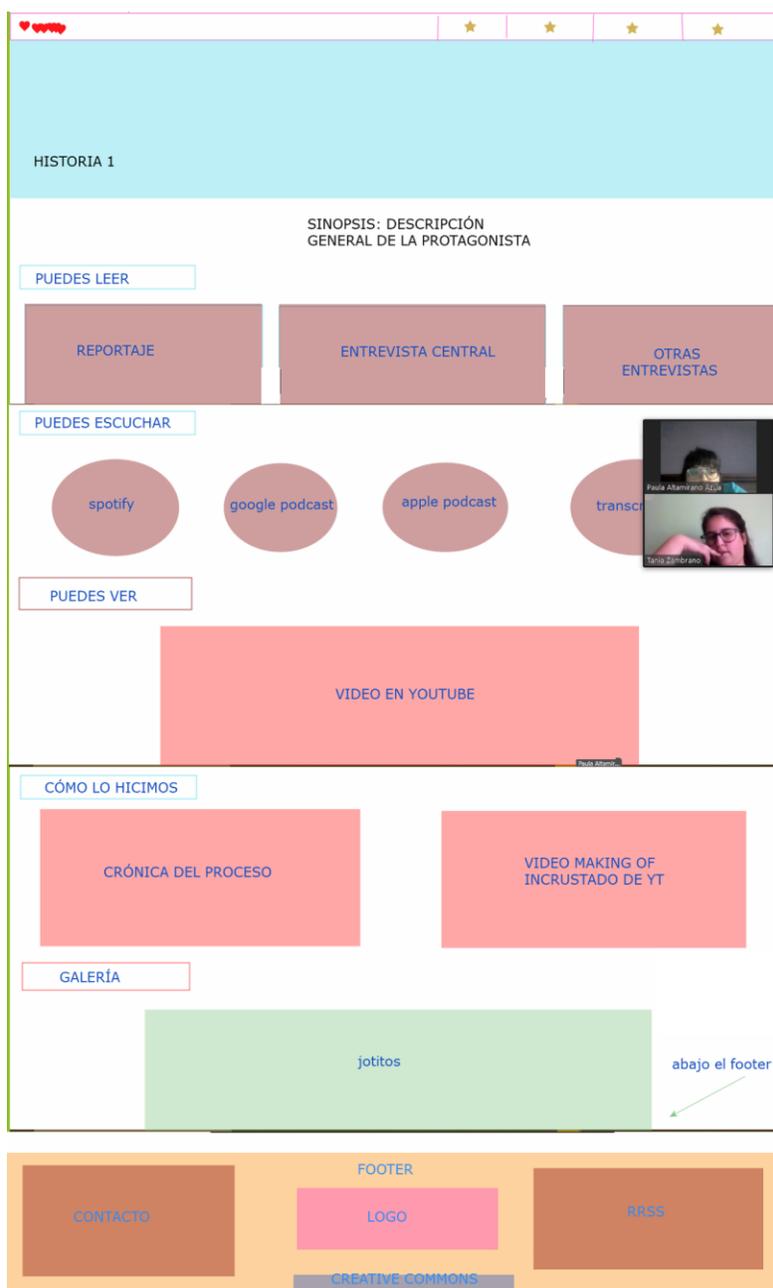


Fig. 48: Captura de pantalla del prototipo de home realizando a través de Zoom.

También se armó un prototipo para la página que albergaría cada uno de los formatos disponibles, de tal manera de que si los usuarios entran a esta página fija, puedan también ser capaces de entrar a ver cada una de las historias en su formato determinado.

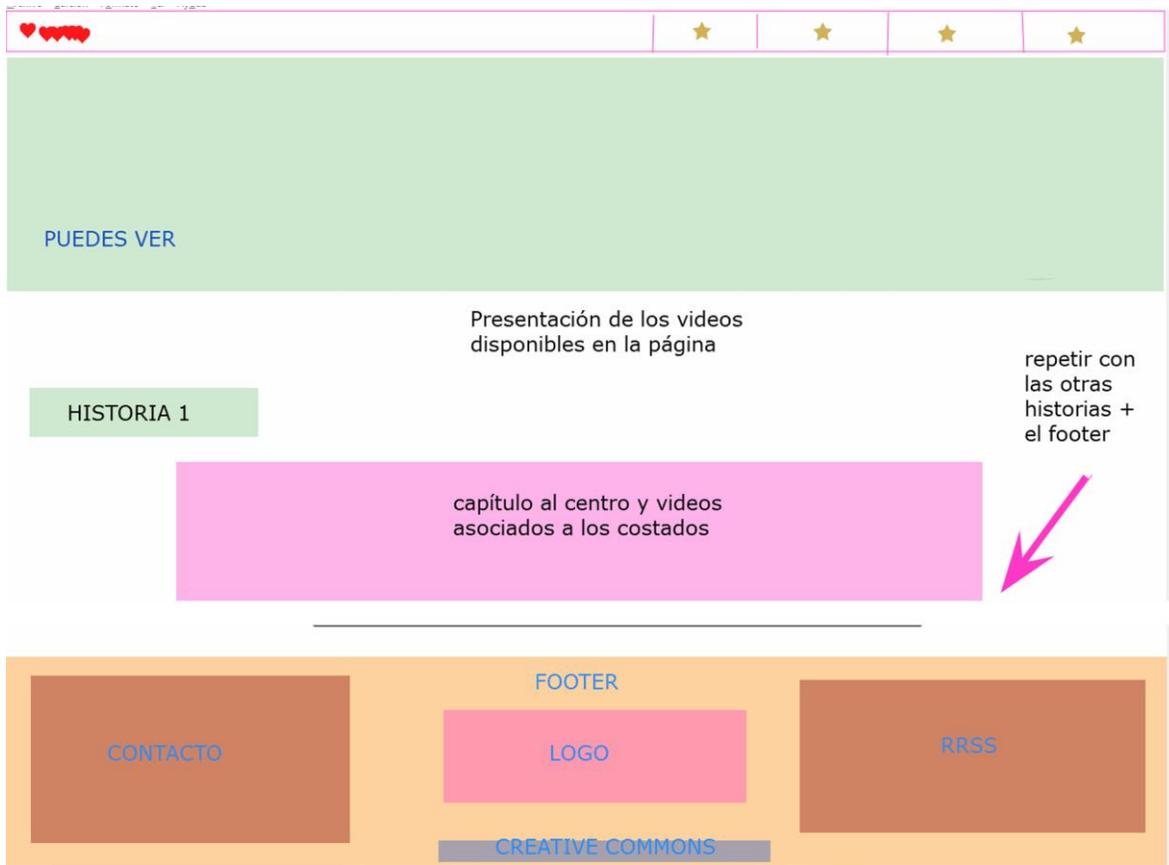


Fig. 49: Captura de pantalla del prototipo de home realizando a través de Zoom.

Finalmente, se realizó un *wireframe* también para la página en donde se pudiera encontrar la historia del proyecto, rotulada desde un comienzo como “Quiénes Somos”.

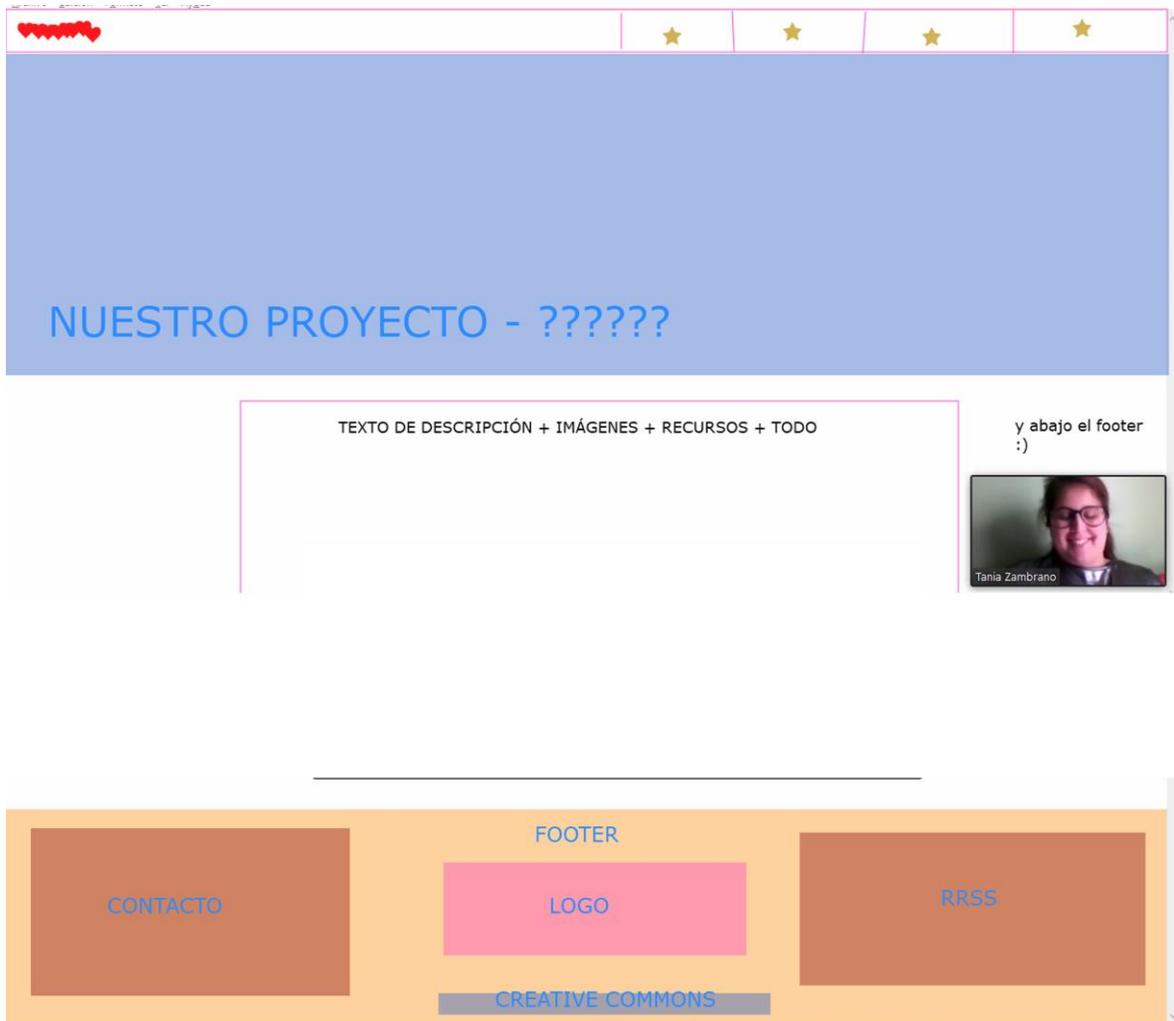


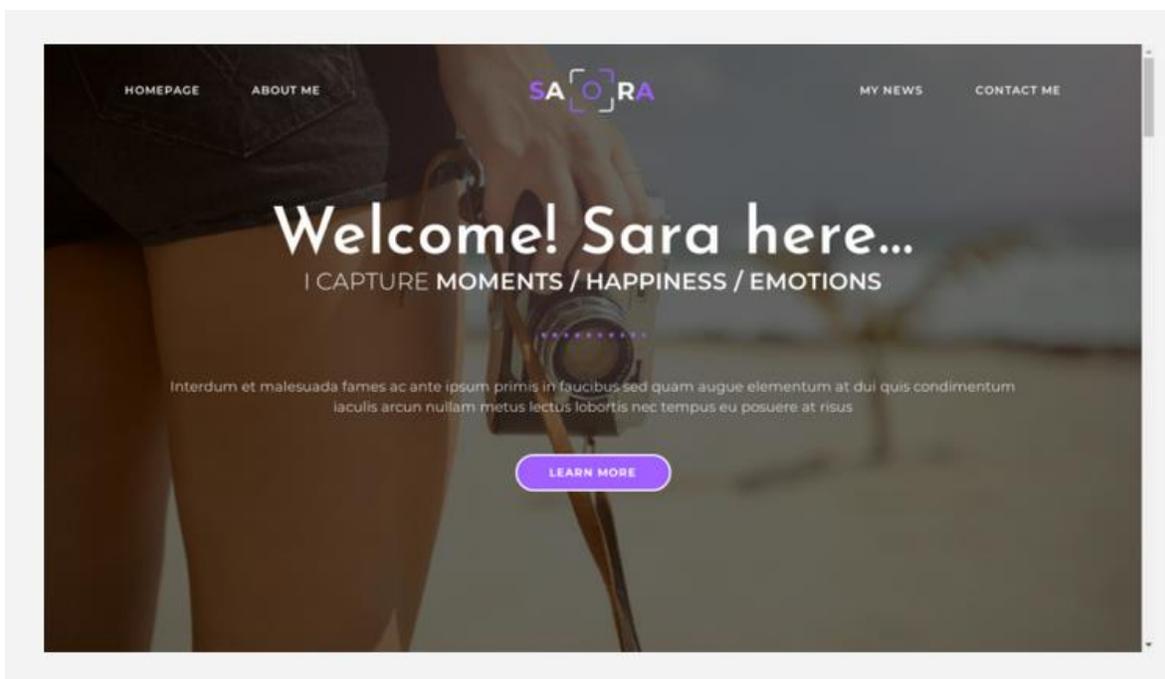
Fig. 50: Captura de pantalla del prototipo de home realizando a través de Zoom.

Ya una vez que desarrollamos los prototipos para cada una de las páginas interiores y el inicio de nuestra web, decidimos dar importantes pasos como la compra del dominio, la contratación de un servicio de *hosting* y junto con ello, la búsqueda de una plantilla que se ajustara a lo que estábamos buscando en cuanto a diseño, ya que carecemos de conocimientos de programación que nos permitieran editar el código y diseño de la web, por lo que para hacer el trabajo de una forma expedita y no tercerizar esas decisiones en un programador, revisamos durante algunas semanas varias opciones que se ajustaran a los siguientes parámetros: limpieza visual, posibilidad de edición con el *plugin* Elementor, disposición centrada del texto y posibilidad de cambiar tanto color como tipografía.

Fue así como llegamos hasta una serie de plantillas ofrecidas por Ocean WP, tema que se ajustaba al *wireframe* que diseñamos en un comienzo y que fue de fácil edición durante todo el tiempo en que diseñamos la web. Además, uno de los elementos importantes que ayudaron en la toma de decisión por una plantilla como la ofrecida por Ocean WP tenía que ver con que cada uno de los temas que tiene dentro del servicio que ofrecen son responsive, es decir, tienen un diseño de fácil adaptación y edición para dispositivos móviles, algo de especial interés ya que nuestro usuario arquetípico utiliza principalmente este dispositivo para conectarse a revisar los contenidos que eventualmente le vamos a ofrecer.

Además, Ocean WP nos funciona excelente como una plantilla para editar su diseño gracias a que le da especial importancia al despliegue de imágenes e íconos dentro de la web, lo cual debido al carácter audiovisual del registro de parte del proyecto, también se consideró como un factor relevante al momento de tomar esta decisión. Otra razón por la cual elegimos esta plantilla está relacionada al ofrecer un diseño responsive, de carga rápida y no tan cara dentro del rango de plantillas existentes para WordPress.

A continuación algunas imágenes de cómo se veía la plantilla:



BASED IN FRANCE. AVAILABLE WORLDWIDE
PROFESSIONAL PHOTOGRAPHER



Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Sed quam augue, elementum at dui quis, condimentum iaculis arcu. Nullam metus lectus, lobortis nec tempus eu, posuere at risus. Aliquam pretium et ex id eleifend. Sed fermentum, nulla a ultrices hendrerit, diam nulla maximus

SOME OF MY FAVORITES BEAUTIFUL PICTURES
FEATURED GALLERIES

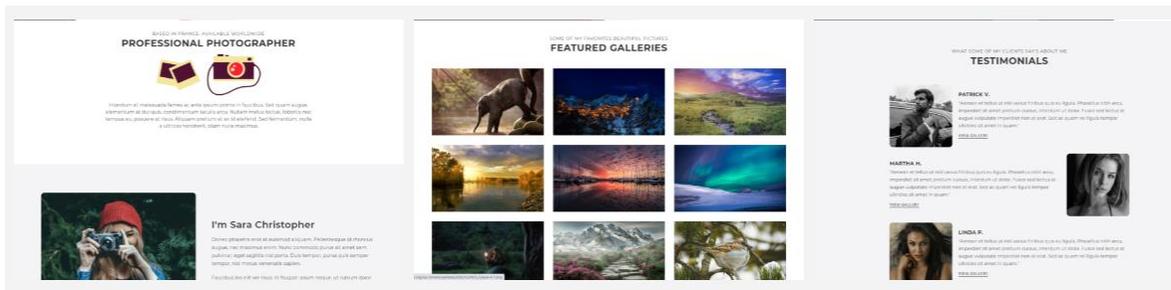


Fig. 51: Captura de pantalla de la plantilla Ocean WP.

Una vez que teníamos la plantilla instalada en WordPress, comenzamos a personalizarla con la paleta de colores e identidad visual que desarrollamos para el proyecto, quedando de la siguiente manera el home y sus interiores:

Apariencia del Home:



Historias: relatos de mujeres en Chile es un proyecto transmedia que narra de forma inmersiva las vidas de mujeres. Údenes en su área, que están haciendo cambios y dejando su huella en nuestro país.

Las Históricas



Luciana Miranda



Patinadora artística sobre hielo

Hace siete años Luciana Miranda descubrió su gran pasión: el patinaje artístico sobre hielo. Cada semana recorre una gran distancia para llegar a la pista de hielo de Magpi, la cual no está diseñada para el entrenamiento, sino como un centro de esparcimiento, sin embargo, ella se pone los patines y da lo mejor de sí para ser cada vez mejor patinadora, mientras sueña con que algún día en Chile los deportistas reciban el apoyo que merecen.

Conoce más sobre Luciana



Valentina Parra



Bioquímica y docente de la Universidad de Chile

Desde niña, la doctora en bioquímica Valentina Parra realizaba experimentos en su patio con el fin de descubrir un poco más sobre nuestro entorno y aquello que nos compone. En la actualidad, es reconocida por la Academia Chilena de Ciencias como una de las mejores científicas jóvenes, destacando por su trabajo en el estudio de las mitocondrias. Aunque no todo es investigación, pues uno de sus principales objetivos es abrir un camino de posibilidades a todos los niños y niñas, sobre todo, niñas que aman la ciencia, demostrándole que pueden seguir sus sueños.

Conoce más sobre Valentina



María Eugenia Ogaz



Pescadora artesanal y dirigente sindical

La primera vez que María Eugenia Ogaz cruzó al mar era una niña, escondido en el hogar de su padre que quería ayudar a pescar y así aportar a la economía del hogar. Con el tiempo se ganó el cariño de todos los pescadores y hoy, a sus 44 años, tiene el respeto de todos en Maricón, siendo reconocida como la última pescadora artesanal de la zona y como una de las mujeres que lidera la lucha por la defensa del medioambiente en la llamada zona de sacrificio Quilín-Puertovaradero, un lugar que ha sido contaminado por aire, mar y tierra, y donde el simple acto de respirar es peligroso.

Conoce más sobre María Eugenia

Fig. 52.1: Captura de pantalla del Home de www.relatosdemujeresenchile.com.

Formatos



Reportajes en profundidad, crónicas reviviendo experiencias y entrevistas asociadas a cada una de las historias registradas para Históricas.



Capítulos en formato podcast. Incluyendo nuevos voces y el contexto de cada una de las relatos presentes en Históricas.



Teaser de la webserie Históricas, capítulos en Realidad Virtual/360° y capítulos en donde podrás ver la realización y registro de la serie.

Experiencia en rodaje



Nuestro proyecto

Somos dos periodistas que se encontraron con la obligación intrínseca de buscar la mejor forma de contar, transmitir y archivar las diversas historias de mujeres que viven en Chile.

Nuestro trabajo periodístico va acompañado de un rigor por respetar el contexto y las diversas voces que atraviesan los relatos y entornos de cada una de las historias escuchadas en este proyecto.



Contáctanos:

Dirección:
Nemesio Vicuña 1958, Puente Alto

Móvil:
+56952316489

Correo electrónico:
contacto@relatosdemujeresenchile.com

historicas

Formatos

Crónica

Síguenos

Instagram YouTube TikTok

EN UN MUNDO DONDE TODO TIENE UN PRECIO CREATIVO. CORTESÍA DE: AL-BAHAR, 90% RED COMERCIAL & 10% PERSONALIDAD. (C) BY-NC & D.

Fig. 52.2: Captura de pantalla del Home de www.relatosdemujeresenchile.com.

Apariencia de la sección de “Protagonistas”:

históricas

INICIO LEER ESCUCHAR VER PROTAGONISTAS QUIÉNES SOMOS CONTÁCTANOS

Protagonistas Portada » Protagonistas

Conoce aquí a las protagonistas de Históricas: Relatos de mujeres en Chile

Luciana Miranda
Patinadora artística sobre hielo, ganadora de múltiples reconocimientos nacionales e internacionales, quien lucha día a día con la falta de recursos, apoyo estatal y la poca visibilidad del deporte en Chile.

Valentina Parra
Bioquímica, investigadora y docente de la Universidad de Chile, quien a través de su ejemplo y trabajo de divulgación científica intenta generar conciencia sobre la brecha de género presente en el área científica.

María Eugenia Ogaz
Reconocida como la última pescadora artesanal de Horcón y una de las mujeres que saca la voz por la gente de la zona de Quintero-Puchuncaví, quienes enfrentan la contaminación de 18 empresas.

Contáctanos:
Dirección: Nemesio Vicuña 1958, Puente Alto
Móvil: +56952316489
Correo electrónico: contacto@relatosdemujeresenchile.com

históricas

Síguenos

Formatos

Crónica

ESTA OBRA ESTÁ BAJO UNA LICENCIA CREATIVE COMMONS DE ATRIBUCIÓN NO COMERCIAL 4.0 INTERNACIONAL (CC BY-NC 4.0)

Fig. 53: Captura de pantalla de la página fija “Protagonistas” de www.relatosdemujeresenchile.com.

Apariencia de la página “Quiénes Somos”:

históricas INICIO LEER ESCUCHAR VER PROTAGONISTAS QUIÉNES SOMOS CONTÁCTANOS

Nuestro proyecto Portada » Nuestro proyecto

Históricas: relatos de mujeres en Chile nació como nuestro proyecto de memoria de título. Somos estudiantes de periodismo de la Universidad de Chile y tenemos como principal objetivo visibilizar la historia de mujeres, poniendo el foco en su rol dentro de la sociedad, sus luchas personales y su compromiso en la profesión que desempeñan.

Para aquello desarrollamos una narración transmedia, en la cual se presenta el relato de tres mujeres a través de distintos formatos y plataformas de comunicación –escrito, sonoro y audiovisual–, complementarios entre sí; permitiendo de esta forma que cada usuaria y usuario se adentre de lleno en la vida de cada una de ellas; pero siempre a través de una mirada feminista, cercana, respetuosa, empática y, sobre todo, llena de admiración.

A través de Históricas: relatos de mujeres en Chile, buscamos dar voz a quienes a lo largo de los siglos han quedado en segundo plano y mostrar de esta forma aquel liderazgo innato en cada una de ellas, reflejando cómo día tras días luchan por entregar la dignidad que requiere su profesión, poniendo un sello de calidad y cuidado a la sociedad que desean construir.

Las protagonistas de la primera etapa de nuestro proyecto son: Luciana Miranda, campeona de patinaje artístico sobre hielo; Valentina Parra, bioquímica y docente de La Universidad de Chile; y María Eugenia Ogaz, la última pescadora artesanal de la caleta de Horcón.

Te invitamos a conocer más sobre nuestro proyecto y la vida de cada una de estas mujeres Históricas

Contáctanos:
Dirección: Nemesio Vicuña 1958, Puente Alto
Móvil: +56952316489
Correo electrónico: contacto@relatosdemujeresenchile.com

históricas
Formatos
Crónica

Síguenos
Instagram YouTube TikTok

ESTA OBRA ESTÁ BAJO UNA LICENCIA CREATIVE COMMONS DE ATRIBUCIÓN NO COMERCIAL 4.0 INTERNACIONAL (CC BY-NC 4.0)

Fig. 54: Captura de pantalla de la página fija “Quiénes Somos” de www.relatosdemujeresenchile.com.

Apariencia de página de contacto:

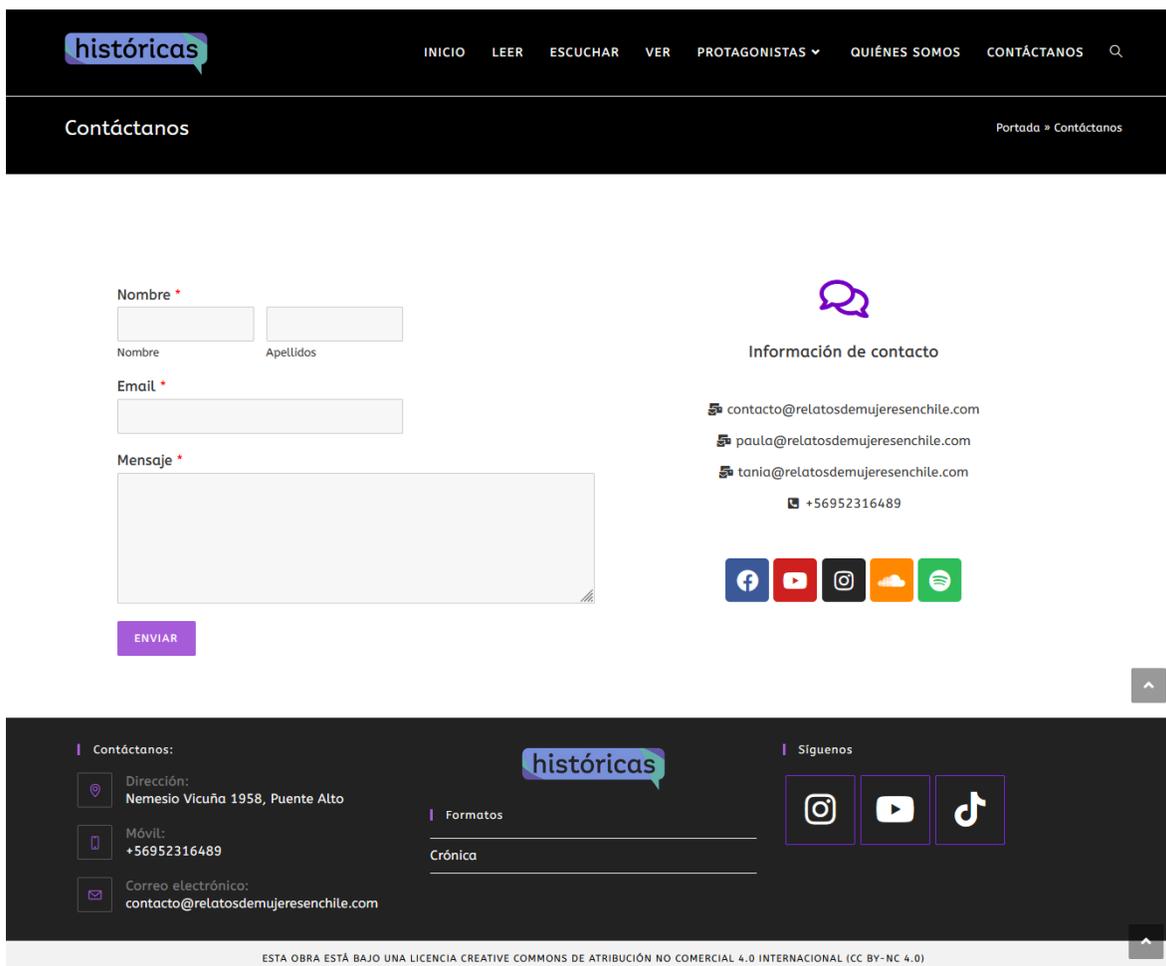


Fig. 55: Captura de pantalla de la página fija “Contacto” de www.relatosdemujeresenchile.com

4.5 Desarrollo de la Identidad visual

Para el desarrollo de nuestra identidad visual, pasamos por tres etapas de trabajo que describiremos a continuación, las cuales se realizaron en conjunto al diseñador Joan Alegría. Junto a él colaboramos desde los comienzos de este proyecto en una etapa previa en 2019 hasta la actualidad, adaptando los diversos conceptos que definen este proyecto y traduciéndolos en un logo, una paleta de colores, tipografía, ilustraciones, adaptaciones de figuras y piezas gráficas para utilizar dentro de la web.

En los comienzos de este proyecto, cuando solo lo pensábamos como una serie documental llamada “Alrededor de tu vida”, junto a Joan trabajamos un *brief* creativo⁴⁹ en el cual definimos elementos, colores y fundamentos del proyecto. Rápidamente nos envió una retroalimentación donde comenzamos a definir la paleta de colores, logo y tipografía que luego adaptaríamos a la actualidad del proyecto. Tras algunas conversaciones, nos envió una primera propuesta de logo con una tipografía y elementos que consideramos esenciales dentro de la propuesta gráfica que estábamos desarrollando.

Primeras propuestas de logo enviadas por Joan:



Fig. 56: Primera propuesta de logos para “Alrededor de tu vida”.

⁴⁹ Adjunto al final de este informe.

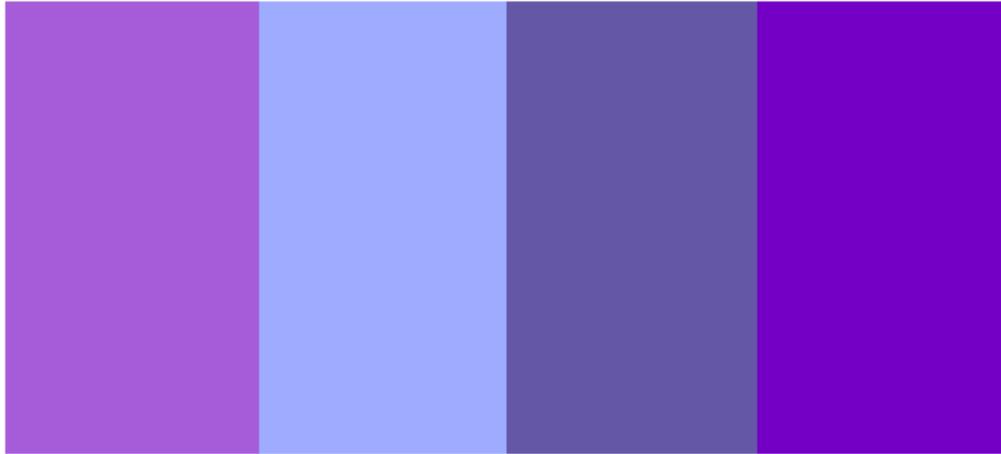
A partir de estos primeros resultados del logo del proyecto, comenzamos rápidamente a trabajar la paleta de colores, la cual mantuvimos hasta la actualidad del proyecto, puesto que no cambiaron los fundamentos de este, sino que la forma en que estarían dispuestos los contenidos en una nueva plataforma.

La paleta de colores se definió a partir de dos conceptos a los cuales llegamos luego de varias conversaciones y devoluciones junto a Joan: lo vivaz y lo neo-feminista. En una primera instancia, necesitábamos colores que representaran la energía de las mujeres que habíamos registrado, sus luchas, conflictos y la cercanía que queríamos lograr a partir del relato de sus historias. De este concepto fue que se desprendieron colores como violetas azulados de alta contraste, los cuales generan un aspecto vivo en la paleta cromática y que resultan al mismo tiempo un abanico de colores de índole sintética, considerando la materialidad con la cual se publicarían las historias.

Al definir también este proyecto como una plataforma que levanta y pone en relevancia los relatos de mujeres de distintas edades, contextos y vivencias, había un componente feminista que había que adecuar de alguna forma dentro de la paleta cromática que estábamos desarrollando. Fue así como junto a Joan llegamos a evitar los colores clásicos asociados al feminismo como el morado y verde, y transformamos estos referentes en una paleta cromática que tomara el aspecto opaco de esos colores y que en palabras de Joan “tuviera una propuesta arriesgada, con un regreso a los colores del feminismo, pero a través de una propuesta pictórica”.

Fue así, como la paleta de colores la definimos de la siguiente manera:

Paleta Cromática 1



#a65cd9

R 166
G 92
B 217

#9dacff

R 157
G 172
B 255

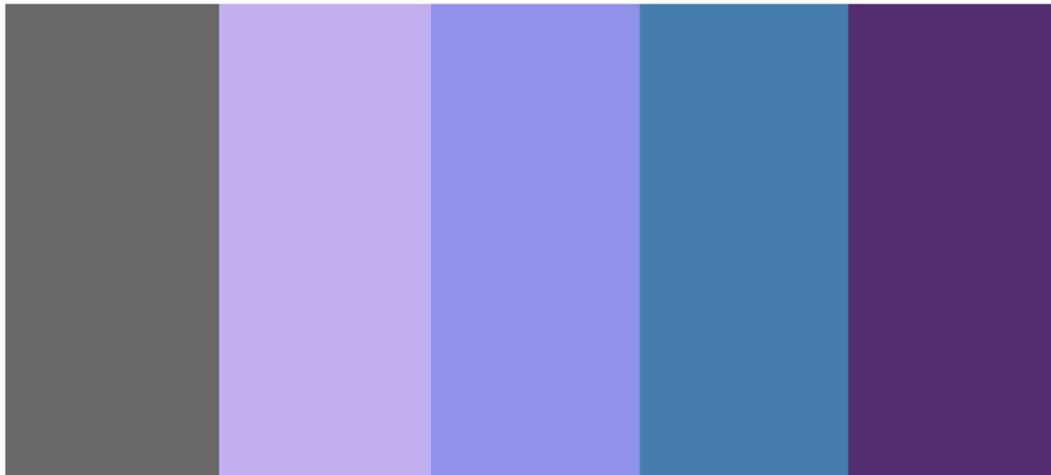
#6457a6

R 100
G 87
B 166

#7300c4

R 115
G 0
B 196

Paleta Cromática 2



#686868

R 104
G 104
B 104

#c2aff0

R 194
G 175
B 240

#9191e9

R 145
G 145
B 233

#457eac

R 69
G 126
B 172

#542e71

R 84
G 46
B 113

Figs. 57 y 58: Paleta cromática definida para el proyecto.

En cuanto al trabajo tipográfico realizado junto a Joan, en un comienzo siempre nos interesó evitar las letras manuscritas por dos razones, la primera estaba relacionada con la gran popularidad de otros proyectos utilizando ese estilo de letra, estilo *lettering*, y en segunda instancia, considerábamos que las curvaturas de la letra manuscrita aportaba un elemento de sutileza y suavidad que era contradictorio a lo vivaz que queríamos proyectar. De esta forma, fue que llegamos a la tipografía Core Sans, la cual nos aportaba una gran paleta de posibilidades de uso por sus 18 variantes y porque era una mezcla interesante entre lo vivaz del proyecto puesto en imagen con una letra más recta con la elegancia propia de una tipografía que además estaría al interior de los textos que escribiríamos en la web.

Tipografía Core Sans

Core Sans Thin
Core Sans Extra Light
Core Sans Regular
Core Sans Bold
Core Sans Heavy

Tipografía Complementaria

Aspira Thin
Aspira Light
Aspira Regular
Aspira Bold

Fig. 59: Muestra de la tipografía Core Sans.

Cuando quisimos darle una vuelta a nuestro trabajo, tuvimos que volver a pensar la identidad gráfica de lo que estábamos realizando, ya que también había cambiado el nombre de todo el proyecto. Ya no estábamos trabajando en base a una serie documental en realidad virtual, sino que se transformó en una plataforma transmedia que albergaría estos relatos que habíamos registrado en 2019. Por lo demás, el nombre que consideramos en una primera instancia ya no serviría para esta nueva etapa del proyecto, puesto que necesitábamos un concepto que englobara esta idea de recolectar, archivar y difundir historias de mujeres de nuestro país.

Es así como, tras algunas decisiones estratégicas, llegamos al nombre de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile», inspiradas en el icónico rayado en Plaza Italia en la masiva marcha del 8 de marzo del 2020, con una bajada que explicara el contenido propio del proyecto transmedia⁵⁰.

Bajo este nuevo nombre y siguiendo los lineamientos del concepto anterior, trabajamos nuevamente con Joan, quien nos dio algunas aproximaciones que tuvimos en consideración al retroalimentar estas nuevas propuestas. Algo que nos interesaba en particular era que el logo fuera capaz de englobar todos los conceptos del “ser mujer” que eventualmente existirían en nuestro proyecto, considerando que hay diversas formas de serlo y por lo tanto, podrían existir distintos tipos de historias dentro de la web. A partir de esto es que Joan nos aporta con su visión de finalmente trabajar el logo en relación a conceptos universales del cambio de paradigma que ha aportado el movimiento feminista, más que conceptos como “mujer/femenino/feminismo”, sino que hacerlo a partir de conceptos como “ímpetu, lucha o unión”.

El nuevo nombre del proyecto también implicaba un desafío gráfico, ya que la marca necesitaba ser más inclusiva, general y abierta, debido a su nueva naturaleza de ser una plataforma en donde se iría subiendo mucho material asociado a relatos y voces de mujeres, por lo que al tener un nombre y una bajada que remite a ello, el logo no necesitaba ser tan explícito en ese sentido.

Tras esta nueva conceptualización, Joan nos envió las siguientes propuestas:

⁵⁰ ADN Radio. (2020). Las reacciones de la prensa internacional tras el histórico 8M en Chile. Recuperado el 26 de julio del 2021 de Radio ADN. Disponible en el sitio web: <https://www.adnradio.cl/nacional/2020/03/09/las-reacciones-de-la-prensa-internacional-tras-el-historico-8m-en-chile.html>

Logo 1: Medios / comunicación / actualidad

históricas
Relatos de mujeres en Chile

Logo 2: Comunicación / política / actualidad / ímpetu

HISTÓRICAS
Relatos de mujeres en Chile

Logo 3: Reconomiento / fuerza / comunicación

históricas
Relatos de mujeres en Chile

Logo 4: Documentación / comunicación / reportaje.

históricas
Relatos de mujeres en Chile

históricas 
Relatos de mujeres en Chile

históricas 
Relatos de mujeres en Chile

históricas 
Relatos de mujeres en Chile

Logo 5: Imaginario Feminista Nacional / Audiovisual/
espacio crítico

HISTÓRICAS
Relatos de mujeres en Chile

Logo 6: Actualidad / registro / ímpetu.

históricas
Relatos de mujeres en Chile

HISTÓRICAS
Relatos de mujeres en Chile

Logo 7: Registro / actualidad / comunicación

históricas
Relatos de mujeres en Chile

Fig. 60, 61 y 62: Propuestas de logo para «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

De todas las propuestas que nos hizo Joan, nos quedamos con el logo 7, ya que cumplía con dos características que nos interesaban en particular, una de ellas tenía que ver con la tipografía que utilizó para el logo, la cual estaba relacionada a la tipografía suave que veníamos trabajando anteriormente, y además, la figura que engloba el concepto nos habla de un diálogo que se entrega mediante la web que estamos creando.

De ahí, es que nos entregó estas propuestas finales aplicando la paleta de colores que estábamos trabajando:



Fig. 63: Propuestas finales del logo para «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

Y también una versión en formato iconográfica, para utilizarla como imagen de perfil en plataformas en donde subiremos nuestro contenido (como YouTube o SoundCloud):



Fig. 64: Propuesta final iconográfica del logo para «Históricas: Relatos de mujeres en Chile».

La última etapa de definición de nuestra identidad gráfica junto a Joan estuvo relacionada con el desarrollo de íconos e ilustraciones para acompañar los elementos desarrollados anteriormente. Nos interesaba en particular generar una serie de íconos que nos ayudarán a identificar de fácil manera los formatos que estarían disponibles en la página web (texto, audio y video), para así ocuparlos tanto en la web como en redes sociales en el futuro. Así fue que Joan desarrolló una serie de íconos para esta sección de la web, tomando como referencia íconos tan reconocibles como los emojis que utilizamos en nuestra comunicación digital diaria.

Esta fue la propuesta enviada por Joan y adaptada a los colores de la paleta cromática que manejamos:

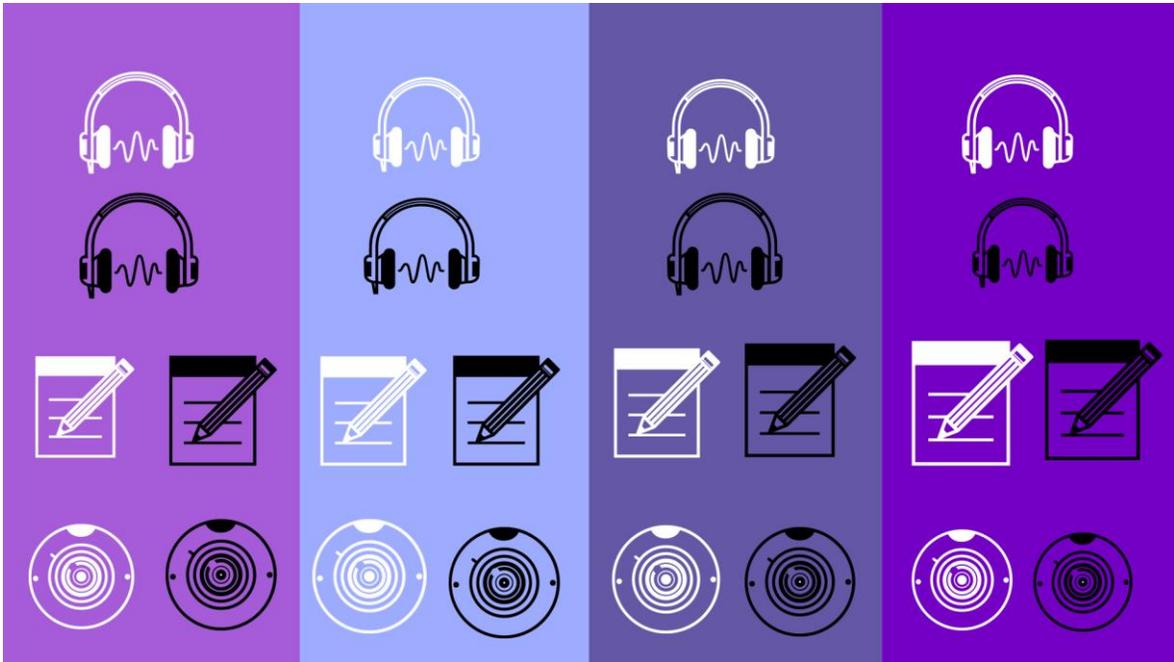


Fig. 65: Propuesta de íconos para secciones de la web sobre paleta de colores.

Y finalmente pasamos a la última etapa del desarrollo de nuestra identidad gráfica, la cual está relacionada con el trabajo de diversas ilustraciones inspiradas en las fotografías del rodaje y elementos esenciales asociados a cada una de las historias que se reúnen en el proyecto. Nuestra idea de desarrollar estas ilustraciones era complementar y darle una nueva vida a las protagonistas a través de esta aproximación gráfica, lo cual nos permitió realizar una serie de collages dentro de la web, mezclando ilustraciones con fotografías análogas del rodaje.

A continuación, una muestra de todas las ilustraciones que están disponibles en la web:





Fig. 66: Ilustraciones desarrolladas para las piezas gráficas dentro de la web.

4.6 Aspectos tecnológicos

En cuanto a los aspectos tecnológicos de nuestro proyecto y su contexto de producción, existieron varias etapas en donde utilizamos diversos recursos para cada una de ellas. Están las etapas de rodaje, postproducción, planificación y ejecución del sitio web y la apertura de canales que ayudarán a la transmedialidad del proyecto.

Rodaje

Durante el tiempo de rodaje, estuvimos a merced de las mayores dificultades que se nos presentaron a lo largo del desarrollo de todo el proyecto, ya que tuvimos que experimentar y aprender a registrar con cámaras en 360°/VR. Las Samsung Gear 360 son cámaras de tamaño pequeño (igual al puño de una mano), con dos lentes gran angular que registran en 180° y que se deben monitorear mediante una aplicación con un teléfono Samsung modelo S8 o de mayor gama. A través del monitoreo se puede dejar a la cámara registrando en un punto específico, mientras que el equipo de realización (en este caso, nosotras), debe desaparecer de escena para no quedar dentro del registro que se está documentando.

Este aprendizaje en particular nos tomó más de una jornada, ya que, en medio del aprendizaje del uso de la cámara, surgieron otros tipos de problemas logísticos como conseguir un trípode que le permitiera a la cámara grabar desde mayor altura o también, la creación artesanal de un casco para generar planos subjetivos con esa cámara. Además de lo anterior, el sistema que provee el monitoreo de la cámara tendía a tener errores como que se

calentaba la cámara por el procesamiento de las imágenes de gran peso o la desconexión del sistema Bluetooth de la cámara y el teléfono desde el cual se monitorea.

La justificación del uso de esta cámara está directamente relacionada con que el mejor equipo al cual pudimos acceder mediante pañol del Instituto de Comunicación e Imagen, siendo que, a pesar de ser una cámara generada en 2017, cumple con su principal función que era poder hacer un registro en 360° de los lugares, entrevistas y situaciones que documentamos.

Además de este equipamiento en especial, utilizamos diferentes tascam para hacer el registro sonoro de los ruidos ambientes y entrevistas, junto a micrófonos direccionales y lavalier, con los cuales después tuvimos que trabajar en la postproducción y mezcla del audio del tráiler y capítulo piloto.

Y finalmente, para fotografías e imágenes de registro extra, utilizamos cámaras Canon Réflex y nuestros teléfonos celulares, las cuales le otorgan dinamismo al montaje que realizaremos utilizando la mayor parte de estos recursos audiovisuales.

Postproducción

En cuanto a la postproducción, esta la realizamos en distintas etapas, ya que la postproducción del material grabado en 360° tomó mucho más tiempo del esperado.

Como la cámara era capaz de grabar con dos lentes distintos y grandes angulares, luego había que procesar cada una de las imágenes registradas para que se *stitchearan* o cosieran en el programa Gear 360 Action Director, de tal forma de que se unieran estas imágenes y fuera más fácil su montaje luego en Adobe Premiere.

Para la edición y postproducción del material audiovisual utilizamos el *software* Adobe Premiere y para la edición y postproducción del material sonoro, utilizamos Adobe Audition. Además, la postproducción de imágenes y optimización para la web, la realizamos en Adobe Photoshop.

Planificación y ejecución del sitio web

Para la planificación y ejecución de nuestro sitio web, elegimos a WordPress como gestor de contenidos, ya que teníamos gran cantidad de conocimientos previos en el uso de esta plataforma y también, es uno de los gestores de contenido más utilizados para administrar sitios web, es de código abierto por lo que existen actualizaciones constantes que hacen mejorar el servicio que ya entrega a distintos editores y escritores y, además, existe una gran variedad de *plugins* que ayudan a administrar de mejor manera las webs que uno va creando. Por ejemplo, en WordPress encontramos un *plugin* como Elementor que nos ayudó mucho a la construcción y diseño de nuestra web, gran ayuda para personas que no tienen conocimientos de programación como nosotras.

Otra de las características que nos llevaron a elegir a WordPress como gestor de contenidos está relacionada con lo intuitivo de su interfaz y la facilidad de su uso, ya que a pesar de tener conocimientos previos, en general buscar las herramientas dentro de esta plataforma es algo sencillo y rápido de hacer. Y también, fue importante considerar que en WordPress se puede incrustar videos, audios y extractos de publicaciones de redes sociales, por lo cual se hacía aún más compatible al formato de proyecto que planificamos en un inicio.

Por otro lado, para poder tener una mayor capacidad de edición dentro de la plataforma, accedimos a la compra de un *hosting* y un dominio propio de nuestro proyecto. Para esto, seguimos los consejos que entrega la web del plugin Yoast SEO⁵¹, en donde recomienda diferentes servicios de *hosting* dependiendo de las necesidades que tenga cada usuario. Para ello, nuestras principales necesidades estaban relacionadas con acceder a un soporte en español en caso de tener cualquier duda con el servicio de hosting, que su precio no fuera muy caro y que además, los servidores estuvieran ubicados en países con leyes informáticas que nos aseguraran una libre y tranquila publicación de nuestros contenidos. Es así como elegimos a Siteground como el servicio de *hosting* para nuestro proyecto.

⁵¹ Web de referencia en la que consultamos las preferencias que nos entregaba Yoast SEO: https://yoast.com/wordpress-hosting/?_support_language=spain

Apertura de canales

Para la apertura de canales asociados, realizamos una revisión de estadísticas para tomar la mejor decisión en el caso de cada uno de los formatos que queríamos publicar. Además, la necesidad de abrir cuentas en estos canales estaba directamente relacionada con dejar nuestra web con un peso liviano y una rapidez de carga, incrustando contenidos disponibles en estas otras plataformas.

En una primera instancia, para la apertura de canales de video⁵², elegimos a YouTube como la plataforma en la que publicamos tanto el tráiler como capítulo piloto y el *making of* de la webserie documental. Justificamos esta decisión tras la existencia de dos factores muy importantes, el primero de ellos es que YouTube es en la actualidad una de las plataformas más populares en el mundo⁵³ en donde se publican videos, por lo que la mayor cantidad de usuarios y nuestro usuario arquetípico en específico tiene conocimiento y manejo de esta aplicación en su diario vivir.

Otro elemento interesante a considerar en la elección de YouTube como plataforma para subir nuestras producciones audiovisuales está relacionada con que Google en general privilegia en sus motores de búsqueda a productos de su misma compañía, siendo YouTube de la misma compañía de Google, inclusive existen herramientas y sugerencias⁵⁴ del mismo YouTube para aparecer en motores de búsqueda de forma asegurada. Finalmente, el elemento que terminó por cerrar esta decisión estaba relacionado con que en YouTube los videos en realidad virtual y 360° están optimizados para su vista tanto para la versión de escritorio como para la versión móvil.

Por otro lado, también hicimos una revisión por aquellos gestores de contenidos existentes para publicar audios y plataformas de distribución de podcasts. En medio de toda esta revisión, nos dejamos influenciar por dos factores al momento de elegir a cada una de

⁵² Hootsuite. (2016). *Las cuatro mejores plataformas para videos en Hootsuite*. Recuperado el 27 de julio del 2021, de Hootsuite. Disponible en el sitio web: <https://blog.hootsuite.com/es/las-cuatro-mejores-plataformas-para-videos-en-el-panel-de-control-de-hootsuite/>

⁵³ Duò, M. (2021). *Las 10 mejores soluciones de alojamiento de video a considerar en 2021 (Gratis vs. de pago)*. Recuperado el 27 de julio del 2021, de Kinsta. Disponible en el sitio web: <https://kinsta.com/es/blog/hosting-video/>

⁵⁴ Stefanski, R.. (2020). *How to Optimize Your YouTube Videos for Google Search Visibility*. Recuperado el 27 de julio del 2021, de Social Media Examiner. Disponible en el sitio web: <https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-optimize-youtube-videos-for-google-search-visibility/>

las plataformas, en una primera instancia que fuera una plataforma que se pudiera incrustar de forma sencilla en WordPress y, por otro lado, que nuestros usuarios las conocieran y tuvieran interacción previa con alguna de ellas, de manera que las interfaces les fueran familiares al momento de consumir nuestro contenido.

En medio de toda esta revisión es que aparecieron plataformas como SoundCloud, Mixcloud e Ivoox como opciones de fácil uso y gran alcance, pero optamos por usar SoundCloud ya que es una plataforma de fácil incrustación dentro del sitio web, nos permite generar un texto descriptor del audio y, además, se puede personalizar el canal que se esté creando en esta plataforma, lo que nos permite aplicar toda la identidad gráfica que creamos de forma previa.

A diferencia de lo que sucede con los videos, en el caso de los audios existen plataformas de distribución específicas para *podcasting*, por lo que además de tener nuestro podcast en SoundCloud, optamos también por dejarlos en estas plataformas que se han hecho muy populares durante el último tiempo. Sin ir más lejos, en el informe de mitad de año del 2020 de Voxnest⁵⁵, Spotify y Apple Podcast fueron las aplicaciones que tuvieron un mayor consumo, dejando a Spotify como aquella aplicación que tiene mayor consumo en Latinoamérica.

Y para poder publicar los capítulos de nuestro podcast de manera más rápida y sencilla, acudimos a la aplicación Anchor (comprada por Spotify), en donde además de poder editar los capítulos del podcast, nos permitía generar una distribución en Spotify, Google Podcast y otras aplicaciones que no tienen tanta incidencia en nuestro país, pero que sí eventualmente puede hacer que lleguen usuarios desde otras partes del mundo a consumir ese tipo de contenido.

Finalmente, también recalcar que la mayor parte de las decisiones se hicieron en función de poder facilitar el consumo de los contenidos que estamos creando, sobre todo para usuarios que se manejan en dispositivos móviles, tal como lo indica la caracterización de nuestro usuario arquetípico.

⁵⁵ Voxnest. (2020). *2020 Mid-Year Podcast Industry Report*. Recuperado el 27 de julio del 2021, de Voxnest. Disponible en el sitio web: <https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/>

4.7 Aspectos Financieros

En cuanto al aspecto financiero del proyecto, entendemos que en general durante las primeras etapas de desarrollo de cualquier proyecto periodístico hay un componente de financiamiento propio con el cual debe lidiar el equipo de realización. En este caso, ambas integrantes financiamos toda la primera etapa del proyecto presentada a la fecha como un producto mínimo viable, la cual consistió en la inversión de distintos ítems detallados a continuación:

Ítem	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Total (\$)
Trípode para cámara Samsung Gear 360°	2	7.000	14.000
Cinta de papel	2	1.500	3.000
Rollos Kodak Color Plus	5	4.500	22.500
Revelado + digitalizado en Photolab	5	5.000	25.000
Pasajes Quintero - Santiago	8	5.000	40.000
Total viajes Uber	x	50.000	50.000
Total catering rodaje	x	60.000	60.000
Dominio + Hosting web SiteGround	x	84.000	84.000
Trabajo gráfico	x	120.000	120.000
		TOTAL (\$)	418.500

Considerando el gasto realizado anteriormente, creemos que de alguna u otra forma en las etapas futuras del proyecto, es ideal y necesario darle un enfoque sustentable para compensar la inversión realizada en un comienzo y también, proyectar el trabajo y el registro de nuevas historias, una vez que se haya socializado el contenido actual y distribuido a través de redes sociales y una correspondiente gestión de prensa, ambos planes detallados con anterioridad.

Para poder generar esta sustentabilidad, pensamos en dos vías paralelas de trabajo en las que podemos conseguir fondos para poder eventualmente agrandar el equipo de realización y, también, considerar la contratación de personas dedicadas al mundo audiovisual, que se dediquen al montaje y edición de videos en 360°/VR.

Una de esas vías consiste en la postulación a diversos fondos que nos pueden entregar financiamiento que ayuden a la inversión total o parcial de dinero para el proyecto. Dentro de las líneas nacionales de fondos existentes del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, en su categoría de Fondo Audiovisual. En esta línea existe una convocatoria para Producción Audiovisual de otros Formatos, dentro de la cual nuestro proyecto califica. En el detalle, deberíamos postular la Modalidad Audiovisual interactivo o experimental, la cual entrega un monto máximo por proyecto de \$26.250.000.

Para poder realizar la postulación a este fondo, uno de los requisitos que se pide al momento de la postulación es hacer una valoración y presupuesto total, incluyendo las horas de trabajo de los colaboradores involucrados. Para ello, armamos el siguiente detalle, que aprovecha de poner en valor el ejercicio periodístico realizado de forma previa y la proyección que le damos a esta forma de trabajo.

Recursos Humanos:

Nombre	Rol	Tipo de contrato	Horas de trabajo Semanales	Total
Paula Altamirano	Directora	Honorarios	22 hrs	\$400.000
Tania Zambrano	Directora	Honorarios	22 hrs	\$400.000
			Total	\$800.000

Gastos Operacionales:

Descripción del gasto	Detalle	Total
Operador de cámara	Por jornada	180.000
Técnico en Sonido	Por jornada	180.000
Asistente de Sonido	Por jornada	100.000

Catering	Todas las jornadas	250.000
Transporte	Todas las jornadas	300.000
Arriendo de equipo	Todas las jornadas	500.000
Montajista	Post producción de tres capítulos.	300.000
Post productor de sonido	Post producción de tres capítulos.	300.000
Programador web	Revisión y asesoría de diseño de la web	100.000
	Total	2.210.000

Por otro lado, otra de las líneas de postulación que ofrecen los Fondos de Cultura son las Becas Chile Crea, las cuales financian los estudios de distintos agentes de la industria audiovisual, a la cual también nos gustaría postular, de tal manera de poder especializar las áreas de conocimiento que involucra el desarrollo de una narrativa en 360° y realidad virtual, aprendiendo más de lo que ofrece el formato y el cómo se puede aplicar de la mejor manera al ejercicio periodístico. En las Becas Chile Crea existe un financiamiento de \$10.000.000 por proyecto para perfeccionarse o estudiar algún área de interés audiovisual.

En cuanto a la existencia de otro tipo de fondos, a nivel internacional existen variados programas que apoyan el trabajo y la labor periodística realizada por mujeres. Por ejemplo, la International Women’s Media Foundation (IWWMF) es una organización que ofrece programas y financiamiento con la intención de potenciar el trabajo realizado por mujeres periodistas, ofreciendo distintos programas y pasantías en diversas áreas de especialización. Una de esas áreas permite postular es el Fund for Women Journalist, el cual promueve el trabajo de mujeres y sus roles en medios de comunicación alrededor del mundo. Además, existen casos conocidos a nivel nacional como el del Bot “LaBot” en donde su equipo nuclear pudo ganarse este fondo y mejorar el prototipo de bot que habían realizado en un comienzo, o también con el podcast “La Raras”, quienes, a pesar de tener un equipo paritario, pudieron también ganarse este fondo.

Y mientras realizamos toda esta postulación a fondos, los cuales siempre pueden traer resultados inciertos, entre medio pensamos en un modelo de financiamiento híbrido que nos permita ir generando el dinero necesario para rodar un nuevo ciclo de tres protagonistas durante el 2022. Para ello, parte de las ideas que tiene el equipo es la realización de talleres de *podcasting* por un lado y la edición de guiones audiovisuales por el otro, ambas áreas en que nos especializamos actualmente y que nos pueden ayudar a generar parte del financiamiento de una nueva temporada.

Además, no descartamos el modelo de micromecenaje de recompensa ofrecido por servicios como Patreon, el cual podríamos poner en marcha una vez que hayamos lanzado la primera temporada del proyecto y generado un impacto tanto en medios como en el círculo de realizadores audiovisuales, de tal manera de captar a una audiencia que pueda comprometerse con nuestro proyecto, a tal punto de poder financiar un nuevo ciclo de historias.

V. CONCLUSIONES

Han sido más de dos años de trabajo en este proyecto y, definitivamente, son infinitos los conocimientos y las experiencias que obtuvimos, y que continuamos adquiriendo, gracias a él. «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» inicialmente tuvo otro nombre y otra identidad; nos obstante, continuó con un objetivo claro: narrar la vida de mujeres líderes en su área que están dejando huella y merecen ser conocidas, incluyendo las diversas problemáticas presentes en su contexto y quehacer, como un retrato de lo que es vivir en nuestro país.

Primero, es importante destacar que profundizamos acerca de la relevancia de registrar la historia de mujeres en un mundo que a través de los años fue escrito desde una mirada masculinizada. Una importancia que radica principalmente en un factor educativo y motivacional para las futuras generaciones, pues les permitirá encontrar un referente en estas mujeres provenientes de distintos lugares de nuestra sociedad.

Además, a través de este recorrido por cada historia contribuimos en la visibilidad de diversas problemáticas del Chile actual, dando voz a líderes sindicales, académicos/as, políticos/as, docentes, deportistas, vecinos/as, papás, mamás, entre otros/as; quienes tuvieron un espacio para expresar y documentar una visión crítica con raíz en la experiencia personal de cada uno de ellos/as.

Por otro lado, y mirando en retrospectiva, obtuvimos grandes aprendizajes para nuestro futuro profesional en el ejercicio de adaptarnos al contexto y modificar nuestro proyecto respondiendo a la misión y visión señalada recientemente. El estallido social y la posterior crisis sanitaria nos obligó a cambiar los planes; no obstante, este pie forzado nos permitió diseñar un proyecto transmedia con riqueza de contenido, el cual, a pesar de solo presentarse hoy en una versión inicial, conserva la esencia inmersiva a través de un relato complementario que presenta todo el universo que envuelve la historia de cada protagonista.

En relación a aquello, a través del trabajo de estos últimos meses, pudimos vislumbrar los elementos esenciales y las dificultades dentro del diseño de un proyecto transmedia, considerando que la organización y el contenido original dentro de cada formato, acorde a su

narrativa, invita al usuario/a a avanzar un paso más en la profundización de esta historia; entregándonos así uno de los regalos más valiosos en la época actual: su tiempo.

Sumado a lo anterior, la creación de un proyecto transmedia nos permitió incursionar en diversas áreas del periodismo, reforzando conocimientos y estilos trabajados durante nuestra formación profesional. Sin embargo, también experimentamos en un área completamente desconocida para nosotras: la realidad virtual/360°. Fue una gran experiencia incluir este tipo de narración, llevando a cabo un aprendizaje autodidacta y basado principalmente en la experiencia en terreno.

Finalmente, los objetivos y resultados parciales obtenidos nos llevan a comenzar la planificación de una nueva temporada, lo cual ejecutaremos posterior al lanzamiento del proyecto que llevaremos a cabo previo al 8M del año 2022, el cual se realizaría idealmente de forma presencial para comenzar a generar lazos con la comunidad y expandir así el conocimiento adquirido en este proceso.

De esta forma, una vez obtenido el financiamiento según lo dispuesto previamente, comenzaríamos la búsqueda de nuevos perfiles para retratar a través de nuestras redes sociales, tomando como base nominaciones realizadas por nuestros mismos seguidores y seguidoras.

En dicha búsqueda, privilegiaremos historias que escapen de la realidad capitalina, aportando así con un retrato feminista y descentralizado.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Alzamora, G. & Gambarato, R. (2018). *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*. Consultado el 21 de julio del 2021 de Researchgate. Disponible en el sitio web: https://www.researchgate.net/publication/324954553_Exploring_Transmedia_Journalism_in_the_Digital_Age
- Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley reengineered journalism*. Consultado el 21 de julio del 2021, de Columbia Journalism Review. Disponible en el sitio web: https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php
- Beauvoir, S. *El segundo sexo*. (París: Gallimard, 1949).
- Butler, J. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. (Nueva York: Routledge, 1999).
- Dann, L. & Spinelli, M.. (2019). *Podcasting. The audio media revolution*. New York: Bloomsbury Academy, formato epub.
- Ciancia, M. (2016) *Transmedia Design Framework. Un approccio design-oriented alla Transmedia Practice*. Milán: Franco Angeli.
- Colectivo LASTESIS. (2021). *Antología Feminista*. Chile: Penguin Random House.
- Conicyt. (2009). *Informe Estadístico variable de género en formación de postgrados a nivel regional 2000 - 2008*. Consultado el 31 de diciembre de 2019, del Ministerio de Economía, Gobierno de Chile. Disponible en el sitio web: <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/12/20191213-Bolet%C3%ADn-de-G%C3%A9nero-VF.pdf>
- Cubero, D. (2017). *Cómo crear una webserie*. Consultado 13 de octubre de 2020, de Cursos profesionales para guionistas. Disponible en el sitio web: <https://cursosdeguion.com/19-como-crear-una-webserie/#:~:text=Una%20webserie%20son%20piezas%20audiovisuales,como%20para%20animaci%C3%B3n%20o%20documental>
- De La Peña, N. *Learning by doing: Seeking best practices for immersive journalism*. Recuperado el 20 de agosto de 2019 de OJR: The Online Journalism Review. Disponible en: <http://www.ojr.org/ojr/people/nonnydlp/201005/1854/>

- Del Castillo, B. (2018). *Narrativas Transmedia: cuando el espectador participa*. Consultado el 21 de julio del 2021, de Universidad Católica de Chile. Disponible en el sitio web: <http://comunicaciones.uc.cl/narrativas-transmedia-cuando-el-espectador-participa/>
- Dictuc S.A. (2019). *Modelación de la calidad de aire para COV en la zona de Quintero-Puchuncaví 2019*, de la Superintendencia del Medio Ambiente. Disponible en el sitio web: https://es.scribd.com/document/437732951/Informe-Dictuc#from_embed
- Domínguez, E. (2013). *Periodismo inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción*. Consultado el 17 de octubre de 2019, de la Universidad Ramón Llull. Disponible en el sitio web: https://www.academia.edu/3206171/Periodismo_inmersivo_Fundamentos_para_una_forma_period%C3%ADstica_basada_en_la_interfaz_y_en_la_acci%C3%B3n?auto=download&email_work_card=download-paper
- Fernández, A. *Las mujeres como sujeto histórico: género y enseñanza de la historia*. (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2004).
- Flores, J. & Renó. D. (2018). *Periodismo Transmedia*. Aveiro: Ría Editorial. Revisión de la versión digital consultada el 21 de julio del 2021 y disponible en : https://www.researchgate.net/publication/329452612_Periodismo_Transmedia
- Gore Mehendale, Sneha. (2019). *Immersion Is "Hear": A Practitioners" Perspective on Immersive Podcasts..* Consultado el 21 de julio del 2021. Disponible en la página web: https://www.researchgate.net/publication/335653358_Immersion_Is_Hear_A_Practitioners_Perspective_on_Immersive_Podcasts/citation/download
- Jenkins, H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Consultado el 13 de octubre de 2020 de Illinois: The MacArthur Foundation, 2005). Disponible en el sitio web: <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf>
- Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press, 2006.

- Jenkins, H. (2011). *Transmedia 202: Further Reflections*. Consultado el 21 de julio del 2021, de Henry Jenkins. Confessions of an Aca-Fan. Disponible en el sitio web: http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. Consultado el 21 de julio del 2021, de Technology Review. Disponible en el sitio web: <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- Lagarde y de los Ríos, M. *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y topías*. (Ciudad de México; Instituto de las Mujeres del Distrito Federal, 2012).
- León, Salas, Salazar & Cruz. *Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación*. (Costa Rica; Centro de Comunicación Voces Nuestras, 2002).
- Mchugh, S. (2016). *How podcasting is changing the audio storytelling genre*. The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media. Consultado el 21 de julio del 2021. Disponible en la página web: https://www.researchgate.net/publication/305728362_How_podcasting_is_changing_the_audio_storytelling_genre/citation/download
- Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times*. Marzo 18, 2019, de Knight Center for Journalism in the Americas. Disponible en: <https://knightcenter.utexas.edu/books/Lareinenci%C3%B3ndeTheNewYorkTimes-IsmaelNafr%C3%ADa.pdf>
- Offen, K. *Historia de mujeres* (California: Stanford University, 2009).
- Owen, T., Pitt, F., Aronson-Rath, R. & Milward, J.. (2018). *Periodismo de realidad virtual*. Recuperado el 18 de marzo de 2019, del Centro de Investigación y Publicaciones UDP. Disponible en: <http://elfuturodelperiodismo.udp.cl/periodismo-de-realidad-virtual>
- Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. *Nunca más mujeres sin historia: Conversaciones feministas* (Santiago: Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres, 2018).
- Scolari, C., Bertetti, P. y Freeman, M. (2014). *Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Inglaterra: Palgrave MacMillan.

- Scott, J. (2011) *Género: ¿Todavía una categoría útil para el análisis? La manzana de la discordia*, Volumen 6 (Nº1), 95-101.

VII. ANEXOS

7.1 Entrevistas:

Primera historia:

Nombre entrevistado/a	Luciana Miranda
Ocupación	Patinadora artística sobre hielo
Fecha de entrevista	11 de septiembre del 2019
Localización	Puente Alto, Santiago
Descripción entrevistado/a	Luciana Miranda es una campeona de patinaje artístico sobre hielo de 19 años. Es una joven decidida y apasionada por el deporte. Durante la entrevista se encontraba previo a su presentación en el campeonato nacional y sudamericano, además de su ingreso a la educación superior.
Descripción entrevista	Conversación en profundidad sobre su carrera en el patinaje artístico sobre hielo, su descripción de las principales problemáticas de practicar el deporte en Chile y sus objetivos y sueños como patinadora.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Entrevista principal, capítulo piloto webserie documental en realidad virtual/360° y reportaje sobre patinaje artístico sobre hielo en Chile.

Nombre entrevistado/a	Katty Kauffman
Ocupación	Intérprete jurídico y jueza de patinaje artístico sobre hielo.
Fecha de entrevista	17 de diciembre del 2019
Localización	Providencia, Santiago

Descripción entrevistado/a	Katty Kauffman es chileno-estadounidense, por lo cual su visión del deporte viene desde una cultura completamente distinta a la nuestra. Actualmente, es parte de la Asociación Nacional de Profesionales del Patinaje Artístico sobre Hielo en Estados Unidos.
Descripción entrevista	Conversamos sobre el desarrollo del patinaje artístico sobre hielo en Chile, el apoyo estatal y empresarial, las diferencias entre el rendimiento nacional y el de otros países, sumado a su carrera como jueza y sus deseos para el futuro de este deporte.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Entrevista a experta y reportaje sobre patinaje artístico sobre hielo en Chile.

Nombre entrevistado/a	Germaine Pérez
Ocupación	Entrenadora federada de patinaje artístico sobre hielo en Chile.
Fecha de entrevista	12 de septiembre del 2019
Localización	Maipú, Santiago
Descripción entrevistado/a	Germaine Pérez es la entrenadora del club de patinaje artístico sobre hielo Bajo Cero de Maipú. Tiene una muy buena relación con sus estudiantes y dedica gran parte de su tiempo personal en aumentar sus conocimientos sobre esta disciplina. Actualmente, trabaja para Cerograd, pero también estudia una carrera profesional, pues está consciente que no se puede vivir de este deporte.
Descripción entrevista	Conversamos sobre su trabajo, su visión sobre sus estudiantes, las dificultades de practicar este deporte en Chile, la falta de apoyo y financiamiento y sus deseos para los futuros patinadores y patinadoras chilenas.
Uso de entrevista dentro del	Reportaje sobre patinaje artístico sobre hielo en Chile, capítulo de

proyecto	podcast basado en esta historia y capítulo piloto de la webserie documental.
-----------------	--

Nombre entrevistado/a	Elizabeth González
Ocupación	Concejala de Maipú, presidenta Comisión de Cultura y Deporte
Fecha de entrevista	21 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Elizabeth González es parte del partido comunista y concejala electa por la comuna de Maipú. Es reconocida en la comuna por ser dirigente ciclista, razón que siempre la motivó a liderar la Comisión de Cultura y Deporte, rol que actualmente desempeña.
Descripción entrevista	Conversación sobre su visión a futuro del deporte en la comuna de Maipú, específicamente sobre cómo se podría colaborar con los deportistas del club Bajocero de patinaje artístico sobre hielo. Sumado a un breve análisis sobre las condiciones en que se encuentra la comuna, posterior al cambio de administración.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre patinaje artístico sobre hielo en Chile y podcast sobre la misma historia.

Nombre entrevistado/a	Marco Oneto
Ocupación	Exjugador profesional de handball chileno, fundador de la Fundación Marco Oneto.
Fecha de entrevista	27 de julio del 2021
Localización	Llamada telefónica.

Descripción entrevistado/a	Marco Oneto es un ex jugador de handball profesional, quien desempeñó su carrera en la posición de pivote. Fue campeón de la EHF Champions League en la temporada 2010.211 junto al Barcelona Borges. El año 2015 fundó la Fundación Marco Oneto que busca ayudar a los deportistas amateurs a cumplir sus metas.
Descripción entrevista	Conversamos sobre el desarrollo del patinaje artístico sobre hielo en Chile, el financiamiento del deporte en Chile, la influencia de la prensa y la cultura en el apoyo estatal y empresarial a distintas disciplinas, sumado a diversas aristas de la realidad y el futuro del deporte nacional e internacional.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre patinaje artístico sobre hielo en Chile.

Segunda historia:

Nombre entrevistado/a	Valentina Parra
Ocupación	Bioquímica y docente de la Universidad de Chile
Fecha de entrevista	9 de diciembre del 2019
Localización	Independencia, Santiago
Descripción entrevistado/a	Valentina Parra es una científica chilena, quien, al momento de la entrevista, dirigía tres proyectos de investigación en el Centro Avanzado de Enfermedades Crónicas. Ha sido merecedora de varios reconocimientos a lo largo de su carrera, tales como el Premio L'Oréal-Unesco for Women in Science el año 2011.

Descripción entrevista	Conversamos acerca de sus inicios en la ciencia, su experiencia como mujer científica y docente, sus líneas de investigación, divulgación científica y su visión sobre la brecha de género existente en el área.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Entrevista central de la tercera historia, reportaje sobre brechas de género dentro del área de ciencia y tecnología y podcast relacionado a la misma temática.

Nombre entrevistado/a	Marcela Oñate
Ocupación	Socióloga y analista de estudios de género en ANID.
Fecha de entrevista	13 de diciembre del 2019
Localización	Santiago, Santiago
Descripción entrevistado/a	Marcela Oñate es una socióloga apasionada por los temas de género, una característica que la llevó a estar a cargo del plan de gestión que busca eliminar las brechas en el área de ciencia y tecnología en nuestro país.
Descripción entrevista	Conversación sobre los estudios realizados por Conicyt en cuanto a temáticas de género y las medidas que está implementando para mitigar dicha problemática.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Entrevista a experta y reportaje sobre brechas de género dentro del área de ciencia y tecnología.

Nombre entrevistado/a	Sergio Lavandero
Ocupación	Investigador chileno, doctor en bioquímica y docente titular de la Facultad de Ciencias Químicas y de la Facultad de Medicina de la

	Universidad de Chile.
Fecha de entrevista	21 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Sergio Lavandero fue profesor y mentor de Valentina Parra durante su formación profesional. Dirigió sus tesis de pregrado y postgrado, y actualmente trabajan juntos en el Centro Avanzado de Enfermedades Crónicas.
Descripción entrevista	Conversación sobre la formación y el rol de Valentina Parra como científica chilena.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre brechas de género dentro del área de ciencia y tecnología, además de tener presencia dentro del podcast de la historia.

Nombre entrevistado/a	Valeria Navarro Roseblatt
Ocupación	Parte de la Comisión de género de Redes Chilenas, Licenciada en Historia de la Universidad Católica, Magíster en Estudios Internacionales de la USACH y Doctora de la Universidad de Wisconsin-Madison.
Fecha de entrevista	22 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Valeria Navarro tiene experiencia en temáticas de género; sobre todo desde su rol de historiadora. Actualmente, es parte activa de la Comisión de Género de Redes Chilenas, donde investigan y apoyan la labor de investigadoras de distintas áreas del

	conocimiento.
Descripción entrevista	Conversación sobre la realidad de las científicas chilenas en Chile, la brecha de género presente en diferentes áreas de la academia y otras problemáticas asociadas.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre brechas de género dentro del área de ciencia y tecnología, además de tener presencia dentro del podcast de la historia.

Nombre entrevistado/a	Daniela Selenfroud
Ocupación	Bioquímica y ex académica de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas de la Universidad de Chile
Fecha de entrevista	16 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	La doctora Selenfroud ejerció durante 30 años la investigación científica y docencia en el Departamento de Bioquímica y Biología Molecular. Su trayectoria ha sido ejemplo para las futuras generaciones de científicas del país.
Descripción entrevista	Conversamos sobre ser científica en Chile, la brecha de género existente y la realidad de la investigación y divulgación científica en el país.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre brechas de género dentro del área de ciencia y tecnología, además de tener presencia dentro del podcast de la historia.

Nombre entrevistado/a	Marcela Mandiola
Ocupación	Investigadora en Género, Organizaciones y Academia; Enfoques Críticos a la Gestión/Integrante Red de Investigadoras y Hay Mujeres Chile.
Fecha de entrevista	21 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	La doctora Mandiola es una apasionada por los estudios de género. Su experiencia e información recabada en sus estudios la llevan a tener hoy una opinión crítica sobre la brecha de género existente en el mundo científico y en la academia en general. Una realidad que, según su opinión, debería ser solucionada de forma drástica.
Descripción entrevista	Hablamos sobre las medidas que podrían frenar la brecha de género en el mundo científico y académico, sumado a los estereotipos que aún se sostienen en torno al “rol” de la mujer.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre brechas de género dentro del área de ciencia y tecnología, además de tener presencia dentro del podcast de la historia.

Tercera historia:

Nombre entrevistado/a	María Eugenia Ogaz
Ocupación	Pescadora artesanal
Fecha de entrevista	24 de agosto del 2019
Localización	Horcón, Puchuncaví

Descripción entrevistado/a	María Eugenia Ogaz creció entre redes y peces. Obtuvo el respeto y admiración de sus colegas en un mundo tradicionalmente liderado por hombres. Hoy es líder sindical, quien día a día lucha por el respeto de su oficio y por ponerle freno al conflicto medioambiental de la zona de Quintero-Puchuncaví.
Descripción entrevista	Hablamos sobre cómo comenzó en la pesca artesanal, las dificultades del oficio, su experiencia y visión sobre el conflicto medioambiental y sus principales preocupaciones por el futuro de la bahía.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Entrevista principal, reportaje sobre contaminación industrial en la zona de Quintero-Puchuncaví y podcast relacionado a la temática.

Nombre entrevistado/a	Hugo Poblete
Ocupación	Biólogo marino, pescador artesanal y presidente del Sindicato de Pescadores n°24 de Quintero.
Fecha de entrevista	2 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Hugo Poblete es un fiel defensor de los derechos de los habitantes de la llamada zona de sacrificio Quintero-Puchuncaví. Originario del lugar, cuenta que regresó solo por un par de semanas en el año 2014, pero el nivel de contaminación lo impactó y decidió cambiar su vida, volver a la pesca y comenzar a luchar por los derechos de la gente de Quintero.
Descripción entrevista	Conversamos sobre su rol cómo presidente del Sindicato de Pescadores n°24 de Quintero en la lucha medioambiental, su visión como biólogo marino sobre la contaminación en la caleta de

	Quintero y su experiencia como habitante de la zona de sacrificio.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre contaminación en la zona de Quintero-Puchuncaví y podcast sobre dicha temática.

Nombre entrevistado/a	Katta Alonso Raggio
Ocupación	Fundadora y vocera de la agrupación Mujeres en Zona de Sacrificio Quintero - Puchuncaví en Resistencia.
Fecha de entrevista	8 de julio del 2021
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Katta Alonso ha luchado en diversas instancias para frenar la contaminación del parque industrial, contexto en el cual fue fundadora del movimiento Mujeres de Zona de Sacrificio Quintero - Puchuncaví en Resistencia.
Descripción entrevista	Conversamos sobre el desarrollo de la lucha medioambiental en Quintero, su experiencia en diversas instancias de alegato y presentación del conflicto, y sus expectativas a futuro; sobre todo, con la redacción de la nueva constitución de Chile..
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre contaminación en la zona de Quintero-Puchuncaví y podcast sobre dicha temática.

Nombre entrevistado/a	Cristina Lux
Ocupación	Abogada medioambientalista

Fecha de entrevista	10 de julio 2022
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Desde su etapa universitaria Cristina Lux demostró interés en la defensa de los territorios en resistencia. Actualmente, representa al sindicato de pescadores de Horcón, el sindicato de pescadores de Ventanas y a la agrupación Mujeres de Zona de Sacrificio Quintero-Puchuncaví en Resistencia.
Descripción entrevista	Hablamos sobre su experiencia representando a sindicatos y organizaciones de la zona de Quintero-Puchuncaví en diversas instancias legales.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Entrevista experta y reportaje sobre contaminación industrial en la zona de Quintero-Puchuncaví.

Nombre entrevistado/a	Yuri Carvajal
Ocupación	Médico Cirujano, Doctor en Salud Pública.
Fecha de entrevista	10 de julio del 2022
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Yuri Carvajal es Doctor en Salud Pública, por lo cual tiene una visión de la medicina enfocada en un bien social, en un sentir comunitario y equilibrado con el ecosistema. Por ende, demuestra preocupación y una visión crítica ante la situación de contaminación presente en Quintero-Puchuncaví.
Descripción entrevista	Conversamos sobre su visión acerca de la calidad de vida de los y las habitantes de una zona de sacrificio, tal como Quintero-Puchuncaví; poniendo énfasis en los efectos en la salud física y

	mental de las personas.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Reportaje sobre contaminación industrial en la zona de Quintero-Puchuncaví y podcast testimonial relacionado a la temática.

Investigación realidad virtual:

Nombre entrevistado/a	Leonardo Medel
Ocupación	Cineasta
Fecha de entrevista	7 de agosto del 2019
Localización	Santiago, Santiago
Descripción entrevistado/a	Leonardo Medel es un cineasta chileno, quien se especializó en rodar sus películas en realidad virtual/360°.
Descripción entrevista	Conversamos sobre la realidad virtual/360° en Chile y la diferencia con otros países, sobre los cuidados que se debe tener al momento de rodar con dicha tecnología y sobre la experiencia de inmersión que esta permite.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Investigación previa a rodaje con cámara 360°/VR.

Nombre entrevistado/a	Catalina Alarcón
Ocupación	Cineasta
Fecha de entrevista	3 de octubre del 2019
Localización	Santiago, Santiago

Descripción entrevistado/a	Catalina Alarcón es una cineasta chilena. Directora de Volver a casa, un proyecto en el cual las familias de algunas personas privadas de libertad realizan un video en realidad virtual/360° para mostrarles cómo está su familia y el hogar que los espera afuera.
Descripción entrevista	Conversamos sobre la realidad virtual/360° en Chile y la diferencia con otros países, sobre los cuidados que se debe tener al momento de rodar con dicha tecnología y específicamente con la cámara Samsung Gear 360, y sobre la experiencia de inmersión que el VR permite. Además, reflexionamos en torno a cómo enfrentarse a dilemas como la colonización digital.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Investigación previa a rodaje con cámara 360°/VR.

Nombre entrevistado/a	Daniel Ferreira
Ocupación	Post-productor
Fecha de entrevista	14 de agosto del 2019
Localización	Santiago, Santiago
Descripción entrevistado/a	Daniel Ferreira es el post-productor de la productora Merced, socio del cineasta Leonardo Medel, quien cuenta con una amplia trayectoria en el trabajo de edición y montaje en realidad virtual/360°.
Descripción entrevista	Conversamos sobre los cuidados que hay que tener al momento de la edición y montaje de un video en 360°/VR, además de las técnicas y programas adecuados para resolver de la manera más eficiente los obstáculos que presenta dicha tecnología.
Uso de entrevista dentro del	Investigación previa a la post-producción de capítulo piloto de la

proyecto	webserie documental en 360°/VR.
-----------------	---------------------------------

Nombre entrevistado/a	Natalia Cabrera
Ocupación	Cineasta
Fecha de entrevista	21 de octubre del 2020
Localización	Online
Descripción entrevistado/a	Natalia Cabrera es artista y narradora interactiva. Es la directora del proyecto Hypha, una experiencia en realidad virtual enfocada en el mundo de los hongos, con el cual ha recorrido prestigiosos festivales del mundo audiovisual.
Descripción entrevista	Conversamos acerca de hacer un proyecto de realidad virtual en nuestro país, los principales desafíos, cómo acercar este tipo de lenguajes a la comunidad y especializaciones en el área.
Uso de entrevista dentro del proyecto	Investigación previa a la post-producción de capítulo piloto de la webserie documental en 360°/VR.

7.2 Brief Creativo:

Brief Creativo Proyecto "Alrededor de tu vida"

Nombre → Tania Zambrano y Paula Altamirano

Correo → tania.z.aguilera@gmail.com - paulaaltamirano.hbk7@gmail.com

Nombre del proyecto → Alrededor de tu vida

¿Qué hace único a tu proyecto? → Es el primer proyecto en realidad virtual/360° que nace desde estudiantes de periodismo de la Universidad de Chile, el cual responde a la necesidad de explorar el periodismo en esta área aún no abordada - con narrativa documental - en los medios nacionales.

¿Existen lineamientos de marca? → Como lineamiento de marca y editorial del proyecto, pensamos en darle cobertura a historias de mujeres en este formato en 360°, en donde no sólo es la imagen la que se graba con esta inmersión, sino que también, a través del tratamiento documental, logramos entrar en el mundo de cada una de las protagonistas, las cuales tienen luchas personales que van más allá de lo esperado.

¿Cuál color te agrada y cuál no?

→ No nos gustan: Marrón y rojo.

→ Nos gustan: Las tonalidades cálidas y la armonía analógica (colores adyacentes en el círculo cromático)

Alcance del proyecto → En primera instancia el objetivo es conseguir una buena evaluación en nuestra defensa de memoria para conseguir el título de periodistas de la Universidad de Chile, pero nos interesa además que quien vea nuestro proyecto transmedia lo sienta como algo con proyección a largo plazo y profesional.

¿Cuál es el problema a resolver? → Detectamos como principal problema el que estamos planificando recién una idea de marca y de piezas gráficas asociadas a nuestro proyecto, las cuales queremos comenzar a trabajar desde ahora. En una primera instancia pensamos en el desarrollo de la marca (logo), el cual sea trabajado con formas curvas (concepto derivado por la calidad 360° del proyecto) y que su representación gráfica sea a través de un imagotipo (combinando un símbolo con el texto) o isologo (fusión del símbolo con el texto). Además,

queremos desarrollar una paleta de colores que podamos compartir tanto en el logo como en la futura página web y redes sociales. También, necesitamos gráficas complementarias (trabajar tipografía e ilustraciones) y piezas gráficas para distintas redes sociales:

- Facebook → Logo + imagen de portada
- Instagram → Logo + plantillas para imágenes del feed (3) e stories (3)
- Youtube → Logo + imagen de portada

¿Cuál es tu audiencia? → Pensamos en un público transversal enmarcado entre los 10 y 70 años, aproximadamente, puesto que tiene un carácter pedagógico, además de informativo.

¿Quién es tu competencia? → Detectamos como principal competencia a dos proyectos que se han difundido en el último tiempo y que han trabajado con realidad virtual. Uno de ellos es “Volver a Casa”, un proyecto transmedia que permite a internos e internas de cárceles chilenas volver a visitar sus casas y familias gracias a la realidad virtual y el proyecto “Pewma 360”, una película de danza contemporánea grabada en 360° es un experimento el cual busca transportar al espectador hacia los paisajes del sur de Chile.

¿Cuál es el tono? → Algunos conceptos que nos representan son: innovación, tecnología, inmersión, empatía, feminismo, historias y luchas personales.

¿Cómo medirás el éxito? → En primer lugar, con una buena evaluación en nuestra memoria de título, después con el aumento e interacción positiva de nuestros seguidores y, en tercer lugar, con la adjudicación de algún proyecto que nos permita continuar rodando otra temporada.

Fechas de entrega estipuladas:

Primera etapa de trabajo:

- Entrega de primeras propuestas → semana del 20 de enero 2020
- Entrega de segundas propuestas (con feedback) → semana del 3 febrero 2020
- Entrega final del logo, paleta de colores, tipografía y piezas gráficas para redes sociales → semana del 20 de febrero 2020
- Entrega de ilustraciones de protagonistas (3), equipamiento (2), escenarios (3) → primera semana de abril 2020.

7.3 Guión capítulo piloto

“Camino en el hielo”

Nº de Plano	Imagen Visual (planos)	Imagen Auditiva	Duración	D. A.	Comentarios u observaciones
1	Luciana patinando. Cámara subjetiva.	Audio ambiente + extracto de la entrevista en donde nos cuenta de su motivación por el patinaje, ya que es un deporte muy artístico.	1' (min)	1' (min)	*Carta de cesión de derechos de imagen de Luciana ✓
2	Opening (time lapse): patinadores durante su entrenamiento frente a la cámara. Se añade logo original del proyecto	Audio ambiente con sonidos propios de la pista de patinaje.	30"	1'30"	*Grabación real de 10' del time lapse.
3	Protagonista entrena off ice (cámara fija fuera del espacio de entrenamiento) hasta ponerse los patines	Audio ambiente + voz en off que comienza a sonar cuando Luciana se pone sus patines. En el extracto de la entrevista nos cuenta sus inicios, sus logros y motivaciones. La protagonista relata sus motivaciones e inicios en el deporte.	1'30"	3'	*Carta de cesión de uso de espacio ✓
4	Protagonista entra a la pista (cámara fija dentro de la pista) practicando su rutina.	Audio ambiente + voz en off con extracto de la entrevista en donde nos cuenta su presente, cómo se está preparando para la competencia nacional y su objetivo de ser una patinadora completa.	1'	4'	*Carta de cesión de uso de espacio ✓
5	Protagonista se	Audio ambiente + extracto de la	1'30"	5'30"	*Espacio llenado con

	encuentra en su casa para comenzar su jornada. Entrevista con cámara fija en su pieza. Se ven medallas y fotografías de sus competencias.	entrevista en imagen en donde nos cuenta el significado de ser patinadora en Chile, las dificultades y lo que ha significado ser parte de la ISU.			medallas y fotos de la protagonista (dirección de arte) *Carta de cesión de uso de espacio (gestionar)
6	Protagonista se traslada hasta la pista de patinaje desde su casa. Cámara en movimiento (dentro de la micro + metro)	Audio ambiente + voz en off contándonos el difícil y largo camino de llegada hasta la sede de Cerrogrado que queda en Maipú y el cambio de sede por las pocas posibilidades que hay debido a las pocas sedes en Santiago.	1'	6'30"	*Seleccionar y revisar escenas grabadas con casco, selfie y cámara fija. Evaluar con headset posteriormente. *Grabar audio ambiente del metro + micro de nuevo en enero 2020.
7	Protagonista entrenando junto a su club en la mitad de la pista (cámara fija). Al otro extremo se observa público ocasional de Cerrogrado.	Audio ambiente + voz en off contándonos la relevancia de tener un buen ambiente junto a sus compañeros, y su entrenadora, y qué tan importante es la sana competencia para el Club en el que se encuentra.	1'	7'30"	*Carta de cesión de derechos de imagen de compañeros de club y entrenadora <input checked="" type="checkbox"/>
8	Protagonista entrena junto a sus compañeros off ice en la sede de la Gran Logia cercana al Mall Arauco Maipú. - Cámara fija	Audio ambiente + continuación de la cuña anterior, en la cual la protagonista cuenta el buen liderazgo y apoyo de su entrenadora, quien cuida mucho de la salud física y mental de las y los patinadores. (77)	1'	8'30"	*Revisar imágenes del entrenamiento y distancias con headset.
9	Protagonista se ve	Audio Ambiente en el cual se	1'	9'30"	*Carta de cesión de uso

	en cámara probándose sus vestuarios nuevos previo a la competencia Nacional en “Mallas Rivas”. - Cámara fija	escuchan las apreciaciones de la protagonista sobre su nueva malla de competencia.			de espacio (gestionar)
10	Protagonista patina en el hielo junto a sus compañeros de equipo previo a la competencia Nacional.	Sonido ambiente + coro de voces de patinadores y entrenadora contando las dificultades que han tenido que pasar para llegar a la competencia.	2'	11'30"	
11	Cámara fija en el sector de competidores, ubicado al costado de la pista. Allí se ve a los patinadores de Cerogrado, junto a los de otros clubes, esperando salir a competir.	Audio ambiente grabado desde la perspectiva de la entrenadora. Se incluyen consejos y frases motivacionales a las y los patinadores.	1'	12'30"	
12	Cámara fija de la pista Cerogrado en Rancagua, se ve a Luciana lista para entrar a la pista del campeonato nacional. La cámara comienza a grabar desde que	Audio ambiente + música de fondo de la coreografía. Se incluye además voz en off de la protagonista donde narra la disciplina necesaria para ser patinadora.	1'	13'30"	*Canción de rutina: “Les Passants” de Zaz. https://www.youtube.com/watch?v=69BSOvqJ0_s

	la nombran hasta unos segundos luego de que comience su rutina.				
13	Luciana en el podio de la competencia nacional, finalizando el largo trayecto de este documental. -Cámara fija.	Audio ambiente + voz en off de la protagonista donde habla de que ya se está visibilizando de a poco el deporte, que esperan más apoyo, para que así algún día llegue una patinadora chilena a los Juegos Olímpicos.	1'	14'30"	
14	Créditos de cierre	Música original suena de fondo, mientras se presentan los créditos.	30"	15'	

7.4 Guiones capítulos podcast

CAPÍTULO 1 - LUCIANA

Duración	D. A.	Recurso	Contenido
00:35	00:35	Cuña Luciana + sonido ambiente	Presentación del conflicto: LOC: “Mi primera competencia fue en el año 2015, yo llevaba un año patinando cuando me dijeron que podía ir al sudamericano, que fue el primer sudamericano que se hizo, en Buenos Aires, Argentina. Decidí ir, sin ninguna expectativa, iba por la experiencia, a pasarlo bien y a darlo todo. Fuimos pocos chilenos a la competencia y volvimos dos con medallas de oro, Felipe Valenzuela y yo, ahí yo competí en la categoría free skate 4”.
00:05	00:40	Cortina de presentación	MARCA: «Históricas: Relatos de mujeres en Chile»
00:42	01:22	Locuciones	Presentación del capítulo: LOC Tania: Luciana Miranda tuvo un inicio prometedor en el patinaje artístico sobre hielo, convirtiéndose en la primera chilena en obtener una medalla de oro en una competencia internacional en esta disciplina, en el año 2015. No obstante, las condiciones en que se desarrolla este deporte en Chile, ponen muchos obstáculos a los sueños de Luciana y los del resto de sus compañeras y compañeros del Club Bajocero de Maipú, ya que en pleno año 2019 - en la carrera por enfrentar un nuevo campeonato nacional - no contaban con una pista de entrenamiento adecuada ni con apoyo económico estatal para costear su equipamiento o viajes a competencias. La situación tampoco ha cambiado este 2021. LOC Paula: Bienvenidas y bienvenidos al primer capítulo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» podcast. Hoy presentamos la historia de Luciana Miranda, patinadora artística sobre hielo.
00:11	01:33	Sonido ambiente	Sonido ambiente del campeonato: que se escuchen los chicos como equipo.
00:31	02:04	Cuña Katty Kauffman	Cuña Katty Kauffman: “A estos chicos les tengo un respeto muy especial por las condiciones en las que están entrenando: el hielo es muy duro, conseguir buenos patines cuesta mucho, los patines modernos deben amoldarse al pie en un horno especial, entonces uno va, compra

			el patín, ponen el patín a calentar y luego caliente te lo pones para que se amolde a tu pie. Acá no tenemos la infraestructura, intentamos simularlo con secadores de pelo, pero no es lo mismo. Por lo tanto, uno tiene un patín que no es perfecto, un filo que se aleja mucho de lo que uno podría tener afuera y una cancha que pega duro; sin embargo, estos chicos salen día tras día por el mismo amor que siento yo. Los respeto muchísimo”.
00:06	02:10	Locución	LOC Paula: Escuchábamos a Katty Kauffman, jueza del último campeonato de Patinaje Artístico sobre hielo realizado en 2019.
00:15	02:25	Sonido ambiente	Grito entrenamiento Mai, entrenador (*jornadas de grabación en la pista*).
00:17	02:42	Locuciones	LOC Tania: Los y las patinadoras deben entrenar de lunes a sábado después de sus largas jornadas en el colegio. Además, deben complementar sus rutinas con un entrenamiento fuera del hielo, también llamado off ice. Al llegar al centro Cerogrado del Mall Arauco Maipú, se encuentran con una pista de uso comercial en medio de un patio de comidas. Sólo una mitad la podrán ocupar para practicar por la búsqueda de sus sueños sobre el hielo.
00:12	02:54	Sonido ambiente	Sonido cuchillas y respiración (*jornadas de grabación con Luciana*).
00:16	03:10	Cuña Constanza, patinadora	LOC: - “El patinaje es súper difícil en cuanto a tiempo y plata”. - “Patinando una se siente única, especial. Bonitas experiencias”. - “Cuando me preguntan quedan sorprendidos de que exista, me gustaría que fuera más visibilizado”.
00:04	03:14	Cuña Mai, entrenadora	LOC: - “Frustrante que a pesar que se esfuercen no van a poder vivir de esto”.
00:22	03:36	Locuciones	LOC Paula: Germaine Pérez es la entrenadora del Club Bajo Cero de Maipú. Reconoce frustraciones en el proceso de formar a futuros patinadores de distintas edades. Desafíos que no sólo van en lo vocacional, sino que también en lo económico. LOC Tania: Luego de numerosos intentos por conseguir fondos con distintos alcaldes de la Municipalidad de Maipú, como Christian Vittori

			y Cathy Barriga, la desesperanza por conseguir apoyo municipal se disipó para los y las integrantes del Club Bajo Cero. Tocaron puertas y sólo obtuvieron promesas.
00:06	03:42	Cuñía papá 1	“Nadie nos apoya...Nosotros costeamos todo”
00:05	03:47	Locuciones	LOC Paula: Además, deben distribuir los pocos recursos que les llegan entre todos los integrantes del club.
00:04	03:51	Cuñía papá 2	“Recibimos 2 pasajes de avión, pero no se lo pasamos a una persona, sino que lo dividimos entre todos”.
00:11	04:02	Cuñía Katty Kauffman	“Tú vas al IND y te pasan una lista de empresas que ayudan al deporte, tú vas y golpeas esas puertas y te dicen "fútbol y tenis" y me consta porque yo lo he hecho y esa ha sido la respuesta que yo misma he recibido “financiamos el fútbol y el tenis, nada más”.
00:09	04:09	Locuciones	LOC Tania: Elizabeth González, actual concejala de Maipú, abre una puerta para futuros apoyos por parte de una municipalidad que comenzó a ser auditada por un organismo externo en julio del 2021. Al parecer hay fondos, pero están mal distribuidos.
00:27	04:38	Cuñía concejala de Maipú	“Yo creo que todos, bien organizados, con el apoyo de la entidades que corresponden y de nosotros mismos como políticos, eso se puede lograr, se puede materializar y dejan de ser sueños ya, porque acá hay esgrimistas, no han contactados de todos lados, de deportes que yo de verdad yo no tenía idea que en la comuna se practicaban, porque son, como dices tú, invisibilizados, y ahora los estamos descubriendo también nosotros, y son cosas lindas que piensas que se hacen allá arriba no más po, pero acá abajo también las hacemos, así que para mi es un honor poder ayudar a cada deportista y escucharlo, y poder impulsar también sus sueños de distintas formas, con la organización, yo creo que esa es la clave”.
00:08	04:46	Cuñía Luciana	“Hace falta mucha difusión para el deporte todavía, pero yo creo ya falta poco para que nos empiecen a anotar”. “Me gustaría que pronto se valorara más nuestro esfuerzo y nuestro deporte en Chile para poder recibir más apoyo económico”.
00:13	04:59	Locuciones	LOC Paula: Si bien el camino para ser patinador artístico sobre hielo es difícil, con poco financiamiento, muchas horas de sacrificio, espacios no adaptados para su práctica y una necesidad de perfeccionamiento para poder competir en instancias internacionales, la pasión de estos jóvenes es más grande.

00:04	05:03	Cuña Patinador	“Yo creo que Chile sí tiene la capacidad de llegar a los Juegos Olímpicos”
00:06	05:09	Cuña Vale	“Me gustaría que este deporte no se vea en menos y que mañana que hay campeonato la gente pudiera dedicarse a observarlo...”
00:22	05:31	Sonido ambiente + Voz Mai	Motivación de entrenadora previo campeonato: “Ahora mismo quiero que se visualicen como yo las veo... Son secas, son secos... etc”.
00:48	06:19	Locuciones	<p>LOC Tania: Luego de semanas de entrenamiento, Luciana resultó ganadora de la medalla de oro en la categoría pre avanzada en el tercer Campeonato Nacional Federado realizado en la pista Cerograd de Rancagua. Meses después, se presentó en el quinto campeonato Sudamericano en Lima, donde también obtuvo medalla de oro en la categoría más alta.</p> <p>LOC Paula: En septiembre del 2021, Yae Neira, hija de padre chileno y madre suiza, obtuvo su pasaporte para poder representar a Chile en la antesala a los Juegos Olímpicos de Invierno de Beijing. Su desempeño fue destacado y, sin lugar a dudas, demostró los años de entrenamiento en Zurich. Aquello aumentó las esperanzas para las futuras generaciones de patinadores y patinadoras de Chile, quienes, a pesar de los obstáculos y la gran deuda del Estado, sueñan con que nuestro país deje su huella en el deporte sobre hielo a nivel olímpico.</p>
00:24	06:43	Cierre música original +	<p>LOC Tania: «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» es un proyecto transmedia que narra de forma inmersiva las vidas de mujeres, líderes en sus disciplinas, que están haciendo cambios y dejando su huella en nuestro país.</p> <p>LOC Paula: Las entrevistas, montaje y producción fueron realizadas por Paula Altamirano y Tania Zambrano. La música original fue compuesta por Alexander Carrasco. Agradecimientos a todas las voces que nos acompañaron en este capítulo. Recuerda que para más contenido, puedes visitar www.relatosdemujeresenchile.com</p>

CAPÍTULO 2 - VALENTINA

Duración	D.A.	Recurso	Contenido
00:34	00:34	Cuña Valentina	“El problema con las mujeres científicas empieza después del doctorado, hay casi igual números de mujeres científicas en áreas que nosotros llamamos STEM, ciencia, tecnología, matemática e ingeniería, que hombres, casi la misma matrícula, el problema es justamente cuando empezamos a avanzar en la carrera, cuando las mujeres empiezan a dirigir proyectos, cuando las mujeres empiezan a recibir reconocimientos, donde ahí al parecer algo pasa que las mujeres comenzamos a ser invisibilizadas. ¿Qué es lo que pasa? Hay una historia detrás donde las mujeres no hemos sido conocidas, hay una historia detrás donde las mujeres tampoco accedíamos a esos cargos, por lo tanto actualmente las mesas donde se decide quién va a ser director, quién va a llevar a cabo un proyecto, están constituidas más que nada por hombres; entonces, hay un problema histórico”.
00:05	00:39	Cortina de presentación	MARCA: «Históricas: Relatos de mujeres en Chile»
00:25	01:04	Locuciones	<p>LOC Tania: Valentina Parra es Doctora en Bioquímica. Desde el inicio de su carrera ha obtenido grandes reconocimientos dentro de la comunidad científica, liderando hoy importantes investigaciones dentro del Centro Avanzado de Enfermedades Crónicas de la Universidad de Chile. Sin embargo, a través de su paso por la Academia, ha podido observar una gran brecha de género, la cual se hace más visible cuando las mujeres comienzan a adquirir más experiencia y avanzar hacia puestos de poder. Una situación a la que tanto Valentina, como otras científicas y académicas, están intentando poner freno.</p> <p>LOC Paula: Bienvenidas y bienvenidos al segundo capítulo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» podcast. Hoy presentamos la historia de Valentina Parra, doctora en Bioquímica, investigadora y docente de la Universidad de Chile.</p>
00:17	01:21	Sonido ambiente laboratorio FCQyF	Sonido en que se escuchan el ambiente del laboratorio y algunas voces en conversación casual.
00:07	01:28	Cuña Marcela Mandiola	“Yo les podría decir que sin lugar a duda la presencia de las mujeres es tremendamente minoritaria y las razones de eso son muchas en el fondo”

00:17	01:45	Locuciones	LOC Tania: La Doctora Marcela Mandiola, parte de la Red de Investigadoras en Chile, identifica diversas problemáticas de género presentes en el mundo de la investigación, asociadas, por ejemplo, al nivel y constancia de la productividad, la cual se suele ver comprometida en quienes tienen personas a cargo en su hogar, un rol que históricamente han cargado las mujeres sobre sus hombros.
00:27	02:12	Cuñía Marcela Mandiola	“No podemos sostener ese nivel de productividad permanente, la pandemia lo ha dejado súper claro, ¿no? los hombres tienen esa capacidad instalada socialmente, ¿no? de concentrarse y poder desconectarse de todo el resto porque hay más gente que lo hace, por ahí anda dando vuelta un libro de hace unos años que se llama "¿Quién le hace la comida a don Smith?" ¿o no? o sea, claro, todos los grandes pensadores en algún momento comían. Entonces tener una porción de liderazgo, en términos de producción académica implica para las mujeres en este caso un jugar con reglas que no le favorecen, un tratar de nadar en un mar que es en el fondo antagonista, ¿no? que opone resistencia”.
00:06	02:18	Cuñía Valentina Parra (Entrevista en oficina (experiencia mujer en ciencia)	“No he sufrido problemas de discriminación en las ciencias porque vengo justamente detrás de otras mujeres que ya sufrieron por esas barreras y que las superaron”
00:19	02:37	Locuciones	LOC Paula: Como señala Valentina Parra, su carrera como investigadora y docente no se ha visto expuesta a grandes situaciones en que se le discrimine por su género, ya que otras mujeres le abrieron el camino. Mujeres que alcanzaron puestos de poder en tiempos aún más adversos, pero que aún así decidieron expresar su sororidad a las futuras generaciones, demostrando aires de cambio. Una de esas mujeres es Daniela Seelenfreud, Doctora en Ciencias Biológicas y académica durante 30 años de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas de la Universidad de Chile.
00:38	03:15	Cuñía Daniela Seelenfreud	“Era evidente que ella era alguien que tenía muy buenas credenciales académicas y el mismo Sergio Lavandero fue el que patrocinó su regreso a la facultad como (...) Y que nos esforzamos para que ella pudiera volver como egresada destacada, ¿ya? a través de un programa especial de inserción a la academia de CONICYT en ese tiempo. Y se ganó ese cargo y pudo volver y todas esas cosas, sí. Y no... ha hecho una carrera súper

			buena, muy destacada, ¿ya? A pesar de estar con guagua, no me preguntes cómo lo hace, sí. (...) O sea, lo que sí, mientras yo estaba como directora tratamos de que... de darle como poca pega extra, o sea, un poco de docencia tenía que hacer, pero no recargarla con cosas justamente para respetar de que está criando... sí, eso”.
00:12	03:27	Locuciones	LOC Tania: Sergio Lavandero fue el mentor de Valentina Parra en sus procesos de tesis de pregrado y postgrado. Hoy colaboran como pares en el Centro Avanzado de Enfermedades Crónicas; mientras que Valentina es la encargada de formar nuevas generaciones de científicos y científicas, traspasando sus conocimientos y experiencias.
00:23	03:50	Cuñía Sergio Lavandero	“Para mí es particularmente gratificante, porque este ciclo que hice con ella de formarla, ella hoy también lo está haciendo con otra gente joven. Entonces, para mi creo que la semilla que sembré estoy orgulloso del árbol o la planta que se ha logrado” “En mi opinión, cada uno tenemos una misión en la vida y creo que Valentina tiene claro cuál es su misión, y su misión es como lo que hablábamos de la semilla, yo sembré... bueno, he formado varios estudiantes, yo creo que la misión de Valentina es sembrar mucho más y que dentro de esa siembra sean muchas más mujeres que hombres para que en el futuro tengamos ojalá una participación más equilibrada”.
00:17	04:17	Sonido ambiente - Sonido ambiente computador (conversación con estudiante)	Explicación de Valentina
00:16	04:23	Cuñía Sebastián Leiva (estudiante)	“Me gusta que las mujeres tomen la iniciativa, en ese sentido, en la ciencia, porque igual los porcentajes de mujeres investigadoras que tienen proyecto o que están liderando un laboratorio son bastante bajos; entonces, que Valentina haga eso de liderar un laboratorio y, además, de tener una investigación de excelencia, y en distintos proyectos y de forma muy versátil, es una inspiración y también un ejemplo a seguir”.
00:09	04:32	Cuñía Carolina Hernández (estudiante)	“Las mujeres pueden, en verdad nosotros tenemos los valores y la fuerza para hacer cualquier cosa, y estar acá y ver que ella, con todos los premios que ha ganado y logros en su corta carrera científica, sirve de inspiración para que uno quiera ser así”.
00:19	04:51	Locuciones	LOC Paula: Escuchábamos a tesis de doctorado y colaboradores en las distintas investigaciones que lidera Valentina, quienes a pesar de

			dejar en claro la gran inspiración y motivación que les genera trabajar con ella, dejan entrever que la norma dentro del mundo científico no incluye a mujeres liderando proyectos; sobre todo aquellos de gran envergadura. Una realidad que también ha evidenciado la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo, ex Conicyt, a través de distintos estudios que evalúan la participación de mujeres en estas áreas.
00:09	05:00	Cuñía Marcela Oñate, Conicyt.	“Nosotros identificamos tres grandes espacios donde hay brecha: la brecha del acceso, la brecha del llegar a puertos de poder, que es este suelo pegajoso, y otra brecha que también es cómo participamos del mercado laboral en el sector de la innovación”.
00:28	05:28	Locuciones	<p>LOC Tania: A mediados de este año 2021, desde el gobierno y con el compromiso de varios ministerios, se lanzó la Política Nacional de Igualdad de Género en Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Dentro de su misión, existe la intención de lograr la paridad en el área al año 2030, una meta con plazos cuestionables y que hasta el momento no cuenta con un plan de acción concreto.</p> <p>LOC Paula: Debido a estas falencias, la supuesta solución del gobierno y ministerio ya recibió múltiples críticas por parte de las principales organizaciones de académicas feministas, como por ejemplo, desde la Comisión de Género del colectivo de Redes Chilenas, donde participa la historiadora Valeria Navarro.</p>
00:31	05:59	Cuñía Valeria Navarro.	“Bueno, cualquier declaración que no tenga medidas precisas, va a ser siempre una linda declaración, no una medida, va a ser siempre un lindo discurso para quedar bien, pero si no tienes como implementarlo o como se traduce, en la vida concreta de las personas no te puedo decir más que de lo que te estoy insinuando. Por otra parte, yo me acuerdo que en enero hubo una consulta ciudadana para incluir desde el ministerio de ciencia y tecnología cuáles eran los parámetros de género que querían incluir, entonces me llama la atención que me digas que se está haciendo una política y que desde el propio ministerio no incluyen las encuestas que ellos hicieron (...) había propuestas bastante más concretas entonces tendría que haber de parte del ministerio de ciencia y tecnología una propuesta en cuanto a género que tiene que estar publicada en alguna parte.”
00:24	06:23	Locuciones	LOC Tania: De esta forma, mientras el gobierno propone planes a largo plazo, científicas como Valentina Parra hablan abiertamente de la necesidad de llevar a cabo una discriminación positiva para alcanzar la equidad de género en el área. Una mirada que ha tenido la posibilidad de

			discutir junto a docentes y nuevas científicas y científicos en encuentros de divulgación organizados por Explora. Una oportunidad que también obtuvo gracias a su visión crítica de la realidad actual y su gran compromiso con el bienestar de la comunidad. A continuación, escuchamos a Mónica Villa, coordinadora que ha tenido la oportunidad de colaborar con Valentina en estas oportunidades.
00:15	06:38	Cuñía Mónica Villa, actividad Explora.	“Cuando nos ganamos el proyecto Explora... es joven, muy inteligente (..) tiene una visión con equidad de género importante para el desarrollo de la profesión que ejerce”.
00:14	06:52	Cuñía Valentina Parra.	“Eso no es solo que sea rico, gratificante, yo lo considero que es una responsabilidad, si tú tuviste estas oportunidades porque otras mujeres te las dieron, es una responsabilidad también dársela a otras mujeres, a otras niñas, no es solo por la gratificación personal, uy que me miren... No, es una responsabilidad social”.
00:13	07:05	Locuciones	LOC Paula: En la actualidad, Valentina continúa con la misma vocación y compromiso con el bien social, una visión que la llevó a enfrentar la pandemia trabajando en el proyecto “Marcadores Metabólicos de Pronóstico de Severidad para Pacientes Covid-19”. Una investigación que entrega nuevos antecedentes para el enfoque de recursos y las medidas de prevención. Demostrando, una vez más, que las mujeres están haciendo historia.
00:19	07:24	Cortina de cierre + música original	LOC Tania: «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» es un proyecto transmedia que narra de forma inmersiva las vidas de mujeres, líderes en sus áreas, que están haciendo cambios y dejando su huella en nuestro país. LOC Paula: Las entrevistas, montaje y producción fueron realizadas por Paula Altamirano y Tania Zambrano. La música original fue compuesta por Alexander Carrasco. Agradecimientos a todas las voces que nos acompañaron en este capítulo. Recuerda que para más contenido, puedes visitar www.relatosdemujeresenchile.com

CAPÍTULO 3 - MARÍA EUGENIA

Duración	D. A.	Recurso	Contenido
00:11	00:11	Cuñía María Eugenia Ogaz “Entrevista María Eugenia”	“Yo siempre he sacado la cara por ellos, como en el mar, como en todas estas cosas que están pasando en nuestra comuna de Puchuncaví, como en la comuna de Quintero, que yo siempre lo nombro porque somos cercanos a este dolor grande que tenemos, de esta cuestión de la contaminación...”.
00:05	00:16	Cortina de presentación	MARCA: «Históricas: Relatos de mujeres en Chile»
00:19	00:35	Locuciones	<p>LOC Paula: María Eugenia Ogaz es la última pescadora artesanal de Horcón. Una mujer luchadora que creció entre redes y peces, y que ha dedicado su vida a defender a la gente de caleta, ya sea en las dificultades relacionadas a la pesca, así como también en las batallas relacionadas al conflicto medioambiental que enfrenta la llamada zona de sacrificio en las comunas de Quintero y Puchuncaví.</p> <p>LOC Tania: Bienvenidas y bienvenidos al tercer capítulo de «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» podcast. Hoy presentamos la historia de María Eugenia Ogaz, pescadora artesanal y líder sindical de la caleta de Horcón.</p>
00:08	00:43	Sonido ambiente	Sonido ambiente de caleta.
00:48	01:31	Cuñía Abogada Cristina Lux, Defensoría Ambiental.	“Antes que se instalara el complejo industrial quizás nadie se imaginaba que el desastre iba a llegar al nivel que está llegando ahora, entonces tenemos esas herramientas en sede penal. Hay muchas herramientas también en sede administrativa, que son por ejemplo los peaks de contaminantes, se pueden denunciar a la superintendencia del medioambiente para que investigue y sancione, que es el organismo con competencia para hacerlo, y se pueden denunciar también a la contraloría cuando hay, a lo mejor alguna vulneración por parte de alguna autoridad de no estar cumpliendo por ejemplo un mandato que por ley debería estar cumpliendo, o estar haciéndolo de manera bajo una línea de la suficiencia y es lo que la contraloría en varias instancias, de hecho en nuestra experiencia como órgano que más rápido se ha movido y que más justicia ha sacado a los territorios ya que la institucionalidad ambiental muchas veces llega tarde o incluso no llega o deja prescribir las denuncias que se le hacen, nos ha tocado varias veces ahí, sobre todo en esa zona de verlo y es bastante, no sé como

			decepcionante es una palabra que alcanza a decir qué es cuando el órgano de autoridad que se supone que está ahí por mandato legal para proteger un territorio, para proteger a la ciudadanía falla tan groseramente en hacerlo”
00:34	02:05	Locuciones	<p>LOC Paula: Cristina Lux es abogada de la Defensoría Ambiental. A lo largo de los años y desde que se reactivó este conflicto medioambiental en 2018 tras los peaks en la concentración de gases tóxicos, ha representado, junto a su equipo, al sindicato de pescadores de Ventanas, al sindicato de pescadores de Horcón y a la agrupación Mujeres en Zona de Sacrificio Quintero-Puchuncaví en diversas instancias legales; llegando incluso a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.</p> <p>LOC Tania: De esta manera, la comunidad se ha visto obligada a levantar acciones en contra del Estado y las 18 industrias instaladas en la zona, luego de enfrentar durante décadas la contaminación de la tierra, agua y aire con metales pesados. Una situación que provocó una considerable baja en el turismo y una vida llena de temores, alertas ambientales e intoxicaciones.</p>
00:39	02:44	Cuña abogada Cristina Lux.	“Hay comunidades que han tenido que hacer completadas para acceder a justicia y pagar abogados y no estoy hablando de abogados como grandes abogados de la farándula, ¿me entiendes? Estamos hablando de justicia mínima, de accesos, de accesos básicos, no hay accesos básicos actualmente para las comunidades. Las comunidades cuando juntan esos recursos y logran acceder como a las instancias, tienen que litigar contra la Superintendencia del Medio Ambiente, contra la institucionalidad ambiental, que más encima solicita que las condenen en costa. A mí me da a veces un poco de vergüenza tener que presenciar eso, denota un estado de avance de conciencia de cuidado medio ambiental muy primitivo, denota una interpretación de la ley que es una institucionalidad que también es muy especial”.
00:13	02:57	Locuciones	LOC Paula: Enfrentarse a la autoridad con tal de ser escuchado. Ante esta situación se ha visto enfrentado muchas veces Hugo Poblete, biólogo marino y dirigente del Sindicato de pescadores artesanales S24.
00:36	03:33	Cuña Hugo Poblete, sindicalista.	“Yo le decía a la SEREMI "o sea mi hijo no vale, vale el tuyo. Claro, tú lo tení' en Las Condes, en Santiago, pero mi hijo, mis amigos están respirando veneno" y dicen "no, es que no podemos parar el parque industrial". Me interesa nada, para la weá, estai' matando a mi gente. Entonces también ahí uno ve la lucha de clases que hay, cómo la

			sociedad tan segmentada en clases sociales, los que estamos abajo no valemos nada, da lo mismo, contámenlos, mátenlos, que respiren lo que respiren, que sus hijos respiren veneno, total son ciudadanos de segunda clase. Eso es lo que yo siento, porque si no yo como profesional lo paro, hablo con el Presidente y le digo "la gente se está intoxicando, para las empresas", porque la economía la recuperai, la plata la recuperai, la vida no".
00:18	03:51	Locuciones	LOC Tania: Una comunidad unida por la injusticia a la que han sido expuestos, la cual los hace sentir ciudadanos de segunda clase, un pueblo desechable y sumergido en contaminación. Ese es el sentir de los habitantes cercanos a este cordón industrial. Sentimiento que también expresa Katta Alonso, vocera de Mujeres en Zona de Sacrificio Quintero-Puchuncaví, con quien conversamos de forma remota este 2021.
00:19	04:09	Cuña Katta Alonso, vocera de Mujeres en Zona de Sacrificio Quintero - Puchuncaví.	"Mira, hasta el día de hoy nosotros no tenemos agua potable, no tenemos alcantarillado, ni tratamiento de aguas servidas, con 18 empresas grandes, multimillonarias, que se llevan todo de aquí y lo único que hacen es dejar pobreza, narcotráfico, delincuencia y todos los vacíos ambientales, por supuesto, en el territorio; porque nos contaminaron el agua, el aire, el fondo marino, el agua de mar, no nos dejaron nada".
00:16	04:25	Sonido ambiente	Sonido ambiente marcha
00:15	04:40	Cuña María Eugenia.	"Lo que me he dado cuenta es que es la plata la que manda, el que tiene el poder es la plata y no ven a los niños de Puchuncaví o de Quintero, que están enfermitos, que cualquier cosa los agarra a ellos y yo tengo mi nietecito, tengo mis dos nietecitos y también estoy preocupada por ellos, porque de repente puede pasar algo y le puede llegar a ellos".
00:14	04:54	Locuciones	LOC Paula: Al igual que María Eugenia Ogaz, muchas personas de la zona de Quintero Puchuncaví viven con miedo a que su salud y la de sus seres queridos se esté viendo afectada por la contaminación.
00:06	05:00	Cuña 2 (asistente a marcha)	"El cáncer acá se está demostrando que es genético".
00:05	05:05	Cuña 5 (asistente a marcha)	"Yo tuve vómito explosivo, desmayos y mareos".

00:10	05:15	Cuña 6 (asistente a marcha)	“Todavía no tengo un tratamiento claro para ella, una respuesta, yo exijo al señor Presidente que le haga a nuestros hijos exámenes toxicológicos de metales pesados”.
00:21	05:36	Locuciones	LOC Tania: Uno de los principales enemigos de los habitantes de la zona es la desinformación, puesto que a pesar que hay estaciones de monitoreo de la calidad del aire, los cuales son licitados por las mismas empresas y fiscalizados por el Ministerio del Medio Ambiente, aún se desconoce el listado acabado de agentes contaminantes. Es decir, no hay un diagnóstico completo de la gravedad, ni mucho menos se ha levantado un plan de acción real que dé fin a esta situación. LOC Paula: Yuri Carvajal, médico miembro del Colegio Médico de Valparaíso, se refiere a esa problemática.
00:13	05:49	Cuña Doctor Yuri Carvajal.	“¿Es dióxido de azufre, es arsénico? ya, ¿es plomo? bueno. Cuáles son los principales y cómo vamos a actuar es... es lo que a la gente la tiene pasándolo mal, sufriendo. El no tener muy claro qué es lo que está ocurriendo en todo su ecosistema local de Ventanas”.
00:21	06:10	Cuña María Eugenia Ogaz.	“La gente sabe, pero a los que nos duele más, no tenemos donde agarrarnos. Salimos a la calle, hacemos escándalo, pero cómo lo hacemos nosotros. Mandan a los Carabineros, nos echan los pacos, nos tiran agua y dicen solucionado el problema. El problema hay que solucionarlo, ahí dentro está el problema. Cómo vamos a luchar con eso”
00:20	06:30	Cuña Katta Alonso, representante Mujeres Zona de Sacrificio.	“no hay voluntad política, ya que el poder económico está intrínsecamente ligado al poder político, y eso es corrupción. Mientras esté eso así, a todo nivel, porque no es solo el medioambiente, es a todo nivel, no se van a poder solucionar nunca las problemáticas que nosotros necesitamos como país; entonces, la única solución es la nueva constitución, la esperanza para que esto pare, porque en otros países esto no se acepta”.
00:24	06:54	Locuciones	LOC Paula: La esperanza actual de los habitantes de esta Zona de Sacrificio está puesta en una nueva constitución y en los tan prometidos tiempos de cambios que elevó la revuelta social del 18 de octubre de 2019. Sin embargo, por el momento sólo ven el desinterés del gobierno y la amenaza de un nuevo proyecto de plantas desaladoras en la bahía. Una realidad que los incita a seguir resistiendo y luchando por salvar aquella zona de sacrificio a la que llaman hogar.

00:17		Cortina de cierre + música original	<p>LOC Tania: «Históricas: Relatos de mujeres en Chile» es un proyecto transmedia que narra de forma inmersiva las vidas de mujeres, líderes en sus áreas, que están haciendo cambios y dejando su huella en nuestro país.</p> <p>LOC Paula: Las entrevistas, montaje y producción fueron realizadas por Paula Altamirano y Tania Zambrano. La música original fue compuesta por Alexander Carrasco. Agradecimientos a todas las voces que nos acompañaron en este capítulo. Recuerda que para más contenido, puedes visitar www.relatosdemujeresenchile.com</p>
-------	--	-------------------------------------	---

7.5 Cartas de cesión de derechos de imagen

Disponibles en la siguiente carpeta:

<https://drive.google.com/drive/folders/16A0-1Q14zR5NZjlUJHJ1CFiQItLX9-n?usp=sharing>

7.6 Cartas de uso de locaciones

Disponibles en la siguiente carpeta:

<https://drive.google.com/drive/folders/1c1neboDawh0jaEjJG-A9UMSfNwuzGTFd?usp=sharing>